

## Analisis Peran Media Sosial dalam Pembentukan dan Penyebaran Slang Generasi Alpha

Rindi Oktavia<sup>1</sup>

Universitas Negeri  
Yogyakarta, Indonesia

[rindioktavia.2024@student.uny.ac.id](mailto:rindioktavia.2024@student.uny.ac.id)

Erna Andriyanti<sup>2</sup>

Universitas Negeri  
Yogyakarta, Indonesia

[erna.andriyanti@uny.ac.id](mailto:erna.andriyanti@uny.ac.id)

Rohali<sup>3</sup>

Universitas Negeri  
Yogyakarta, Indonesia

[rohali@uny.ac.id](mailto:rohali@uny.ac.id)

\*Corresponding author: Rindi Oktavia: email: [rindioktavia.2024@student.uny.ac.id](mailto:rindioktavia.2024@student.uny.ac.id)

Diterima: 09-06-2025

Direvisi: 06-06-2026

Tersedia Daring: 07-06-2026

**Abstrak:** Slang sebagai bentuk variasi bahasa informal mengalami perkembangan yang pesat di lingkungan digital, terutama melalui platform media sosial, seperti TikTok dan Youtube Shorts. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis peran media sosial dalam pembentukan dan penyebaran slang di kalangan generasi alpha, yaitu generasi yang lahir setelah tahun 2010 dan tumbuh dalam era digital yang sepenuhnya terhubung dengan internet. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif dan teknik analisis konten untuk menggali makna, bentuk, dan penyebaran slang berdasarkan data konten dari TikTok dan YouTube Short. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memainkan peran yang besar dalam pembentuk slang melalui konten-konten yang berbentuk audiovisual. Slang kemudian menyebar dengan cepat dan luas melalui algoritma yang menarik respons audiens, seperti penggunaan ulang, duet, repost, dan komentar di berbagai media sosial. Disimpulkan bahwa media sosial menjadi ruang aktif pembentuk sekaligus penyebar slang di era digital.

**Kata Kunci:** slang, media sosial, generasi alpha

**Abstract:** Slang as a form informal language variation is experiencing rapid development in the digital environment, especially through social media platforms, such as TikTok and Youtube Shorts. The purpose of this study is to analyse the role of social media in the formation and dissemination of slang among the alpha generation, which is the generation born after 2010 and grew up in the digital era that is fully connected to the internet. This research uses a qualitative approach with descriptive methods and content analysis techniques to explore the meaning, form and spread of slang based on content data from TikTok and Youtube Shorts. The results show that social media plays a big role in forming slang through audiovisual content. Slang then spreads quickly and widely through algorithms that attract audience responses, such a reuse, repost, and comments on various social media. It is concluded that social media is an active space for the formation and dissemination of slang in the digital era.

**Keywords:** slang, social media, alpha generation

## Pendahuluan

Masifnya perkembangan teknologi digital membawa perubahan yang signifikan, salah satunya peningkatan penggunaan media sosial, khususnya pada generasi muda. Media sosial, sebagai ruang digital memungkinkan penggunanya untuk saling berinteraksi melalui fitur-fitur yang dapat memproduksi, menyebarkan, mendiskusikan, dan bertukar informasi tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu (Azhari Harahap et al., 2020; Hayat et al., 2021). Lebih lanjut, media sosial yang umum digunakan oleh generasi muda adalah TikTok, Youtube, Whatsapp, X, dan Instagram (Hayati & Ningsih, 2024). Sebagai generasi yang tergolong muda, generasi alpha adalah anak-anak yang lahir setelah tahun 2010 dan tumbuh dalam lingkungan yang sepenuhnya terhubung dengan teknologi seperti internet (Syarifah et al., 2024). Oleh karena itu, generasi ini menunjukkan pola komunikasi yang unik dengan ditandai penggunaan slang atau bahasa gaul yang dinamis dan cepat berubah. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Ezra et al. (2024) yang mengungkap bahwa siswa sekolah dasar aktif menggunakan berbagai bentuk slang dari interaksinya melalui media sosial.

Berbicara mengenai slang, bentuk bahasa ini bersifat formal dan umum digunakan oleh kelompok sosial tertentu, seperti remaja, dengan tujuan mengekspresikan identitas dan kedekatan sosial (Ponomarenko et al., 2021). Di samping itu, generasi muda menggunakan slang sebagai bentuk usaha untuk menciptakan eksklusivitas linguistik yang dapat membedakan mereka dengan kelompok lain (Khoirurrohman & Abdan, 2020; Triafida et al., 2023). Menurut Khabib (2021), karakteristik slang terletak pada penggunaan metafora yang berwarna sebagai bentuk penghormatan, kritik sosial, hingga sindiran jenaka. Sementara itu, Nurachman et al. (2020) berasumsi bahwa slang terbentuk melalui berbagai proses linguistik, seperti modifikasi fonem, penciptaan kata baru, penggunaan singkatan, adopsi dari bahasa asing, hingga ekspresi spontan yang menyebar melalui interaksi sosial.

Di era digital ini, slang tidak hanya menjadi wujud ekspresi kelompok, melainkan sebagai reaksi terhadap lingkungan sosial dan budaya yang terus berubah. Di samping itu, perkembangan media sosial turut membawa perubahan

dalam pola komunikasi dan pemakaian bentuk bahasa ini. Media sosial menjadi sarana yang efektif dalam menyebarkan slang karena menyediakan ruang interaksi dengan jangkauan yang luas dan cepat, di mana kelompok-kelompok dengan minat yang sama saling terhubung dengan mudah dan menyebarkan slang baru sebagai bahasa pergaulan (Budiasa et al., 2021). Ondimu et al. (2024) menambahkan bahwa karakteristik media sosial yang cepat, terbuka, dan luas memengaruhi cara penggunaanya berbicara, menulis, dan berinteraksi dalam kehidupan sehari-hari.

Penggunaan slang dalam komunikasi generasi muda, umumnya muncul dalam situasi informal, seperti obrolan santai, reaksi terhadap kekaguman, bentuk persetujuan, dan kritik terhadap perilaku tertentu (Oktaviani & Pratiwi, 2022). Adapun bentuk-bentuk slang yang digunakan oleh generasi alpha, seperti *rizz*, *mewing*, *brainrot*, *looksmaxxing*, *sus*, *flexing*, *big L*, *mad lit*, *ate*, *ohio*, *slay*, *gyatt*, *skibidi*, *fanum tax*, dan *sigma* (Syarifah et al., 2024). Ragam bahasa gaul tersebut populer dalam waktu yang singkat dan menyebar luas melampaui batas geografis dan bahasa (Nabiel Fawwaz et al., 2024). Fenomena ini menimbulkan sejumlah pertanyaan yang relevan dalam kajian linguistik dan sosiologi, khususnya dalam konteks komunikasi digital. Sejalan dengan derasnya arus penggunaan media sosial, penting untuk dikaji bagaimana platform-platform, seperti TikTok dan YouTube tidak hanya menjadi tempat untuk berinteraksi, namun juga berperan dalam membentuk dan menyebarkan bahasa gaul yang digunakan oleh generasi alpha. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan pada dua pertanyaan utama, yaitu : (1) bagaimana media sosial berperan dalam proses pembentukan slang yang digunakan oleh generasi alpha, dan (2) bagaimana media sosial memfasilitasi penyebaran slang tersebut.

Dalam lingkup sosiolinguistik, media sosial dianggap sebagai lingkungan linguistik baru yang berperan dalam mempelajari serta mengembangkan bahasa (Sutandi & Selvia, 2024). Bagi generasi alpha yang tak lepas dengan dunia digital termasuk media sosial, bentuk-bentuk bahasa informal seperti slang telah menjadi bagian dari kehidupan mereka (Munawir et al., 2024). Paparan yang intens terhadap konten digital menjadikan generasi ini mudah meniru dan

menyerap kosakata baru yang mereka temui secara *online*. Hal tersebut terjadi karena generasi alpha mampu mengakses informasi dengan mudah dan mahir menggunakan perangkat elektronik (Yusuf et al., 2024). Selain itu, generasi alpha juga lebih cepat beradaptasi dengan teknologi dan memiliki kecerdasan digital yang tinggi dibandingkan generasi sebelumnya (Anwar, 2022). Fenomena penggunaan slang pada generasi alpha secara tidak langsung membentuk kebiasaan berbahasa dan norma linguistik baru yang berbeda dengan standar bahasa normal. Namun, hal ini juga menimbulkan tantangan, karena masifnya penggunaan slang yang tidak terstandarisasi membuat generasi muda kesulitan untuk mempertahankan penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar dalam situasi formal (Ezra et al., 2024).

Penelitian oleh Anjani et al. (2025) berjudul *Dampak Bahasa Slang Pada Komunikasi Sehari-Hari Pada Generasi Alfabat* membahas pengaruh penggunaan slang terhadap komunikasi dan kemampuan berbahasa formal generasi alpha. Penelitian ini menyoroti pergeseran makna kata dan kesenjangan komunikasi antargenerasi akibat penggunaan slang. Meski berfokus pada dampak sosial dan linguistik, penelitian ini belum membahas secara spesifik bagaimana slang terbentuk dan tersebar melalui media sosial, yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini.

Penelitian lain dilakukan oleh Anhar et al. (2024) dengan judul *Bahasa Gaul, Media sosial, dan Identitas Generasi Alpha* membahas penggunaan slang di media sosial sebagai ekspresi identitas dan dinamika budaya pada generasi alpha. Melalui observasi dan analisis konten di Tiktok, Instagram, dan Youtube, penelitian ini mencatat berbagai istilah populer dan dampaknya terhadap penggunaan bahasa secara formal. Walaupun berkaitan dengan topik media sosial dan bahasa generasi alpha, penelitian ini belum mengkaji secara mendalam bagaimana proses pembentukan dan penyebaran slang terjadi melalui media sosial, yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini.

Meskipun telah banyak kajian mengenai penggunaan slang pada generasi muda, penelitian yang secara khusus mengkaji peran media sosial dalam pembentukan dan penyebaran slang pada generasi alpha masih tergolong

terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana media sosial, seperti TikTok dan YouTube berperan sebagai ruang pembentuk dan penyebar slang, khususnya pada generasi alpha dan menggambarkan perubahan pola komunikasi serta dinamika bahasa di era digital.

## **Metode**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk menggambarkan peran media sosial dalam proses pembentukan dan penyebaran slang di kalangan generasi alpha. Pendekatan kualitatif berfokus pada pemahaman mendalam, deskripsi menyeluruh, pengembangan gagasan, dan penemuan inti dari fenomena yang diteliti (Wekke, 2019). Maka dari itu, dipilihlah pendekatan ini agar peneliti dapat leluasa memahami proses sosial, konteks budaya, dan interaksi yang mendasari pembentukan serta penyebaran slang pada generasi alpha melalui media sosial.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan teknik dokumentasi, yaitu catatan peristiwa berbentuk tulisan, gambar, atau karya seseorang (Magdalena et al., 2021). Teknik dokumentasi dalam penelitian ini adalah pengambilan konten dari media sosial, baik video maupun foto, caption, komentar, dan hastag yang memuat unsur slang. Peneliti memilih platform TikTok dan Youtube Short dan melakukan observasi non-partisipatif, yaitu melakukan pengamatan tanpa terlibat secara langsung (Romdona et al., 2025), terhadap akun tertentu yang dianggap relevan dengan penelitian ini. Data dikumpulkan dalam bentuk tangkapan layar, salinan teks, atau pencatatan secara manual. Data yang telah terkumpul selanjutnya dianalisis menggunakan pendekatan analisis konten, yaitu analisis secara mendalam informasi yang terdapat dalam media massa (Ulfah et.al., 2022). Dengan demikian, analisis konten digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis data yang memuat slang supaya diketahui bagaimana slang muncul (dibentuk), digunakan, dan tersebar melalui interaksi dalam media sosial.

## Hasil Dan Pembahasan

### 1. Hasil Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, diperoleh 13 data slang yang dibentuk dan disebarikan melalui media sosial, seperti TikTok dan YouTube Short dengan rincian sebagai berikut.

**Tabel 1**  
**Slang Generasi Alpha**

No	Slang	Arti	Pembentukan	Platform	Tanggal
1	<i>Skibidi</i>	Buruk, bodoh, atau keren	Kata nonsens	TikTok (Video)	9-2-2025
2	<i>Rizz</i>	Berkarisma, daya tarik, atau memesona	Pemendekan	TikTok (Hastag)	17-05-2025
3	<i>Gyatt</i>	Bentuk kekaguman terhadap seseorang yang menarik, biasanya wanita dengan tubuh yang indah dan berpantat besar	Pemendekan	YouTube Short (Video)	13-04-2025
4	<i>Sigma</i>	Dominan, pemimpin, percaya diri, keren, bagus, atau populer	Serapan	TikTok (Komentar)	7-21-2024
5	<i>Fanum tax</i>	Mengambil atau mencuri milik orang lain (makanan)	Eponim dan penggabungan kata	YouTube Short (Video)	14-10-2024
6	<i>Big L</i>	Kekalahan yang besar	Singkatan	TikTok (Komentar)	17-12-2024
7	<i>Mewing</i>	Mencoba untuk terlihat keren atau bagus	Eponim dan derivasi -ing	TikTok (Video)	11-29-2024
8	<i>Ohio</i>	Sesuatu yang aneh atau tidak masuk akal	Metonimi	TikTok (Video)	6-02-2024
9	<i>Cap</i>	Berkata bohong atau tidak jujur	Metafora	YouTube Short (Video)	24-11-2024
10	<i>Looksmaxxing</i>	Memaksimalkan penampilan	compounding	TikTok (Hastag)	1-10-2025
11	<i>Negative aura</i>	Energi buruk, aura negatif, atau tidak keren	Gabungan kata	YouTube Short (Caption)	14-06-2024

12	<i>Yapping</i>	Terlalu banyak bicara atau cerewet	Derivasi -ing	YouTube Short (Komentar)	20-05-2025
13	<i>GOAT</i>	Sesuatu atau seseorang yang terbaik sepanjang masa	Singkatan	YouTube Shorts (Caption)	25-08-2025

## 2. Pembahasan

### *Peran Media Sosial dalam Pembentukan Slang Generasi Alpha*

Di era modern ini, penggunaan media sosial tidak lagi terbatas hanya pada fungsinya sebagai penghubung manusia untuk berkomunikasi atau hiburan semata. Pemanfaatannya telah melebar ke dalam ranah kreativitas berbahasa. Salah satu perwujudan dari kreativitas ini adalah munculnya berbagai bentuk slang baru yang dipakai secara luas oleh pengguna media sosial. Hal ini sejalan dengan Pitrianti & Maryani (2023) yang berpendapat bahwa media sosial berperan penting dalam perkembangan bahasa di kalangan masyarakat, termasuk dalam mempopulerkan kata, frasa, atau gaya bahasa tertentu. Slang skibidi, misalnya, meskipun berasal dari kata nonsens yang tidak mempunyai makna tertentu (Nasution & Andriyanti, 2022), slang ini banyak digunakan oleh generasi alpha baik dalam bermedia sosial atau percakapan sehari-hari (Putri et al., 2025). Lebih lanjut, istilah skibidi dipopulerkan oleh Alexey Gerasimov melalui serialnya yang berjudul Skibidi Toilet di YouTube Shorts. Meski menampilkan animasi yang bersifat absurd, yaitu karakter toilet berkepala manusia, media sosial mengizinkan istilah yang berkonotasi negatif ini berkembang tanpa harus bermakna secara linguistik karena video-video yang muncul (dari gerakan hingga musik) dianggap lucu dan menarik bagi generasi alpha.

Berbeda dengan rizz, slang ini merupakan bentuk pemendekan dari kata charisma dalam bahasa Inggris. Disebut pula dengan abreviasi, pemendekatan kata adalah proses memangkas satu atau beberapa bagian dari kata dasar sehingga membentuk kata baru yang berfungsi sebagai sebuah kata sendiri (Maulana et al.,

2023). Slang rizz diambil dari bagian tengah dalam charisma, yaitu ris. Berbicara mengenai rizz, slang ini banyak digunakan oleh pembuat konten di TikTok sehingga populer sebagai bahasa gaul yang merujuk pada daya tarik atau kemampuan memikat seseorang secara romantis dalam konteks percintaan. Pembentukan rizz sebagai slang tidak serta-merta hanya dari pemendekan kata. Dalam hal ini, media sosial menyediakan ruang linguistik digital di mana kreativitas pengguna menciptakan ragam ekspresi baru yang kemudian diadopsi secara luas. Melalui penelitiannya, Anhar et al. (2024) juga memaparkan bahwa ruang digital sebagai laboratorium bahasa yang menciptakan dan mengembangkan ragam bahasa gaul.

Serupa dengan rizz, slang gyatt dibentuk melalui pemendekatan kata goddamn yang berasal dari African American Vernacular English (AAVE). Slang ini pertama kali digunakan oleh akun Twitch bernama YourRage dalam siaran media sosialnya untuk mengekspresikan kekaguman atau antusiasnya terhadap perempuan dengan penampilan yang menarik. Selanjutnya, gyatt sebagai ragam bahasa informal berkembang dengan cepat di kalangan muda, terutama dalam komunitas gamer dan pembuat konten, seperti Kai Cenat. Melalui kanal YouTubenya, ia turut mempopulerkan bentuk slang ini sehingga banyak digunakan oleh pengikutnya, yaitu generasi alpha yang memiliki ketertarikan terhadap game online. Hal ini serupa dengan pendapat Oktaviani & Pratiwi (2022) yang menjelaskan bahwa slang umumnya digunakan remaja dalam komunikasi yang bernuansa informal, seperti obrolan santai dan bentuk kekaguman tertentu. Di samping itu, TikTok dengan konsep konten video pendeknya memungkinkan penggunaannya secara kreatif mengulang, mengubah, dan mempopulerkan penggunaan slang ini. Konten seperti video reaction atau stitch video yang memuat penggunaan slang ini memperkuat asosiasi dan pemahaman pengguna terkait kapan dan dalam situasi apa slang ini dapat digunakan. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menyediakan ruang dalam memperkenalkan slang, namun juga berperan dalam membentuk penggunaan, makna, dan konteks slang tersebut.

Lain halnya dengan fanum tax, slang ini terbentuk melalui eponim, yaitu penggunaan nama tokoh terkenal untuk mewakili sifat tertentu (Viany et al., 2023), dan penggabungan kata fanum dengan tax. Fanum sendiri diambil dari seorang pembuat konten bernama Fanum yang kerap mengambil makanan temannya saat sedang melakukan siaran di media sosial. Karena berulang kali terjadi, momen ini kemudian menjadi ciri khas dalam kontennya sehingga pengikut dan komunitas pembuat konten menyebut kebiasaan tersebut dengan fanum tax, yaitu pajak tak tertulis yang harus dibayar dengan makanan. Oleh karena itu, slang fanum tax kerap digunakan untuk menggambarkan kondisi di mana seseorang mengambil atau mencuri milik orang lain, khususnya makanan. Lebih lanjut, media sosial, seperti TikTok dan YouTube Shorts memiliki peran yang besar dalam membentuk slang ini. Banyak konten baik berbentuk video pendek maupun meme dalam platform tersebut menampilkan kembali momen-momen dimana fanum tax digunakan. Hal ini memperkuat asosiasi makna antara penggabungan fanum dan tax sebagai slang yang digunakan untuk menggambarkan kondisi tertentu. Di samping itu, media sosial yang berkaitan erat dengan viralitas, yaitu penyebaran konten dengan cepat luas (Mokhtarishah & Hasmadi, 2023), membuat kebiasaan unik seseorang sebagai ragam bahasa informal baru yang digunakan dalam berkomunikasi di ruang digital bahkan kehidupan sehari-hari. Melalui fitur komentar, pemberian caption, dan hastag, slang ini terbentuk sebagai bagian dari leksikon daring yang banyak digunakan dalam bermedia sosial dengan genre komedi dan mukbang.

Slang lainnya adalah looksmaxxing yang terbentuk melalui compounding, yaitu pembentukan kata baru dengan menggabungkan dua kata penuh sehingga terbentuk makna baru (Utami et al., 2021). Dalam hal ini, kata yang digabungkan adalah look yang berarti penampilan dan maxxing yang berarti maksimal. Dengan demikian, looksmaxxing adalah slang yang digunakan dalam kondisi memaksimalkan penampilan. Slang ini terbentuk dan berkembang terutama dalam komunitas digital yang aktif mendiskusikan standar kecantikan dan daya tarik fisik termasuk peningkatan penampilan dengan berbagai cara,

seperti perawatan dan perubahan gaya hidup. Hal ini sejalan dengan penelitian Akbar & Cahyo Prawoto (2022) yang menunjukkan bahwa slang digunakan oleh komunitas tertentu untuk berinteraksi dan pembeda dengan komunitas lainnya. Selain itu, media sosial berpengaruh dalam pembentukan ragam bahasa informal ini. Platform seperti TikTok dan YouTube Short memperkuat pemahaman terkait looksmaxxing, di mana banyak penggunaannya mengunggah konten dengan konsep transformasi sebelum dan sesudah, tutorial, dan tips untuk meningkatkan keindahan wajah serta tubuh. Di samping itu, penggunaan media sosial telah menciptakan ruang interaksi digital yang berisi validasi sehingga makna dari slang ini semakin kuat. Interaksi tersebut dapat berbentuk komentar hingga reaction video sebagai respons terhadap konten yang diunggah. Fenomena tersebut memperjelas konteks penggunaan looksmaxxing sebagai slang. Menurut Budiasa et al., (2021), media sosial telah memperluas penggunaan slang yang awalnya terbatas pada komunitas tertentu menjadi bentuk komunikasi yang digunakan berbagai kalangan. Dengan demikian, media sosial membentuk dan memperluas penggunaan looksmaxxing yang awalnya hanya terbatas pada komunitas tertentu menjadi bagian dari tren yang umum digunakan dalam konteks informal baik dalam komunikasi digital maupun secara langsung.

Mewing sebagai slang terbentuk melalui eponimi, yaitu pengambilan nama Dr. John Mew, seorang ortodontis yang memperkenalkan teknik untuk memperbaiki bentuk wajah dan rahang lebih tegas dengan meletakkan lidah pada langit-langit mulut. Selain itu, slang ini juga mengalami derivasi, yaitu pembentukan kata baru yang memiliki makna dan kelas kata yang berbeda dengan kata awalnya (Mustikasari et al., 2022), dalam hal ini penambahan akhiran -ing pada kata mew sehingga menjadi mewing. Sebagai slang, mewing tidak hanya disebarkan melainkan dibentuk sebagai tren viral dengan tujuan agar terlihat keren atau baik. Banyak konten diunggah baik di Platform TikTok maupun YouTube Short yang menampilkan bentuk wajah dan rahang tegas penggunaannya. Mewing tidak lagi terbatas hanya pada teknik dalam dunia kesehatan, melainkan menjadi slang yang memuat unsur jenaka bagi penggunaannya, termasuk gen alpha. Biasanya mereka akan memainkan ekspresi

tertentu sambil meletakkan jari telunjuk di atas bibir, seolah-olah diam, kemudian menggerakkan telunjuk di sepanjang rahang sebagai lelucon atau alasan untuk tidak menjawab pertanyaan atau menanggapi orang dewasa, yang menyiratkan bahwa mereka terlalu sibuk dengan latihan rahang. Fenomena tersebut, tidak lain berkat peran media sosial yang memungkinkan penggunaannya untuk mengunggah konten, seperti tutorial atau testimoni dari teknik mewing, hingga lelucon atau parodi terhadap teknik tersebut.

Slang lainnya adalah *negative aura*. Terbentuk dari gabungan kata *negative* dan *aura*, yang merujuk pada seseorang yang memiliki energi buruk atau negatif dan tidak keren. Kata *aura* sendiri sudah menjadi ragam bahasa gaul yang menggambarkan bagaimana seseorang dapat disebut keren. Dengan demikian, penambahan kata *negative* menambah makna yang mengarah pada konotasi negatif. Pembentukan makna ini diperkuat oleh penggunaan meme dan video pendek yang bersifat humor di media sosial, khususnya TikTok, untuk menghitung poin *aura* seseorang apakah bertambah atau berkurang dalam situasi tertentu. Dengan kata lain, media sosial memberikan ruang bagi penggunaannya untuk bersama-sama membentuk dan menyepakati makna dari kata tertentu, seperti *negative aura*. Serupa dengan Wilmanda & Hariyanti (2025), penelitiannya menunjukkan bahwa TikTok berperan dalam pembentukan makna kecantikan yang disepakati secara bersama oleh penggunaannya lewat interaksi-interaksi dalam media sosial tersebut. Berbicara mengenai slang *negative aura*, selain menampilkan kejadian yang bersifat memalukan, biasanya konten juga diiringi musik yang lucu, efek video tertentu, dan emoticon yang mewakili ekspresi konyol atau merendahkan. Hal tersebut efektif menekankan makna dari slang *negative aura*. Selain itu, banyak pengguna termasuk gen alpha menirukan karakteristik dari konten yang menggunakan slang ini, sehingga pola penggunaannya menjadi konsisten dan tersebar luas.

Berbeda dengan *yapping*, slang ini berasal dari kata *yap* dalam bahasa Inggris yang berarti menggonggong atau berbicara terus menerus. Dalam konteks komunikasi digital, khususnya media sosial TikTok dan Youtube, *yapping*

mengalami perluasan makna yang bersifat sarkasme, yakni sindiran terhadap seseorang yang terlalu banyak bicara tanpa memberikan kontribusi yang berarti atau hanya omong kosong belaka. Lebih lanjut, media sosial turut berperan dalam pembentukan makna dari slang ini. Banyak video yang diunggah berisikan penggunaan yapping sebagai reaksi terhadap pengguna lain yang dianggap cerewet. Tidak hanya video reaction dan potongan video yang diedit jenaka, penggunaan yapping sebagai slang juga tercermin dalam kolom komentar. Para pengguna kerap mengolok-olok akun-akun yang berbicara terus menerus, tidak selalu diartikan sarkasme namun juga hiburan semata. Biasanya, pengguna yang mendapati komentar yapping dipostingannya akan memberi komentar kembali dalam bentuk video. Dengan fenomena tersebut, istilah yapping seragam digunakan, sehingga media sosial, lewat interaksi antarpenggunanya, menciptakan makna baru yang kontekstual dan disepakati bersama. Media sosial memfasilitasi interaksi antarindividu, dan karakteristiknya berkontribusi pada perubahan bahasa di kalangan generasi muda (Desrina, 2024).

### ***Peran Media Sosial dalam Penyebaran Slang Generasi Alpha***

Berbicara mengenai slang, media sosial memiliki andil yang cukup besar dalam penyebaran bentuk bahasa informal ini. Menurut Nugraheni et al. (2024), penggunaan singkatan dan slang semakin populer karena pengaruh media sosial. Salah satu slang yang populer di kalangan pengguna media sosial, khususnya generasi alpha adalah GOAT. Merupakan singkatan dari Greatest of All Time, slang ini awalnya hanya digunakan oleh komunitas yang berfokus pada olahraga, khususnya untuk menyebut atlet-atlet terbaik, misalnya Cristiano Ronaldo dan Lionel Messi. Berkat media sosial, slang GOAT menjadi populer tidak terbatas hanya pada komunitas tertentu, namun dapat digunakan untuk menggambarkan sesuatu atau seseorang yang dianggap terbaik sepanjang masa baik dalam dunia musik, kreatif, maupun momen-momen dalam kehidupan sehari-hari. Media sosial menyediakan ruang bagi konten yang diunggah oleh penggunanya untuk menyebar luas dan menjadi viral dalam waktu yang singkat (Azmi, 2025). Tak terkecuali konten-konten yang menggunakan istilah GOAT. Platform seperti

TikTok dan YouTube Short memungkinkan konten, baik dalam bentuk gambar maupun video yang memuat penggunaan slang ini dilihat jutaan kali oleh pengguna. Biasanya, konten-konten tersebut diunggah oleh penggambar yang menampilkan figur idola dengan momen terbaiknya. Dengan format konten yang menarik, baik dari segi visual maupun musik, biasanya konten akan mendapatkan reaksi seperti komentar dari pengguna lain yang memiliki minat sama atau terkait dengan konten tersebut. Pada dasarnya, algoritma media sosial menyesuaikan konten yang ditampilkan relevan dengan preferensi dan interaksi pengguna (Azmi, 2025). Selain menampilkan visual tokoh, biasanya konten juga disertai dengan caption dan emoticon kambing yang penulisannya sama dengan slang ini. Hal tersebut memudahkan pengguna memahami dan ikut menggunakan slang GOAT.

Slang lainnya adalah Big L, merupakan slang yang terbentuk dari gabungan kata big yang berarti besar dan lose atau loss yang disingkat L, berarti kekalahan. Dengan demikian, slang ini digunakan untuk menggambarkan seseorang yang mengalami kekalahan atau sesuatu yang buruk. Slang ini tersebar luas berkat interaksi seperti komentar antar pengguna di media sosial seperti TikTok pada konten yang menampilkan seseorang saat mengalami kejadian memalukan atau kekalahan. Komentar tersebut sering mendapat banyak like dan berada di posisi paling atas, sehingga pengguna lain dapat membacanya. Dengan demikian slang ini semakin luas tersebar dan diadopsi pengguna lain yang sebelumnya tidak tahu. Banyak pengguna juga mengemas kontennya dengan audiovisual yang menarik, seperti menggunakan sound yang terdengar lucu atau satir, sehingga penonton dapat dengan mudah memaknai situasi yang ditampilkan dalam konten tersebut. Selain video, konten meme yang bersifat menghibur dan mudah dipahami mampu menarik perhatian pengguna media sosial secara luas. Karena sifatnya yang viral, meme menjadi salah satu media yang paling umum digunakan dalam penyebaran bahasa gaul melalui media sosial (Anugrah & Azis, 2022). Di samping itu, penggunaan Big L sering dijumpai dalam akun-akun streamers dan influencer yang berfokus pada dunia

gaming. Biasanya mereka akan menggunakan slang ini ketika mengalami kekalahan, baik saat siaran sedang berlangsung maupun live chat yang ditonton oleh banyak penggemarnya. Slang Big L cepat tersebar karena biasanya para penggemar ini akan meniru bahasa atau gaya bicara idolanya. Hal ini sejalan dengan penelitian Abdurrahman (2025) yang menunjukkan bahwa influencer dan content creator memiliki pengaruh yang signifikan terhadap budaya komunikasi remaja karena dianggap sebagai referensi gaya hidup.

Lain halnya dengan cap, slang ini terbentuk melalui metafora, yaitu menggunakan ranah sumber, yaitu benda konkret untuk menggambarkan ranah sasaran atau sesuatu yang abstrak (Lahay, 2022). Pada slang ini, cap atau topi sebagai benda konkret digunakan untuk menggambarkan kebohongan sebagai konsep yang abstrak. Dengan demikian, penggunaan slang cap secara metaforis merujuk pada tindakan yang tidak jujur atau menyembunyikan kebenaran, layaknya topi yang menutupi kepala. Popularitas cap sebagai slang dipengaruhi oleh media sosial termasuk TikTok, yang menjadi ruang pembentuk sekaligus persebaran bahasa. Slang cap sendiri mendapat pengaruh budaya hip-hop dan konten berkonsep challenges atau tren seperti storytime, di mana pengguna akan menyampaikan kejujuran atau sesuatu yang bersifat aneh bahkan lucu dan menutup pernyataannya dengan keterangan no cap. Hal ini sejalan dengan (Rozak et al., 2023) yang memaparkan bahwa pengguna aktif media sosial cenderung mengikuti sesuatu yang sedang menjadi tren, termasuk penggunaan bahasa. Di samping itu, konten-konten yang dianggap tidak masuk akal atau bernuansa humor akan mengundang banyak reaksi dari pengguna lain, mulai dari komentar hingga membagikan ulang. Penggunaan cap yang konsisten dalam berinteraksi di ruang digital membuat slang ini semakin populer dan digunakan oleh yang lain. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial menjadi ruang interaktif yang mendorong keterlibatan penggunanya untuk menggunakan slang.

Slang Ohio merupakan metonimi, yaitu gaya bahasa yang menggantikan sebuah kata dengan kata lain yang berhubungan dekat (Salwia et al., 2022), dalam

hal ini ohio diambil dari nama negara bagian Amerika Serikat, Ohio. Bukan tanpa sebab, penggunaan ohio sebagai slang bermula dari konten-konten di media sosial yang menunjukkan kejadian-kejadian aneh atau tidak masuk akal yang terjadi di Ohio. Banyak meme dan video pendek bertema *only in Ohio* tersebar luas dan cepat, terutama pada platform YouTube Short dan TikTok karena dianggap absurd dan aneh. Konten-konten tersebut biasanya dikemas dengan visual berkonsep glitch, creepy, atau konyol. Hal tersebut menarik perhatian pengguna lain, termasuk memudahkan dalam memahami maksud dari konten yang disampaikan, meniru, hingga membagikan ulang dalam akun media sosialnya. Dalam hal ini, konten-konten yang diunggah tidak lepas dari algoritma halaman *For Your Page*, yang menentukan sejauh mana sebuah konten dapat menjangkau audiens berdasarkan tingkat keterlibatan dan daya tariknya (Hasanah et al., 2022). Dengan kata lain, apabila konten yang menggunakan slang mendapat banyak respons, kemungkinan besar slang tersebut akan tersebar luas dan mulai digunakan oleh pengguna lain.

Sigma sebagai slang merujuk pada seseorang, khususnya pria yang percaya diri, mandiri, sukses, dan populer. Secara sederhana, slang ini berkonotasi positif. Berasal dari konsep sigma male yang populer di internet, istilah ini semakin viral karena menjadi bahan lelucon dalam interaksi digital. Penyebaran sigma sebagai slang tak lepas dari pengaruh TikTok, di mana seorang Tiktokers (sebutan untuk pengguna TikTok) membuat lagu dari slang generasi alpha, termasuk sigma. Hal ini membuat sigma semakin populer sebagai bahasa pergaulan, khususnya anak muda. Selain itu, banyak influencer dan content creator mengunggah konten baik dalam bentuk meme atau video pendek berkonsep sigma face, yaitu ekspresi yang menggambarkan karakter pria mandiri, tidak peduli dengan pendapat orang lain, dan dianggap keren. TikTok sebagai media sosial yang berbasis video pendek memberi peluang bagi slang untuk berkembang tidak hanya dalam bentuk kata-kata baru, tetapi juga berbentuk visual dan audio (Biagi & Suryadmaja, 2025). Dengan demikian, media sosial berperan penting dalam mempercepat penyebaran slang, baik melalui

tren visual maupun narasi populer yang mudah diakses dan diikuti oleh khalayak luas.

## **Simpulan**

Berdasarkan analisis terhadap data yang memuat penggunaan slang oleh generasi alpha di platform TikTok dan YouTube Short, ditarik kesimpulan bahwa media sosial memiliki peran yang signifikan baik dalam pembentukan maupun penyebaran slang di kalangan generasi ini. Pada tahap pembentukan, media sosial memfasilitasi munculnya slang melalui konten audiovisual menarik yang bersifat partisipatif, seperti meme dan ekspresi lainnya. Slang seperti rizz, skibidi, gyatt, dan fanum tax menunjukkan bahwa slang baru dapat muncul baik dari momen viral, karakter tertentu, hingga efek suara yang kemudian dikembangkan bersama oleh pengguna media sosial. Sedangkan dalam tahap penyebaran, media sosial memperluas jangkauan slang secara cepat dan luas lintas platform bahkan komunitas. Slang seperti GOAT, cap, ohio, dan sigma menjadi bagian dalam komunikasi sehari-hari karena algoritma media sosial memungkinkan slang tersebut menjangkau banyak pengguna, sehingga menarik berbagai reaksi, seperti penggunaan ulang, duet, repost, dan komentar di berbagai media sosial.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial mempunyai pengaruh yang besar dalam perkembangan bahasa, tidak hanya menjadi alat untuk menyebarkan bahasa, namun juga berperan aktif sebagai ruang interaksi digital yang memungkinkan pembentukan bahasa gaul sebagai representasi identitas kelompok dalam berkomunikasi. Hal ini juga mencerminkan bagaimana bahasa terus berkembang mengikuti budaya dan tren yang berkembang di masyarakat.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengkaji lebih dalam mengenai pengaruh slang terhadap interaksi antar generasi. Di samping itu, penting pula untuk dilihat bagaimana dinamika perubahan slang seiring perkembangan zaman di media sosial.

## Daftar Pustaka

- Abdurrahman, L. (2025). Pengaruh Media Sosial Terhadap Pola Komunikasi Budaya Di Kalangan Remaja (Studi Pada Remaja Di Desa Suralaga Lombok Timur). *Journal of Science and Social Research*, 2, 1947–1953. <http://jurnal.goretanpena.com/index.php/JSSR>
- Akbar, A., & Cahyo Prawoto, E. (2022). Study Of Vocabulary Morphology In The Form Of Transgender Community Slang Variations In Surabaya. *Jurnal DISASTRI (Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia)*, 4(1).
- Anhar, Hasanah, R., & Aprilia, R. P. (2024). Pengaruh Interaksi Virtual Terhadap Pembentukan Bahasa Slang Di Komunitas Gamer Indonesia: Perspektif Sociolinguistik. *Jiic: Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic>
- Anhar, Vanya, V., Octavia Ramadhani, Z., & Nasrullah, D. (2024). Bahasa Gaul, Media Sosial, Dan Identitas Generasi Alpha.
- Anjani, A., Skinah, M. E., Riesmala, N. Q., Hidayah, R. A., & Fuadin, A. (2025). Dampak Bahasa Slang Pada Komunikasi Sehari Hari Pada Generasi Alphabut. *Jurnal Cakrawala Akademika*, 1(5), 1661–1674. <https://doi.org/10.70182/JCA.v1i5.12>
- Anugrah, M. F., & Azis. (2022). Penggunaan Bahasa Gaul Dalam “Meme” Di Media Sosial Instagram. *Titik Dua: Jurnal Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 2(1).
- Anwar, F. (2022). Generasi Alpha: Tantangan dan Kesiapan Guru Bimbingan Konseling dalam Menghadapinya.
- Azhari Harahap, I., Yusdi Arwana, N., & Wahyu Tami Br Rambe, S. (2020). Teori dalam Penelitian Media.
- Azmi, K. (2025). Fenomena Viral Di Media Sosial: Analisis Pola Komunikasi Dan Pengaruhnya Terhadap Opini Publik. *Journal of Science and Social Research*, 2, 1814–1821. <http://jurnal.goretanpena.com/index.php/JSSR>
- Biagi, I. W. K. Di, & Suryadmaja, G. (2025). Tren Penggunaan Slang di Kalangan Remaja di Platform Tiktok: Analisis Makna dan Penyebarannya. *Journal of Linguistics and Language Teaching*, 1(1), 22–29. <https://doi.org/10.71094/jollt.v1i1.47>
- Budiasa, I. G., Weddha Savitri, P., & Shanti Sari Dewi, A. A. Sg. (2021). Penggunaan Bahasa Slang di Media Sosial. *Humanis*, 25(2), 192. <https://doi.org/10.24843/jh.2021.v25.i02.p08>
- Desrina, I. (2024). Peran Media Sosial dalam Pembentukan Gaya Bahasa Remaja: Studi Literatur tentang Bahasa Gaul dan Adaptasinya dalam

Bahasa Indonesia. Indonesian Research Journal on Education, 4(4).  
<https://irje.org/index.php/irje>

- Ezra, V., Mendrofa, S., Erlykasna, L., Ginting, B., Sitanggang, K., Nainggolan, M., Gracela, M., Gaol, A. L., Evi, S., Hasibuan, F. B., & Melisha Purba, R. (2024). Bahasa Indonesia Dan Globalisasi: Kajian Sociolinguistik Generasi Alpha Di Tengah Popularitas Bahasa Gaul (Slang). In *Jurnal Ilmiah Kajian Multidisipliner* (Vol. 8, Issue 9).
- Hasanah, A. F., Nelloh, L. A. M., & Pratama, S. (2022). How Effective is FYP (ForYouPage) Campaign for Business Contents on in Indonesia? *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Ekonomika*, 14(2), 51–60.
- Hayat, M. A., Jayadiningrat, S., Wibisono, G., Muhammad, D., Iyansyah, I., Syech, U., Arsyad, M., & Banjarmasin, A. (2021). Peran Media Sosial Dalam Komunikasi Politik. In *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi* (Vol. 2, Issue 1).
- Hayati, F. H., & Ningsih, T. (2024). Peran Media Sosial dalam Pelajaran IPS Kelas V di MI Ma'arif NU 1 Ajibarang Wetan. *Islamika*, 6(3), 938–950. <https://doi.org/10.36088/islamika.v6i3.4841>
- Khoirurrohman, T., & Abdan, M. R. (2020). Analisis Pemakaian Variasi Bahasa Slang Pada Remaja Desa Kalinusu: Kajian Sociolinguistik. *Semantika*, 1–11.
- Lahay, S. J. (2022). Metafora dalam kajian linguistik, sastra, dan terjemahan: sebuah pengantar. *DIALEKTIKA: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Budaya*, 9(1).
- Magdalena, Endayana, B., Pulungan, A. I., Maimunah, & Dalimunthe, N. D. (2021). Metode Penelitian Untuk Penulisan Laporan Penelitian Dalam Ilmu Pendidikan Agama Islam. Penerbit Buku Literasiologi. [www:http://literasikitaindonesia.com](http://literasikitaindonesia.com)
- Maulana, W. I., Aninda, F. D., Sudrajat, S., & Syafiq, A. (2023). “Osob Kiwalan Ngalaman”: Mengulik penggunaan bahasa slang sebagai identitas lokal masyarakat Malang, Jawa Timur. *Litera*, 22(1), 40–53. <https://doi.org/10.21831/ltr.v22i1.56310>
- Mokhtarishah, M., & Hasmadi. (2023). Pengaruh Faktor Persepsi Negatif Dan Budaya Tular Terhadap Buli Siber Di Media Sosial Dalam Kalangan Pelajar Dan Golongan Muda. *International Journal of Humanities Technology and Civilization*, 7–15. <https://doi.org/10.15282/ijhtc.v6i1.6662>
- Munawir, M., Alfiana, F., & Pambayun, S. P. (2024). Menyongsong Masa Depan: Transformasi Karakter Siswa Generasi Alpha Melalui Pendidikan Islam yang Berbasis Al-Qur'an. *Attadrib: Jurnal Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah*, 7(1), 1–11. <https://doi.org/10.54069/attadrib.v7i1.628>

- Mustikasari, G., Pratiwi, N., & Ginanjar, B. (2022). Derivasi Verba Denomina Bahasa Indonesia Pada Website Berita Online (Kajian Morfologi). *Fon: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 18(2), 261–271. <https://doi.org/10.25134/fon.v18i2.5147>
- Nabiel Fawwaz, R., Ayula Assyaputri, N., & Aini Rakhmawati, N. (2024). Analisis Tren Penggunaan Bahasa Di Tiktok: Studi Istilah Baru Era Digital Seperti Skibidi, Sigma, Dan Rizz Melalui Kuesioner Dan Data Scraping Komentar Video. In *Etika Teknologi Informasi* (Vol. 1).
- Nasution, W. E. P., & Andriyanti, N. (2022). Pembacaan Semiotik Riffaterre terhadap Puisi-puisi dalam Buku Teks Bahasa Indonesia Kemendikbud Kelas X SMA/MA/SMK/MAK Edisi Revisi 2017 dan Pembelajarannya di Kelas X SMA Negeri 2 Pekanbaru. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa Dan Sastra*, 8(1). <https://e-journal.my.id/onoma>
- Nugraheni, S., Muzaki, Y. A., Amelia, D. R., & Anbiya, B. F. (2024). Strategi Penguatan Penggunaan Bahasa Indonesia Di Kalangan Gen Z Melalui Media Sosial. *PENDIS (Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial)*, 3(1).
- Nurachman, A., Purwaka, A., Timang Palangka Raya, H., Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia FKIP UPR, P., & Timang Palangka Raya, J. H. (2020). Pengaruh Bahasa Gaul Terhadap Penggunaan Bahasa Indonesia pada Siswa SMP Nusantara Palangkaraya Tahun 2020. *Jurnal Pendidikan*, 21, 92–104.
- Oktaviani, V., & Pratiwi, A. (2022). Ragam Bahasa Slang Dalam Media Sosial Twitter. In *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia* (Vol. 5).
- Ondimu, K. O., Magash, T., Omar, A. S., & Omar, A. S. (2024). The Impact of Social Media on Society: A Systematic Literature Review. Article in *The International Journal of Engineering and Science*. <https://doi.org/10.9790/1813-130696106>
- Pitrianti, S., & Maryani, S. (2023). Analisis Bahasa Slang Di Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmiah SEMANTIKA*, 5(01), 9–16.
- Ponomarenko, E. B., Slyshkin, G. G., Baranova, E. A., Anikeeva, I. G., & Sausheva, Y. V. (2021). Linguistic and cultural analysis of the gender characteristics of british song slang. *XLinguae*, 14(2), 169–184. <https://doi.org/10.18355/XL.2021.14.02.13>
- Putri, B. K. B. P., Soraya, N., & Rosalinah, Y. (2025). Sociolinguistic Perspective on Digital Communication: Understanding Gen Alpha Language Use in Tiktok. *Golden Ratio of Data in Summary*, 5(1), 44–48. <https://doi.org/10.52970/grdis.v5i1.886>
- Romdona, S., Senja Junista, S., & Gunawan, A. (2025). Teknik Pengumpulan Data: Observasi, Wawancara Dan Kuesioner. *Jisosepol: Jurnal Ilmu*

- Sosial Ekonomi Dan Politik, 3(1), 39–47.  
<https://samudrapublisher.com/index.php/JISOSEPOL>
- Rozak, R. W. A., Hafidza, S. P., Rahayu, A. P., Fariza, D. M., Fajrin, Z. A., & Ramadhani, K. R. (2023). Analisis Media Sosial sebagai Sumber Referensi Bahasa Gaul dalam Kehidupan Sehari-hari oleh Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 3(2), 78–85.  
<https://doi.org/10.17509/xxxx.xxx>
- Salwia, F., Syahbuddin, S., & Efendi, M. (2022). Analisis Majas Dalam Novel Pasung Jiwa Karya Okky Madasari. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 7(4), 2228–2231. <https://doi.org/10.29303/jipp.v7i4.937>
- Sutandi, S., & Selvia. (2024). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Mandarin Dan Budaya Tiongkok. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 7(2).  
<https://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/ganaya>
- Syarifah, S., Andara, N., Syakira, S., Aqilah, S. T., & Andika, P. M. (2024). Penggunaan Bahasa Slang pada Postingan dan Kolom Komentar Media Sosial X di Era Gen Alpha. *Protasis: Jurnal Bahasa, Sastra, Budaya, Dan Pengajarannya*, 3(2), 70–85.  
<https://doi.org/10.55606/protasis.v3i2.164>
- Triafida, F., Prameswari, C., Rustianik, N., Sinatun Ila, F., Ghozali, T., & Nurhayati, E. (2023). Eksistensi Penggunaan Bahasa Gaul Pada Media Sosial X Yang Mempengaruhi Gaya Bahasa Gen-Z.
- Ulfah, A. K., Razali, R., Rahman, H., Ghofur, A., Bukhory, U., Wahyuningrum, S. R., ... & Muqoddam, F. (2022). *Ragam Analisis Data Penelitian (Sastra, Riset dan Pengembangan)*. IAIN Madura Press.
- Utami, N. P. C. P., Marantika, I. M. Y., & Satyartini, N. P. D. (2021). Analisis Proses Morfologis Pada Ragam Bahasa Istilah Di Masa Pandemi Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Linguistik Dan Sastra (SEMNALISA)*.
- Viany, Y., Lering, M. E. D., & Owon, R. A. S. (2023). Analisis Gaya Bahasa dalam Novel Koala Kumal Karya Raditya Dika. *Jurnal Genesis Indonesia*, 2(02), 95–102. <https://doi.org/10.56741/jgi.v2i02.244>
- Wekke, I. S. (2019). *Metode Penelitian Sosial*.  
<https://www.researchgate.net/publication/344211045>
- Wilmanda, G., & Hariyanti, N. (2025). Pergeseran Standar Kecantikan Indonesia di TikTok @cadburylemonade: Kajian Analisis Wacana Kritis. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(2).  
<https://doi.org/10.21070/kanal.v13i2.1832>
- Yusuf, W. O. Y. H., Bustaming, W. W., Rahmatia, F., Zanurhaini, Z., H, S., Salawati, A. N., Yeni, Y., Rini, R., & Maliati, M. (2024). Pengasuhan

Ideal Bagi Generasi Alpha. *ARDHI : Jurnal Pengabdian Dalam Negri*,  
2(1), 32–45. <https://doi.org/10.61132/ardhi.v2i1.105>

