

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan teknologi komunikasi digital di era komputer dan internet telah membawa perubahan besar dalam cara orang berkomunikasi dan berinteraksi satu sama lain. Komunikasi sekarang bersifat real-time, interaktif, dan lintas batas, tidak seperti sebelumnya, yang bersifat satu arah dan terbatas oleh ruang dan waktu. Transformasi ini sebagian besar disebabkan oleh kemajuan teknologi informasi, terutama sejak munculnya internet. Dengan lebih banyak smartphone, komunikasi digital menjadi lebih mudah dan murah, memungkinkan orang untuk tetap terkoneksi tanpa batasan waktu atau lokasi. Menurut Putri dan rekan-rekannya (2025), cara orang berkomunikasi dan menyampaikan pesan telah diubah secara signifikan oleh kemajuan teknologi komunikasi digital.

Di masa lalu, orang banyak bergantung pada media analog seperti surat, telepon kabel, atau pertemuan tatap muka, yang memiliki keterbatasan waktu dan geografis. Namun, sekarang orang dapat berkomunikasi secara instan melalui perangkat digital seperti ponsel pintar dan laptop yang terhubung ke internet. Perangkat ini memungkinkan komunikasi cepat dan multimodal, yang mencakup emoji, video, teks, suara, dan AR seperti yang disampaikan oleh Nurhayati & Putri (2024). Dalam hal ini, platform media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan

terutama TikTok menjadi sarana penting untuk berinteraksi, terutama bagi remaja. Martínez dan rekan-rekannya (2023) berpendapat disebut sebagai generasi digital native, Generasi Z cenderung menggunakan media sosial sebagai cara utama untuk berkomunikasi, membangun hubungan sosial, dan bahkan membentuk identitas personal di internet.

Era digital telah mempercepat pertukaran informasi dan mengaburkan batas antara ruang privat dan publik serta antara komunikasi massal dan pribadi. Pada akhirnya, ini akan mengubah struktur komunikasi sosial dan budaya. Dari waktu ke waktu, media sosial mengalami evolusi yang signifikan. Di masa lalu, Facebook mendominasi media sosial berbasis teks, tetapi sekarang ditinggalkan oleh platform seperti Instagram, yang berfokus pada visual, dan TikTok, yang berfokus pada video pendek. Menurut Nowacki (2024) membandingkan Facebook dan TikTok dari perspektif desain algoritma dan menyimpulkan bahwa pergeseran dari Facebook ke TikTok disebabkan oleh preferensi pengguna muda terhadap konten yang lebih singkat, personal, dan dikurasi oleh algoritma daripada relasi sosial yang ada di Facebook. Perubahan yang terjadi pada bentuk media ini juga mengubah cara komunikasi yang berkembang di dalamnya. Bagaimana pesan diterima dan dikodekan sangat dipengaruhi oleh fitur teknis masing-masing platform.

Menurut Oszust (2023), TikTok menggunakan algoritma berbasis minat dan tampilan video vertikal untuk mendorong komunikasi yang cepat, efektif, dan berbasis tren visual.

TikTok telah menjadi favorit Gen Z karena menawarkan pengalaman komunikasi yang cocok dengan gaya hidup digital mereka. TikTok telah berkembang menjadi platform hiburan dan ruang partisipasi budaya berkat format video pendek yang mudah diakses, alat editing yang mudah digunakan, dan potensi viralitas. TikTok memberi remaja ruang untuk ekspresi diri yang berbeda, termasuk lelucon, kritik sosial, dan tren gaya hidup, yang secara tidak langsung membentuk budaya digital baru (Ugoala, 2024). Di TikTok, komunikasi cenderung cepat, ringkas, dan multimodal. Selain kata-kata, pengguna menyampaikan pesan melalui ekspresi wajah, gerakan tubuh, musik, teks di layar, dan elemen visual lainnya. Untuk membuat pesan yang mudah dipahami tetapi tetap menarik dalam format ini, Anda harus sangat kreatif. Menurut Nurhayati & Putri (2024) menunjukkan bahwa komunikasi di TikTok menggunakan komunikasi simbolik yang kuat, di mana pesan dapat disampaikan secara implisit melalui kombinasi visual dan bahasa yang performatif.

Fenomena bahasa yang terjadi di TikTok adalah bukti penting dari perubahan bahasa di era internet. Istilah seperti "slay", "gaskeun", "bestie", "no debat", dan "cape ga sih?" menjadi populer dan tersebar luas di berbagai platform, bahkan ke dalam kehidupan sehari-hari. Kosa kata khas ini menunjukkan kemampuan Generasi Z untuk membuat simbol komunikasi yang efektif tetapi penuh makna yang menunjukkan kedekatan identitas antar pengguna (Syafaah & Haryanto, 2024). Menurut Djohan dan rekan-rekannya (2024), salah satu ciri khas gaya komunikasi Generasi Z adalah campuran bahasa atau koding antara bahasa Indonesia, bahasa Inggris, dan istilah gaul digital. Fenomena ini tidak hanya mencerminkan pengaruh globalisasi, tetapi juga

menunjukkan terbentuknya gaya bahasa hybrid yang bersifat fleksibel, ekspresif, dan sering kali eksklusif di kalangan komunitas tertentu.

Bahasa dalam situasi ini lebih dari sekadar alat komunikasi; ia menjadi representasi identitas digital dan sosial. Dengan menggunakan istilah modern, anda dapat menunjukkan hubungan kelompok, preferensi budaya, dan bahkan keberadaan di dunia maya. Menurut (Ugoala, 2024) menekankan bahwa bahasa di media sosial seperti TikTok berfungsi sebagai alat ekspresi sekaligus alat validasi sosial di kalangan generasi muda. Selain itu, ekspresi diri yang ditampilkan dalam gaya komunikasi di TikTok mencerminkan ciri khas Generasi Z: spontan, ironis, sarkastis, hingga playful. Media ini mendukung penyampaian cerita pendek yang visual, informal, dan sangat kontekstual. Putri dan rekan-rekannya (2025) menyampaikan ekspresi semacam ini memperkuat gaya komunikasi khas Gen Z yang lebih responsif, terbuka, dan kreatif dalam membangun persona daring mereka.

Menariknya, tren komunikasi digital yang lahir di TikTok tidak hanya terbatas pada ruang virtual. Banyak gaya bahasa dan cara berkomunikasi yang terbawa ke dunia nyata, seperti dalam interaksi antar teman, percakapan di sekolah, kampus, hingga tempat kerja. Fenomena ini menunjukkan bagaimana media sosial tidak hanya sebagai medium komunikasi, tetapi juga sebagai agen perubahan budaya dan norma komunikasi sosial. Namun demikian, meskipun fenomena ini sangat masif, kajian akademik mengenai perubahan gaya komunikasi akibat tren TikTok masih terbatas (Siagian et al., 2024). Oleh sebab itu, penelitian ini penting untuk mengisi kekurangan

dalam penelitian sebelumnya, dengan melihat bagaimana TikTok memengaruhi cara komunikasi dan penggunaan bahasa di kalangan Generasi Z, serta sejauh mana tren TikTok ini mempengaruhi pola komunikasi generasi Z di kehidupan sehari-hari.

## **1.2 Identifikasi Masalah dan Fokus Penelitian**

Peneliti ingin memahami bagaimana generasi muda, khususnya Generasi Z di Indonesia yang aktif menggunakan TikTok, memaknai perubahan gaya komunikasi dalam menggunakan bahasa yang disebabkan oleh tren yang muncul di platform tersebut. TikTok telah berkembang menjadi platform interaksi utama yang tidak hanya menyediakan konten hiburan tetapi juga menentukan cara Gen Z menyampaikan pesan melalui bahasa visual, ekspresi singkat, dan gaya komunikasi yang sesuai dengan tren. Penggunaan slang, akronim, emoji, dan struktur naratif pendek khas TikTok mencerminkan gaya komunikasi ini. Sebagaimana yang dikemukakan oleh (Kusyairi et al., 2024) bahasa yang digunakan oleh Generasi Z di TikTok mencerminkan perbedaan sosial dan ekspresi identitas, karena mereka menggunakan bahasa slang, acrolec, dan jargon untuk menunjukkan gaya komunikasi unik kelompok mereka.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin menggali lebih dalam makna subjektif dari generasi muda, khususnya generasi Z yang berada dalam rentan 20-26 tahun, yang aktif menggunakan berbagai platform media sosial terutama TikTok. Peneliti ingin mengetahui bagaimana generasi Z memaknai dan menggunakan gaya komunikasi yang ditemukan di TikTok, baik di platform maupun dalam kehidupan sehari-hari,

seperti berbicara dengan teman dan keluarga, atau dalam lingkungan formal, seperti di kampus atau tempat kerja. Hal ini sejalan dengan gagasan (Siagian et al., 2024) ,yang menyatakan bahwa generasi Z bukan hanya menciptakan tren hiburan visual tetapi juga menciptakan kosakata baru yang digunakan dalam praktik komunikasi sosial. Generasi Z secara aktif menggunakan istilah viral yang populer di TikTok dalam komunikasi sehari-hari mereka. Selain itu, temuan ini menunjukkan bahwa gaya bahasa yang dibentuk di TikTok tidak hanya ada di platform itu sendiri, tetapi telah menyebar ke berbagai konteks komunikasi, seperti lingkungan kampus atau komunitas. Ini menunjukkan perubahan norma bahasa yang dipengaruhi oleh budaya digital, di mana istilah viral menjadi alat ekspresi diri di dunia nyata dan simbol identitas kelompok.

Berdasarkan latar belakang tersebut, fokus dari penelitian ini adalah untuk meneliti bagaimana Generasi Z memaknai, mengadopsi, dan menerapkan gaya komunikasi serta bahasa yang berkembang dari tren TikTok dalam kehidupan sehari-hari mereka. Penelitian ini akan mempelajari secara menyeluruh bagaimana gaya bahasa khas dari TikTok, seperti bahasa gaul, slang, meme, dan campuran bahasa digunakan dalam berbagai konteks komunikasi, baik dalam interaksi dengan orang lain maupun dalam diri mereka sendiri. Peneliti juga melihat bagaimana konteks sosial memengaruhi pemilihan gaya bahasa dan bagaimana orang menggunakan istilah di TikTok di luar platform digital.

Fokus ini diangkat karena banyak penelitian yang membahas pengaruh media sosial terhadap perilaku bahasa Generasi Z, tetapi hanya beberapa penelitian yang secara khusus mengkaji bagaimana tren di TikTok mempengaruhi gaya komunikasi generasi Z di kehidupan sehari-hari. Jenis variasi bahasa dan perubahan makna kata dalam komunikasi digital adalah contoh beberapa studi saat ini yang berfokus pada analisis linguistik. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Agustiana et al. (2024) menyelidiki perubahan makna dalam kosakata yang digunakan oleh Generasi Z di media sosial seperti TikTok. Meskipun demikian, ia lebih menekankan aspek semantik daripada praktik komunikasi sebagai praktik sosial atau makna pribadi yang dibentuk pengguna dalam kehidupan nyata. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk melihat lebih dekat bagaimana TikTok dapat membentuk gaya komunikasi baru, terutama di kalangan generasi Z yang lahir dan besar di tengah era digital.

### **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian yang telah dijelaskan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana perbedaan gaya komunikasi generasi Z dalam berinteraksi di platform media sosial Tiktok dan dalam kehidupan sehari-hari?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dari rumusan masalah yang telah dijabarkan, oleh karena itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis gaya komunikasi Generasi Z

dalam berinteraksi di media sosial TikTok dan dalam kehidupan sehari-hari dengan fokus pada elemen-elemen linguistik yang digunakan seperti, penggunaan bahasa gaul, variasi slang, meme, dan campuran bahasa Indonesia – Inggris.

Melalui dari tujuan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada kajian komunikasi, terutama yang berkaitan dengan konstruksi perubahan gaya komunikasi dan penggunaan bahasa generasi Z di TikTok. Hasil penelitian ini juga diharapkan menjadi dasar mendalam, untuk memahami bagaimana Generasi Z menggunakan TikTok untuk menggunakan gaya bahasa TikTok di kehidupan sehari-hari baik formal maupun informal. Pengetahuan ini juga diharapkan berguna tidak hanya untuk kepentingan akademis, tetapi juga untuk pembuat kebijakan, praktisi komunikasi, dan pembuat kebijakan.

## **1.5 Signifikansi Penelitian**

### **1.5.1 Signifikansi Akademis**

Penelitian ini memiliki signifikansi akademis yang penting dalam memperkaya kajian ilmu komunikasi dan linguistik kontemporer, khususnya yang berkaitan dengan perubahan gaya komunikasi generasi Z Dalam era digital. Dengan fokus pada platform TikTok, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pemahaman bagaimana media sosial tidak hanya menjadi medium penyebaran pesan, tetapi juga sebagai ruang pembentukan gaya komunikasi dan inovasi bahasa. Secara khusus, penelitian ini memperluas pemahaman tentang bagaimana tren bahasa yang berkembang di TikTok dibawa ke dalam konteks komunikasi sehari-hari, baik informal maupun formal, serta

bagaimana hal tersebut membentuk identitas sosial dan gaya interaksi lintas situasi.

### **1.5.2 Signifikansi Sosial dan praktik**

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak. Bagi pendidik dan institusi pendidikan, hasil penelitian ini dapat membantu memahami pola komunikasi khas Generasi Z, sehingga pendekatan pengajaran dapat disesuaikan agar lebih relevan dan efektif. Bagi orang tua, penelitian ini memberi wawasan untuk memahami cara berkomunikasi anak-anak mereka yang dipengaruhi oleh tren TikTok, sehingga tercipta komunikasi lintas generasi yang lebih terbuka. Bagi pelaku industri kreatif, media, dan pemasaran, temuan ini dapat dimanfaatkan untuk merancang konten yang lebih sesuai dengan gaya bahasa dan selera Gen Z. Sementara itu, bagi pembuat kebijakan atau pemerhati literasi digital, penelitian ini dapat dijadikan dasar untuk menyusun program literasi media yang tidak hanya menekankan etika digital, tetapi juga kesadaran terhadap perubahan gaya komunikasi di kalangan generasi muda. Akhirnya, bagi peneliti lain, kajian ini dapat menjadi referensi awal untuk memperluas eksplorasi tentang hubungan antara tren media sosial, bahasa, dan identitas sosial dalam masyarakat digital.