

INTERAKSI SOSIAL DAN INTERAKSI VIRTUAL TERHADAP VARIASI BAHASA GENERASI Z DI MEDIA DIGITAL: KAJIAN PRAGMATIK

Muhammad Ya'mar Farhan¹, Muhammad Irham², Isnayla Putri Antoni³,
Raudlotul Jannah Al Ghazali⁴, Novan Wildana⁵, Anhar⁶
^{1, 2, 3, 4, 5, 6}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Balikpapan, Kalimantan Timur, Indonesia
Email: anhar@stiebalikpapan.ac.id

Article History

Received: 06-12-2025

Revision: 15-01-2026

Accepted: 17-01-2026

Published: 19-01-2026

Abstract. This study aims to analyse the language variations of Generation Z in face-to-face social interactions and virtual interactions on digital media from a pragmatic perspective. The study focuses on platforms widely used by Generation Z, namely TikTok, Instagram, and Twitter/X. The study uses a descriptive qualitative method with a virtual ethnographic approach. Data was collected through participant observation, note-taking techniques, and in-depth interviews with 15 informants aged 18–24 years. In addition, data was collected from posts, comments, and forms of digital interaction that represent Generation Z's distinctive language use. Data analysis was carried out through the stages of data reduction, grouping of linguistic units, interpretation of speech context, and drawing conclusions based on the pragmatic functions of speech, such as intent, implicature, and communication strategies used. The results of the study show that Generation Z's language variation is formed through dynamic interactions between offline and online social spaces. Terms such as FYP, POV, Reels, OOTD, sender, and retweet have undergone shifts in meaning and function to become slang that is expressive, creative, and contextual. This language variation serves as a marker of group identity, a means of social solidarity, and an adaptive strategy in digital communication.

Keywords: Generation Z, Language Variation, Social Interaction, Virtual Interaction, Digital Pragmatics

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis variasi bahasa Generasi Z dalam interaksi sosial tatap muka dan interaksi virtual di media digital dengan perspektif pragmatik. Kajian difokuskan pada platform yang banyak digunakan Generasi Z, yaitu TikTok, Instagram, dan Twitter/X. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan etnografi virtual. Data diperoleh melalui observasi partisipan, teknik simak dan catat, serta wawancara mendalam terhadap 15 informan berusia 18–24 tahun. Selain itu, data dikumpulkan dari unggahan, komentar, dan bentuk interaksi digital yang merepresentasikan penggunaan bahasa khas Generasi Z. Analisis data dilakukan melalui tahap reduksi data, pengelompokan satuan lingual, penafsiran konteks tutur, dan penarikan simpulan berdasarkan fungsi pragmatik tuturan, seperti maksud, implikatur, dan strategi komunikasi yang digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variasi bahasa Generasi Z terbentuk melalui interaksi dinamis antara ruang sosial luring dan daring. Istilah seperti FYP, POV, Reels, OOTD, sender, dan retweet mengalami pergeseran makna dan fungsi menjadi bahasa gaul yang bersifat ekspresif, kreatif, dan kontekstual. Variasi bahasa tersebut berperan sebagai penanda identitas kelompok, sarana solidaritas sosial, serta strategi adaptif dalam komunikasi digital.

Kata Kunci: Generasi Z, Variasi Bahasa, Interaksi Sosial, Interaksi Virtual, Pragmatik Digital

How to Cite: Farhan, M. Y., Irham, M., Antoni, I. P., Ghazali, R. J. A., Wildana, N., & Anhar. (2026). Interaksi Sosial dan Interaksi Virtual Terhadap Variasi Bahasa Generasi Z di Media Digital: Kajian Pragmatik. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 7 (1), 800-808. <http://doi.org/10.54373/imeij.v7i1.4996>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dan pesatnya penetrasi media sosial telah membentuk ekosistem komunikasi baru yang mengubah cara manusia berinteraksi dan berbahasa (Crystal, 2011). Perubahan ini tidak hanya terlihat pada medium komunikasi yang digunakan, tetapi juga pada praktik kebahasaan yang semakin beragam dan kontekstual. Media digital menghadirkan ruang interaksi yang cepat, informal, dan multimodal sehingga mendorong lahirnya berbagai variasi bahasa sebagai respons terhadap kebutuhan komunikasi di era digital.

Generasi Z merupakan kelompok yang berada di garis terdepan dalam perubahan tersebut. Sebagai generasi yang lahir dan tumbuh bersama perkembangan internet dan teknologi digital, Generasi Z memiliki karakteristik sebagai digital native yang akrab dengan media sosial sejak usia dini (Premsky, 2001). Kondisi ini memengaruhi cara mereka berkomunikasi, baik dalam interaksi tatap muka maupun dalam interaksi virtual. Bahasa yang digunakan Generasi Z dalam ruang digital kerap dianggap menyimpang dari bahasa baku, padahal dari sudut pandang linguistik, fenomena tersebut mencerminkan kreativitas berbahasa serta kemampuan adaptasi terhadap konteks komunikasi yang terus berubah.

Salah satu bentuk variasi bahasa yang menonjol dalam praktik komunikasi Generasi Z adalah bahasa gaul. Bahasa gaul merupakan bentuk komunikasi tidak resmi yang berkembang dalam komunitas tertentu dan berfungsi untuk mengekspresikan kedekatan, solidaritas, serta identitas kelompok. Bahasa ini umumnya bersifat singkat, dinamis, dan kreatif, serta mudah mengalami perubahan sesuai dengan tren sosial dan media yang digunakan (Budiman, 2023). Dalam kajian sociolinguistik dan pragmatik, bahasa dipahami sebagai sistem yang dinamis dan tidak pernah statis. Bahasa terus berevolusi menyesuaikan dengan medium, tujuan, serta partisipan komunikasi (Wardhaugh & Fuller, 2015). Media digital, dengan karakteristiknya yang interaktif dan visual, memunculkan berbagai bentuk kebahasaan baru seperti neologisme, akronim, penyingkatan, emoji, dan unsur visual lain yang menyatu dengan teks. Variasi tersebut tidak sekadar bentuk penyederhanaan bahasa, tetapi merupakan tindakan komunikatif yang sarat makna dan membutuhkan kompetensi pragmatik tertentu untuk memproduksi serta memahaminya (Yus, 2011).

Berbagai penelitian terdahulu telah mengkaji variasi bahasa dalam komunikasi digital. Androutsopoulos (2011), misalnya, meneliti computer-mediated communication (CMC) dalam konteks lintas budaya, sementara di Indonesia, Nurmaily (2021) mengkaji pemertahanan bahasa daerah melalui media sosial. Namun demikian, sebagian besar penelitian tersebut masih berfokus pada aspek bentuk linguistik, seperti leksikal atau morfosintaksis. Kajian yang secara mendalam menelaah aspek pragmatik, terutama yang membandingkan secara eksplisit interaksi sosial luring dan daring dalam membentuk variasi bahasa Generasi Z, masih relatif terbatas.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini berfokus pada analisis kontrastif variasi bahasa Generasi Z dalam interaksi sosial tatap muka dan interaksi virtual. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis wacana etnografis. Data diperoleh melalui observasi partisipan, teknik simak dan catat, serta perekaman interaksi di dunia nyata dan pada platform media digital seperti Instagram, TikTok, dan Twitter/X. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti menggali makna, motivasi, dan fungsi sosial di balik pilihan kebahasaan yang digunakan (Creswell, 2014). Analisis data dilakukan dengan menggunakan perspektif pragmatik, khususnya teori tindak tutur (Austin, 1962; Searle, 1969) dan kesantunan berbahasa (Brown & Levinson, 1987), untuk menginterpretasikan maksud dan tujuan tuturan.

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis dan praktis. Secara teoretis, hasil penelitian diharapkan dapat memperkaya kajian sosiolinguistik dan pragmatik digital dengan memberikan pemahaman tentang peran konteks dan medium dalam membentuk strategi komunikasi Generasi Z. Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi pendidik, orang tua, dan penggiat literasi digital dalam memahami perilaku berbahasa Generasi Z sebagai bentuk evolusi bahasa yang wajar dan adaptif terhadap perkembangan zaman.

METODE

Penelitian ini menggunakan desain kualitatif deskriptif dengan pendekatan Etnografi Virtual (Hine, 2015) yang diperkaya dengan kerangka Linguistik Antropologis. Pendekatan ini dipilih karena mampu menginvestigasi praktik berbahasa Generasi Z secara mendalam dan holistik dalam konteks naturalnya, yaitu lingkungan digital, tanpa melepaskannya dari konteks sosial-budaya yang lebih luas (Duranti, 1997). Fokus penelitian adalah pada analisis tindak tutur (*speech acts*) dan strategi kesantunan (*politeness strategies*) yang terealisasi dalam variasi bahasa, sehingga pendekatan pragmatik, khususnya Pragmatik Mediasi Komputer (*Computer-Mediated Communication Pragmatics*) menjadi lensa analisis utama (Yus, 2011; Herring, 2013). Paradigma yang digunakan adalah konstruktivis, yang memandang realitas bahasa dalam media digital dibangun secara sosial melalui interaksi antar pengguna.

Prosedur pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipan pasif dan analisis dokumen digital selama periode tiga bulan (Oktober-Desember 2023). Data diperoleh dari tiga platform digital yang dominan digunakan Generasi Z di Indonesia: Instagram (khususnya fitur Reels dan kolom komentar, TikTok (kolom komentar), dan Twitter/X (thread dan balasan tweet). Pemilihan platform dilakukan secara *purposive sampling* berdasarkan tingkat popularitas dan karakteristik interaksinya (Bryman, 2016). Data berupa tuturan asli (*naturally occurring conversation*) yang memuat variasi bahasa seperti slang, neologisme, penyingkatan,

code-mixing, dan penggunaan simbol/emoji. Selain data daring, dilakukan juga wawancara semiterstruktur secara *luring* maupun *daring* dengan 15 informan Generasi Z (usia 18-24 tahun) yang aktif di ketiga platform tersebut. Wawancara bertujuan untuk menggali motivasi, maksud, dan persepsi (*member's perspective*) di balik pemilihan variasi bahasa tertentu, sehingga data yang diperoleh tidak hanya berupa teks tetapi juga konteks pragmatismenya.

Analisis data mengikuti model interaktif Miles, Huberman, & Saldana (2014) yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Data tuturan dianalisis secara mendalam dengan teknik Analisis Wacana Pragmatis yang berorientasi pada konteks (Verschuere, 1999). Langkah-langkah operasionalnya adalah:

- Mengidentifikasi dan mengklasifikasikan bentuk-bentuk variasi bahasa dalam korpus data;
- Menginterpretasikan fungsi pragmatismenya (misalnya, sebagai tindak tutur representatif, direktif, atau ekspresif) dan strategi kesantunannya (berdasarkan teori Brown & Levinson, 1987 yang telah dikembangkan untuk konteks daring oleh Locher & Graham, 2010);
- Membandingkan realisasi fungsi tersebut dalam interaksi virtual dan hasil wawancara mengenai interaksi sosial *luring*;
- Menyimpulkan pola-pola hubungan antara medium interaksi dengan pilihan variasi bahasa. Keabsahan data (*trustworthiness*) dijaga melalui triangulasi sumber data (platform yang berbeda) dan triangulasi metode (observasi, wawancara, dan analisis dokumen), serta peer debriefing dengan sesama peneliti linguistik.

HASIL DAN DISKUSI

Variasi Bahasa Generasi Z dalam Interaksi Virtual di Platform TikTok

Data 1. For Your Page

@zazaaa: *sumpah fyp seharian ini meme semua, full ngakak (Data 1, TikTok, 12 Aug 2025).*

Istilah *FYP (For Your Page)* muncul dalam percakapan sebagai ekspresi harapan agar video masuk ke halaman populer. Data ini memperlihatkan bahwa *FYP* bukan hanya istilah teknis algoritme TikTok, melainkan bagian dari komunikasi sehari-hari Gen Z. Dari perspektif pragmatik, *FYP* berfungsi sebagai tindak tutur ekspresif yang menunjukkan keinginan penutur untuk mendapat eksposur luas. Hal ini sejalan dengan Qomariyah (2024) yang menemukan bahwa istilah teknis media sosial sering diresemantisasi menjadi bahasa gaul. Dengan demikian, *FYP* telah bertransformasi menjadi simbol identitas digital dan solidaritas komunitas daring.

Data 2. Point Of View

@p:ver lgi nnyi lagu ny tak ingin usai, POV: lagi asik nyanyi tiba' ortu datang Data 2, TikTok, 19 Sep 2022).

Istilah *POV* (*Point of View*) digunakan untuk memberi bingkai narasi dalam sebuah konten video. Gen Z menggunakannya sebagai tanda bahwa penonton akan melihat suatu peristiwa dari sudut pandang tertentu. Secara pragmatik, *POV* berfungsi sebagai *framing device*, mengarahkan audiens untuk memaknai peristiwa sesuai perspektif yang diinginkan kreator. Telaumbanua (2024) mencatat bahwa penggunaan istilah teknis seperti *POV* adalah strategi diskursif yang menambah kedekatan emosional antara kreator dan audiens. Dengan demikian, *POV* mencerminkan adaptasi istilah teknis menjadi perangkat retorik khas Gen Z

Variasi Bahasa Generasi Z Dalam Interaksi Virtual Di Platform Instagram

Data 1. Reels

Kata *Reels* digunakan bukan lagi dengan makna literal “gulungan film”, tetapi sebagai istilah populer untuk menyebut video pendek di Instagram. Fenomena ini memperlihatkan adanya pergeseran makna (*semantic shift*). Kata *Reels* telah diresemantisasi menjadi bentuk bahasa sehari-hari yang berfungsi pragmatis sebagai kata benda maupun kata kerja (*ayo bikin reels*). Seperti dijelaskan Dewi (2024), pergeseran istilah teknis menjadi kosakata gaul Gen Z mencerminkan dinamika bahasa digital yang adaptif terhadap medium.

Data 2. OOTD (Outfit of The Day)

Akronim *OOTD* berfungsi untuk menandai gaya berpakaian sehari-hari sekaligus bagian dari praktik budaya digital. Dari perspektif pragmatik, *OOTD* bukan hanya label informatif, tetapi juga tindak tutur representatif yang menampilkan identitas diri di ruang publik digital. Hal ini sejalan dengan Dewi (2024) yang menemukan bahwa akronim di media sosial memiliki fungsi performatif, yaitu menciptakan makna sosial baru di luar arti literal. Dengan demikian, *OOTD* menjadi sarana self-branding bagi Gen Z di Instagram Reels.

Variasi Bahasa Generasi Z Dalam Interaksi Virtual Di Platform Twitter

Data 1. Sender

*@lovelynobody_69 : Aku konsepnya bersedekah bukan menabung **nder**. Jadi pahala lho, tabungan akhirat. Btw aku sedekah ke perutku sendiri. Sekian trims (Data 1, X, 02 Sep 2025).*

Kata *sender* atau bentuk singkatnya *nder* digunakan oleh Gen Z sebagai ungkapan validasi atau persetujuan terhadap suatu pernyataan. Dari sisi pragmatik, *sender* berfungsi sebagai tindak tutur ekspresif yang menunjukkan tingkat keterhubungan emosional dengan isi pesan. Artinya bergeser dari makna literal “pengirim” menjadi “setuju/relatable”. Fenomena ini membuktikan bahwa Gen Z kreatif dalam memodifikasi bahasa Inggris ke dalam kosakata gaul lokal.

Data 2. Retweet

@mukaikhlas : yang butuh uang boleh retweet (Data 2, X, 08 Sep 2025).

Kata *retweet* digunakan bukan hanya sebagai istilah teknis, melainkan juga sebagai kata kerja dalam percakapan sehari-hari Gen Z. Secara pragmatik, *retweet* berfungsi sebagai tindak tutur direktif yang mengajak audiens untuk bertindak. Dalam konteks sosial, *retweet* menjadi simbol solidaritas, dukungan, bahkan sarana memperluas eksistensi di ruang digital. Hal ini mendukung temuan *Pragmatics in Social Media* (2024) bahwa istilah teknis media sosial dapat berubah menjadi penanda partisipasi komunitas daring.

Secara umum, temuan penelitian ini menegaskan bahwa variasi bahasa Generasi Z di media digital tidak dapat dipahami hanya sebagai permainan bahasa atau tren temporer, melainkan sebagai praktik linguistik yang berakar pada dinamika sosial dan teknologi. Pergeseran makna istilah teknis seperti FYP, Reels, dan *retweet* menjadi kosakata sehari-hari menunjukkan proses resemantisasi yang berulang dan relatif stabil lintas platform. Temuan ini sejalan dengan pandangan Androustopoulos (2011) yang menyatakan bahwa ruang komunikasi digital mendorong lahirnya bentuk-bentuk bahasa baru melalui proses negosiasi makna yang terus-menerus di antara pengguna. Dengan demikian, bahasa digital Generasi Z dapat dipahami sebagai hasil konstruksi sosial yang aktif, bukan sekadar bentuk penyimpangan dari norma kebahasaan baku.

Lebih lanjut, penggunaan akronim seperti OOTD dan adaptasi leksikal seperti *sender* mencerminkan kemampuan Generasi Z dalam mengappropriasi istilah global ke dalam konteks lokal. Pola ini menguatkan temuan Crystal (2011) bahwa bahasa di media digital cenderung mengarah pada efisiensi dan ekspresivitas, tanpa kehilangan fungsi komunikatifnya. Namun, berbeda dari asumsi awal yang memandang bahasa digital sebagai bentuk penyederhanaan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa praktik tersebut justru menuntut kompetensi pragmatik yang tinggi, terutama dalam memahami konteks, implikatur, dan relasi sosial antarpenerut. Hal ini mendukung argumen Yus (2011) bahwa komunikasi digital merupakan tindakan pragmatis

yang kompleks dan tidak dapat dilepaskan dari pengetahuan bersama (shared knowledge) komunitas penggunanya.

Analisis juga menunjukkan adanya hubungan timbal balik yang kuat antara interaksi luring dan daring dalam pembentukan variasi bahasa Generasi Z. Bahasa gaul yang berkembang dalam interaksi tatap muka sering kali bermigrasi ke ruang digital, sementara istilah yang lahir di media sosial kemudian digunakan kembali dalam percakapan sehari-hari. Temuan ini memperluas hasil penelitian Wardhaugh dan Fuller (2015) yang menekankan bahwa variasi bahasa selalu berkaitan erat dengan domain sosial penuturnya. Dalam konteks Generasi Z, batas antara ranah luring dan daring menjadi semakin kabur, sehingga keduanya berfungsi sebagai ruang produksi bahasa yang saling menguatkan.

Secara kritis, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa media digital tidak bersifat netral, melainkan berperan aktif dalam membentuk strategi komunikasi dan identitas linguistik Generasi Z. Bahasa digital berfungsi sebagai penanda keanggotaan kelompok, sarana membangun solidaritas, sekaligus alat diferensiasi sosial. Temuan ini sejalan dengan Brown dan Levinson (1987) yang menekankan bahwa pilihan bahasa selalu berkaitan dengan strategi sosial, termasuk upaya menjaga relasi dan citra diri. Dengan demikian, variasi bahasa Generasi Z di media digital dapat dipahami sebagai bentuk adaptasi pragmatis yang reflektif terhadap tuntutan sosial, teknologi, dan identitas generasional yang terus berkembang.

Dengan demikian, variasi bahasa Generasi Z dalam media digital dapat dipahami sebagai bagian dari evolusi bahasa yang memperlihatkan ciri khas pragmatik digital. Bahasa yang digunakan tidak semata-mata bertujuan menyampaikan informasi, tetapi juga membangun hubungan emosional, menunjukkan keanggotaan dalam suatu komunitas, dan menegaskan eksistensi diri di ruang publik. Ciri-ciri seperti singkat, ekspresif, multimodal (sering berpadu dengan emoji atau gambar), serta adaptif terhadap konteks medium menjadi karakter utama bahasa digital Gen Z. Hal ini menegaskan bahwa bahasa generasi muda merupakan representasi dari perubahan sosial dan budaya yang lebih luas di era digital

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa variasi bahasa Generasi Z di media sosial merupakan hasil adaptasi kreatif dari interaksi sosial dan virtual. Istilah teknis yang awalnya netral di platform digital, seperti *FYP*, *POV*, *Reels*, *OOTD*, *sender*, dan *retweet*, mengalami pergeseran makna menjadi bahasa gaul yang sarat fungsi pragmat. Variasi tersebut tidak muncul semata-mata di ruang virtual, tetapi juga dipengaruhi oleh bahasa gaul yang digunakan dalam interaksi tatap muka di sekolah, kampus, maupun komunitas. Migrasi bahasa dari offline ke online

menciptakan makna baru yang memperkaya ekosistem komunikasi digital. Secara akademis, penelitian ini memperkaya kajian sosiolinguistik dan pragmatik digital. Secara praktis, hasilnya dapat dimanfaatkan oleh pendidik, orang tua, dan pemerhati literasi digital untuk memahami variasi bahasa Gen Z bukan sebagai bentuk penyimpangan, melainkan evolusi bahasa yang wajar dan kreatif dalam merespons perkembangan teknologi

REFERENSI

- Androutsopoulos, J. (2011). Language change and digital media: A review of conceptions and evidence. In T. Kristiansen & N. Coupland (Eds.), *Standard languages and language standards in a changing Europe* (pp. 145–159). Novus Press.
- Austin, J. L. (1962). *How to do things with words*. Oxford University Press.
- Balqis, A., Ajiziyah, N., Peprianti, I. T., & Anhar. (2024). Analisis perbandingan peranan tagline pada iklan Le Minerale dan Aqua terhadap brand awareness Kota Balikpapan. *YUME: Journal of Management*, 7(3), 1142–1150.
- Bogdan, R., & Biklen, S. K. (2011). *Qualitative research for education: An introduction to theories and methods*. Pearson.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101.
- Brown, P., & Levinson, S. C. (1987). *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511813085>
- Bryman, A. (2016). *Social research methods* (5th ed.). Oxford University Press.
- Chaer, A., & Agustina, L. (2010). *Sosiolinguistik pengenalan awal*. Rineka Cipta.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Creswell, J. W. (2016). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Sage.
- Crystal, D. (2011). *Internet linguistics: A student guide*. Routledge.
- Dewi, N. P. J. L. (2024). Penggunaan variasi bahasa “slang language” pada platform TikTok untuk Generasi Z: Kajian sosiolinguistik. *JS*.
- Duranti, A. (1997). *Linguistic anthropology*. Cambridge University Press.
- Herring, S. C. (2013). Discourse in Web 2.0: Familiar, reconfigured, and emergent. In D. Tannen & A. M. Trester (Eds.), *Discourse 2.0: Language and new media* (pp. 1–25). Georgetown University Press.
- Hine, C. (2015). *Ethnography for the internet: Embedded, embodied and everyday*. Bloomsbury Academic.
- Locher, M. A., & Graham, S. L. (2010). Introduction to politeness and power in computer-mediated communication. *Journal of Politeness Research*, 6(1), 1–5. <https://doi.org/10.1515/jplr.2010.001>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (3rd ed.). Sage.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Nurmaily, E. (2021). Eksistensi bahasa daerah di media sosial Instagram. *Jurnal Tutur*, 7(1), 1–12. <https://doi.org/10.21744/lejurnal.v7i1.1000>

- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research and evaluation methods* (4th ed.). Sage.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants part 1. *On the Horizon*, 9(5), 1–6. <https://doi.org/10.1108/10748120110424816>
- Puspita, E. K., Tsalisa, S., Pranata, R., & Anhar. (2024). Dosen otoritatif: Analisis persepsi mahasiswa STIE Balikpapan. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 5(5), 6201–6208. <https://doi.org/10.54373/imeij.v5i5.1958>
- Putri, R. (2019). Analisis code-switching mahasiswa dalam komunikasi akademik di Universitas Indonesia. *Jurnal Linguistik Terapan Indonesia*, 5(1), 45–56.
- Qomariyah, N. (2024). Use of language variations on TikTok social media in Generation Z. *ResearchGate*.
- Septiani, S., Ramadhany, C. L., Putri, S. A., & Anhar, A. (2024). Koherensi dan kejelasan kalimat dalam surat perjanjian kerjasama: Pendekatan linguistik dan legal. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 5(5), 6162–6167.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suwito. (2013). *Pengantar awal sociolinguistik: Teori dan problematikanya*. UNS Press.
- Telaumbanua, Y. A. (2024). Analyzing the language style of Generation Z teenagers in Instagram. *JELITA*.
- Wardhaugh, R., & Fuller, J. M. (2015). *An introduction to sociolinguistics* (7th ed.). Oxford: Wiley Blackwell.
- Wijana, I. D. P. (2011). *Dasar-dasar sociolinguistik*. Andi.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). Sage
- Yus, F. (2011). *Cyberpragmatics: Internet-mediated communication in context*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company. <https://doi.org/10.1075/pbns.213>