

STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL GENERASI Z: ANALISIS PRAGMATIK KREATIVITAS BAHASA DALAM KOMENTAR TIKTOK

Desti Ningsih¹, Eklesia Gifty Zefanya², Putri Auliya Rahmah³,
Rizka Ayu Ramadhani⁴, Anhar⁵

^{1, 2, 3, 4, 5}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Balikpapan, Balikpapan, Kalimantan Timur, Indonesia
Email: anhar@stiebalikpapan.ac.id

Article History

Received: 06-10-2025

Revision: 16-08-2025

Accepted: 19-09-2025

Published: 21-10-2025

Abstract. This study aims to analyze Generation Z's digital communication strategies through linguistic creativity in comments on the TikTok platform from a pragmatic perspective. The method used is a descriptive qualitative approach with pragmatic analysis. The research data was obtained from comments on a number of popular accounts that are widely accessed by Generation Z. The results of the study show that linguistic creativity functions as a pragmatic strategy that supports communication efficiency, affirms group identity, and strengthens social relationships between users. Furthermore, the use of language with a sense of solidarity shows that digital communication not only functions as a means of information exchange but also as an instrument for forming social closeness and self-expression. Thus, this study confirms that Generation Z's digital communication on TikTok plays an important role in shaping identity, social networks, and contemporary language culture.

Keywords: Generation Z, Digital Communication, Pragmatism, Linguistic Creativity, TikTok

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi digital Generasi Z melalui kreativitas bahasa dalam komentar di platform TikTok dengan perspektif pragmatik. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan analisis pragmatik. Data penelitian diperoleh dari komentar pada sejumlah akun populer yang banyak diakses oleh Generasi Z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas bahasa berfungsi sebagai strategi pragmatik yang mendukung efisiensi komunikasi, menegaskan identitas kelompok, serta memperkuat hubungan sosial antarpengguna. Selain itu, penggunaan bahasa dengan nuansa solidaritas menunjukkan bahwa komunikasi digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana pertukaran informasi, tetapi juga sebagai instrumen pembentukan kedekatan sosial dan ekspresi diri. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa komunikasi digital Generasi Z di TikTok memiliki peran penting dalam membentuk identitas, jaringan sosial, dan budaya berbahasa kontemporer.

Kata Kunci: Generasi Z, Komunikasi Digital, Pragmatik, Kreativitas Bahasa, TikTok

How to Cite: Ningsih, D., Zefanya, E. G., Rahmah, P. A., Ramadhani, R. A., & Anhar. (2025). Strategi Komunikasi Digital Generasi Z: Analisis Pragmatik Kreativitas Bahasa dalam Komentar Tiktok. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 6 (6), 9942-9949. <http://doi.org/10.54373/imeij.v6i6.4331>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar terhadap cara manusia berkomunikasi, terutama di kalangan generasi muda yang dikenal sebagai Generasi Z. Generasi ini tumbuh bersamaan dengan kemajuan internet dan media sosial, sehingga pola komunikasi

mereka bersifat cepat, interaktif, dan kontekstual. Media sosial tidak hanya menjadi ruang hiburan, tetapi juga sarana untuk berinteraksi, membangun identitas, serta mengekspresikan diri (Sulistianah et al., 2025). Di antara berbagai platform, *TikTok* menjadi salah satu yang paling populer karena kemampuannya menghadirkan komunikasi multimodal melalui video singkat yang memadukan unsur visual, audio, dan teks dalam satu format yang menarik.

Kolom komentar di *TikTok* memainkan peran penting sebagai medium interaksi antarpengguna. Bagi Generasi Z, komentar tidak sekadar tanggapan terhadap konten, melainkan ruang ekspresi yang sarat kreativitas bahasa. Berbagai bentuk inovasi linguistik muncul di dalamnya, seperti penggunaan humor, ironi, campuran bahasa, singkatan, serta simbol dan emoji yang berfungsi pragmatis dalam memperkuat makna ujaran (Julianti & Rumilah, 2024). Fenomena ini menunjukkan bahwa bahasa dalam ruang digital tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana membangun kedekatan sosial dan mempertegas identitas kelompok (Sinambela et al., 2025).

Pendekatan pragmatik menjadi relevan untuk mengkaji fenomena tersebut karena fokusnya tidak hanya pada bentuk bahasa, tetapi juga pada konteks, maksud, dan implikatur yang terkandung di balik ujaran. Penelitian pragmatik dalam konteks media sosial sebelumnya telah menyoro strategi kesantunan, tindak tutur, dan fungsi sosial bahasa dalam interaksi digital (Sulistianah et al., 2025). Namun, kajian yang secara khusus menelusuri hubungan antara kreativitas bahasa dan strategi komunikasi pragmatik di platform *TikTok* masih terbatas. Padahal, kreativitas bahasa yang muncul dalam komentar tidak hanya mencerminkan inovasi leksikal, tetapi juga menggambarkan kemampuan generasi muda menggunakan bahasa secara strategis untuk membangun relasi, menyampaikan kritik, atau memperkuat solidaritas sosial.

Sebagian besar penelitian terdahulu berfokus pada bentuk variasi bahasa yang digunakan di media sosial, namun belum banyak yang menganalisis bagaimana bentuk-bentuk tersebut berfungsi dalam konteks pragmatik. Kesenjangan ini membuka peluang untuk menelusuri secara lebih mendalam bagaimana kreativitas linguistik di *TikTok* digunakan sebagai strategi komunikasi. Misalnya, bagaimana humor dapat berfungsi meredakan ketegangan, ironi digunakan untuk menyampaikan kritik secara halus, atau penggunaan emoji memperkuat makna emosional dalam percakapan (Lutpiana, 2025). Lebih dari itu, kreativitas bahasa di *TikTok* sering kali menjadi sarana pembentukan solidaritas kelompok dan penanda identitas generasi, di mana pengguna saling memahami makna-makna tersirat melalui konteks budaya digital yang mereka bangun bersama.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: (1) mendeskripsikan bentuk-bentuk kreativitas bahasa yang digunakan Generasi Z dalam komentar di *TikTok*; (2) menganalisis strategi komunikasi pragmatik yang muncul melalui komentar, baik dalam bentuk tindak tutur, implikatur, maupun fungsi sosialnya; dan (3) mengidentifikasi hubungan antara bentuk linguistik kreatif dengan tujuan komunikatif yang melatarbelakanginya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian pragmatik digital serta memberikan gambaran tentang pola komunikasi Generasi Z yang dapat dimanfaatkan dalam pengembangan literasi digital dan riset komunikasi kontemporer.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif untuk menggambarkan secara mendalam strategi komunikasi digital Generasi Z dalam komentar *TikTok*. Pendekatan kualitatif dipilih karena fokus penelitian tidak hanya pada bentuk bahasa, tetapi juga pada makna pragmatik yang terkandung di dalamnya. Data utama penelitian berupa komentar-komentar pada beberapa konten *TikTok* yang dibuat oleh kreator populer dan memiliki audiens dominan dari kalangan Generasi Z. Pemilihan data dilakukan secara purposive, yaitu memilih komentar yang mengandung kreativitas bahasa seperti penggunaan humor, ironi, singkatan, campuran bahasa, serta simbol nonverbal seperti emoji.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode dokumentasi, yaitu merekam dan mengarsipkan komentar-komentar yang relevan dari konten *TikTok*. Data kemudian diklasifikasikan berdasarkan kategori bentuk kreativitas bahasa. Setelah itu, dilakukan analisis pragmatik dengan menggunakan kerangka tindak tutur, implikatur, serta strategi kesantunan. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi maksud komunikatif dan strategi bahasa yang digunakan Generasi Z dalam membangun interaksi digital. Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi teori, yaitu membandingkan hasil analisis dengan temuan penelitian sebelumnya terkait pragmatik digital dan variasi bahasa di media sosial (Sulistianah et al., 2025; Julianti & Rumilah, 2024). Selain itu, diskusi dengan rekan sejawat dilakukan untuk memastikan interpretasi data tetap konsisten dan objektif. Dengan metode ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai strategi komunikasi digital Generasi Z melalui kreativitas bahasa pada komentar *TikTok*.

HASIL

Dari analisis terhadap 500 komentar *TikTok* dari pengguna Generasi Z pada konten populer, yang tersebar di beberapa akun dengan pengikut antara 100 ribu hingga 1 juta, ditemukan beberapa bentuk kreativitas bahasa dan strategi pragmatik yang menonjol.

Bentuk Kreativitas Bahasa

- Singkatan/slang yang dimodifikasi, misalnya “OMG”, “gils”, “nkng” (keren banget), “sbnrnya” (sebenarnya) yang sering muncul dalam komentar singkat.
- Mixing bahasa Indonesia dan bahasa Inggris (“*code-mixing*”), misalnya “*so cute* banget” atau “It’s bussin bro”, di mana frasa Inggris digunakan untuk menambah kekuatan ekspresif.
- Emotikon/emoji dan simbol visual sebagai penguat makna atau menyampaikan nuansa tidak eksplisit (misalnya 🤔, 🤔, 🤔) untuk humor atau ironi.
- Humor, ironi, sarkasme: komentar-komentar yang tampak bertolak belakang secara literal dengan maksud sebenarnya (“Wah, talentanya nggak keliatan sama sekali, hebat deh!”) yang mengandung sindiran.

Strategi Komunikatif/Konteks Pragmatis

- Tindak tutur ekspresif sering muncul: pujian, ejekan, kritik, ungkapan kekaguman, atau kekesalan.
- Tindak tutur direktif muncul misalnya ajakan, saran, atau permintaan, terutama dalam bentuk komentar kepada kreator untuk membuat konten tertentu atau memperbaiki sesuatu.
- Implikatur: banyak komentar yang menyiratkan makna lebih dari apa yang tertulis, melalui penggunaan ironi, pemilihan kata yang ambigu, atau penggunaan simbol/emotikon.
- Strategi kesantunan: meskipun banyak komentar yang langsung atau sarkastik, terdapat pula upaya menjaga muka lawan tutur, seperti pujian atau doa, terutama di komentar yang ditujukan kepada kreator atau sesama pengguna yang dihormati.

Frekuensi dan Kombinasi Strategi

- Komentar yang mengandung ironi + emoji cukup sering muncul, misalnya ironi yang dibungkus dengan emotikon ketawa atau wajah malu, sebagai cara soft untuk menyindir.
- Komentar dengan *directness* (langsung) lebih sering ditemukan di akun dengan follower banyak, dan ketika topik konten mengundang opini kontroversial atau menantang.

- Komentar yang bersifat solidaritas sosial (misalnya dukungan terhadap kreator sesama, atau sesama penggemar) biasanya menggunakan bahasa positif dan lebih santun, sering memakai bentuk collective pronoun (“kita”, “teman-teman”) dan emotikon positif seperti ☺.

DISKUSI

Kesantunan dan Teori Brown & Levinson

Teori kesantunan (Brown & Levinson, 1987) memperkenalkan dua jenis kesantunan: positive politeness dan negative politeness, serta bentuk *off-record* dan *bold on record*. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa netizen generasi Z menggunakan kedua jenis tersebut tergantung konteks: misalnya pada komentar yang bernada humor atau ironi, mereka cenderung menggunakan *off-record* atau *positive politeness* untuk mempertahankan muka lawan tutur. Ini mirip dengan yang ditemukan dalam penelitian Kesantunan Berbahasa Netizen pada Komentar *TikTok* Ayu Ting-Ting (Fitri, Prasetyo, & Fatmawati, 2025), yang menunjukkan penggunaan *positive politeness* dan *negative politeness* serta *off-record* dan *bold on record* dalam komentar netizen.

Peran Humor, Ironi, dan Sarkasme

Penelitian “Analisis Penggunaan Gaya Bahasa Sarkasme Netizen di Media Sosial *TikTok*” (Sarli, Nurhadi, & Sari, 2023) menemukan bahwa sarkasme banyak digunakan untuk menyampaikan kritik, penolakan, atau sentimen negatif dengan cara yang tidak langsung. Temuan sekarang menguatkan bahwa sarkasme dan ironi bukan hanya untuk menyindir, tapi juga sebagai strategi pragmatik untuk melindungi muka penulis komentar, membangun solidaritas dengan pembaca yang memahami konteks, atau bahkan untuk menunjukkan popularitas “*in-group*” yang tahu kode budaya tertentu.

Kreativitas Bahasa sebagai Strategi Pragmatik

Hasil mengenai penggunaan singkatan, campuran bahasa, dan emotikon sebagai penguat nuansa komunikasi mendukung literatur tentang sosiolinguistik digital yang menekankan bahwa Generasi Z tidak hanya mengikuti aturan bahasa standar, tetapi juga menciptakan varian untuk ekspresi identitas, kecepatan komunikasi, dan efisiensi. Misalnya, penelitian Realitas Penggunaan Bahasa Indonesia dalam Media Sosial *TikTok* Mahasiswa oleh Dewani et al. (2024) menunjukkan bahwa bahasa di *TikTok* mendorong kreativitas, namun juga

menimbulkan risiko seperti penggunaan bahasa ofensif atau kehilangan keaslian linguistik. Temuan ini juga sejalan dengan studi Anhar, Khoirunnisaa, Septianti, dan Asmawati (2024) yang menyoroti pengaruh *TikTok* terhadap perkembangan bahasa di kalangan Generasi *Alpha*, di mana platform ini memunculkan bentuk-bentuk bahasa baru yang sering kali diadopsi oleh Generasi Z sebagai bagian dari gaya komunikasi kreatif mereka.

Fungsi Sosial dan Komunikasi Digital

Penemuan bahwa komentar-komentar solidaritas sosial menggunakan bahasa yang lebih santun dan ekspresif positif menghubungkan ke teori pragmatik tentang peran komunikasi sebagai alat pembangunan relasi sosial, bukan sekadar pertukaran informasi. Strategi seperti menggunakan *collective pronoun* (“kita”), emotikon positif, atau pujian adalah bentuk *affiliative language* yang membangun kedekatan. Hal ini juga konsisten dengan studi Analisis Tindak Tutur dalam Komentar Pembaca Berita Kriminal di Instagram (Palupi et al., 2023), yang menemukan tindak tutur ekspresif mendominasi dalam konteks di mana publik ikut terlibat secara emosional. Selain itu, penelitian Anhar, Hazlin, Simanjuntak, dan Nurbidayah (2024) menguatkan bahwa interaksi di media sosial mendorong kebiasaan literasi baru, termasuk cara Generasi Z mengekspresikan gagasan dalam bentuk komentar yang tidak hanya komunikatif tetapi juga berperan dalam membangun identitas sosial.

Platform dan Kontekstualisasi

Temuan perbedaan gaya bahasa tergantung akun (jumlah *follower*, tema konten) dan konten (jenis video: hiburan vs kontroversial) mengacu pada teori bahwa konteks pragmatik sangat memengaruhi pemilihan strategi bahasa (misalnya konteks sosial, identitas penutur dan audiens, norma komunitas digital). Penelitian Analisis Pragmatik Strategi Kesantunan dalam Komentar di Media Sosial (Sulistianah, Nurhasanah, & Rohbiah, 2025) misalnya menemukan bahwa *negative politeness* dan bentuk komentar sarkastik lebih sering muncul di platform *TikTok* dan *Facebook* dibanding Instagram, karena karakteristik platform dan ekspektasi *audience*.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa strategi komunikasi digital Generasi Z di *TikTok* merupakan bentuk adaptasi linguistik dan sosial terhadap konteks komunikasi modern yang serba cepat dan multimodal. Kreativitas bahasa yang mereka gunakan, baik dalam bentuk humor, ironi, singkatan, campuran bahasa, maupun penggunaan emotikon, tidak semata-mata berfungsi estetis, tetapi juga sebagai strategi pragmatik yang mencerminkan kesadaran sosial, identitas kelompok, dan kebutuhan menjaga keharmonisan

interaksi. Pola penggunaan bahasa ini menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki kemampuan tinggi dalam menyesuaikan gaya berbahasa sesuai konteks dan audiens, sekaligus membangun solidaritas dan identitas digital melalui praktik kebahasaan yang kreatif. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperkuat temuan sebelumnya mengenai kesantunan dan variasi bahasa di media sosial, tetapi juga memperluas pemahaman tentang fungsi pragmatik bahasa dalam membentuk budaya komunikasi baru di ruang digital kontemporer.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital Generasi Z di *TikTok* ditandai oleh kreativitas bahasa yang tinggi dan fungsi sosial yang kuat dalam interaksi daring. Kreativitas ini tampak melalui penggunaan singkatan, campuran bahasa, emotikon, serta bentuk ekspresi nonformal lain yang tidak hanya mempercepat komunikasi, tetapi juga menjadi penanda identitas generasi. Di sisi lain, komentar dengan nuansa solidaritas, empati, dan dukungan memperlihatkan bahwa komunikasi digital berfungsi membangun relasi sosial, sejalan dengan teori pragmatik tentang peran bahasa dalam mempererat kedekatan. Temuan ini menegaskan bahwa Generasi Z tidak hanya memanfaatkan *TikTok* sebagai ruang hiburan, tetapi juga sebagai arena konstruksi identitas dan jaringan sosial. Namun, kreativitas tersebut sekaligus menghadirkan tantangan, seperti risiko penyimpangan norma bahasa atau potensi eksklusi bagi yang tidak familiar dengan gaya komunikasi baru ini. Dengan demikian, penelitian ini memperkaya pemahaman tentang strategi komunikasi digital Generasi Z sekaligus membuka peluang studi lebih lanjut terkait implikasi sosial dan pendidikan dari pola komunikasi tersebut.

REKOMENDASI

Berdasarkan temuan penelitian, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat diajukan. Pertama, pendidik dan praktisi bahasa perlu mengintegrasikan fenomena komunikasi digital Generasi Z ke dalam pembelajaran bahasa, misalnya dengan menjadikan kreativitas bahasa di media sosial sebagai bahan diskusi untuk menumbuhkan kesadaran kritis tentang fungsi dan dampaknya. Kedua, pengguna *TikTok*, khususnya Generasi Z, disarankan lebih bijak dalam berbahasa dengan menyeimbangkan ekspresi kreatif dan kepatuhan pada etika komunikasi agar tidak menimbulkan salah tafsir maupun penggunaan bahasa yang merugikan. Ketiga, pembuat kebijakan dan pemangku kepentingan di bidang literasi digital sebaiknya menyediakan program edukasi yang mendorong pemanfaatan media sosial secara produktif, tidak hanya untuk hiburan tetapi juga untuk pengembangan kemampuan komunikasi, literasi, dan

kolaborasi. Terakhir, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengeksplorasi lebih jauh perbandingan strategi komunikasi digital antar generasi atau lintas platform media sosial agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai dinamika bahasa dan interaksi digital di era kontemporer.

REFERENSI

- Anhar, A., Hazlin, N. A. A., Simanjuntak, A., & Nurbidayah, D. (2024). Interaksi media sosial dan minat baca di kalangan Gen Z. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 5(5), 6241–6248. <https://doi.org/10.54373/imeij.v5i5.1973>
- Anhar, A., Khoirunnisaa, K., Septianti, L., & Asmawati, M. (2024). Pengaruh TikTok terhadap perkembangan bahasa di kalangan Generasi Alpha. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 5(5), 6341–6346. <https://doi.org/10.54373/imeij.v5i5.1994>
- Brown, P., & Levinson, S. C. (1987). *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge University Press.
- Dewani, D., Iskandar, I., & Gunawan, R. (2024). Realitas penggunaan bahasa Indonesia dalam media sosial TikTok mahasiswa. *Proceedings Series on Social Sciences & Humanities*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10491397>
- Fitri, N., Prasetyo, R., & Fatmawati, N. (2025). Kesantunan berbahasa netizen pada komentar TikTok Ayu Ting-Ting. *Argopuro Journal of Humanities, Social, Political and Education*, 5(1), 379–392. <https://ejournal.cahayailmubangsa.institute/index.php/argopurojournal/article/view/2910>
- Julianti, S., & Rumilah, S. (2024). Variasi bahasa pada kolom komentar di media sosial TikTok. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra*, 10(1), 45–55.
- Lutpiana, N. (2025). Speech act dalam media sosial TikTok Gen Z Lombok Timur. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 14(2), 210–220.
- Sarli, A., Nurhadi, H., & Sari, D. N. (2023). Analisis penggunaan gaya bahasa sarkasme netizen di media sosial TikTok. *Knowledge: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 4(4), 2627–2638. <https://jurnalp4i.com/index.php/knowledge/article/view/2191>
- Sinambela, D., Daulay, M. J., Simanjuntak, N. K., Patrisia, E., & Lubis, F. (2025). *Peran Bahasa Indonesia dalam Ruang Digital untuk Memperkuat Persatuan di Era Media Sosial*. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(3), 30269–30273.
- Sulistianah, S., Nurhasanah, F., & Rohbiah, T. S. (2025). Analisis pragmatik strategi kesantunan dalam komentar di media sosial. *Fonologi: Jurnal Ilmuan Bahasa dan Sastra Inggris*, 6(1), 33–44. <https://journal.aspirasi.or.id/index.php/Fonologi/article/view/2025>
- Tyas Palupi, E., Nugroho, A., & Handayani, W. (2023). Analisis tindak tutur dalam komentar pembaca berita kriminal di Instagram. *Skripta: Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesia*, 9(2), 34–46. <https://journal.upy.ac.id/index.php/skripta/article/view/5956>