



GAYA BAHASA DALAM KONTEN TIKTOK GENERASI Z: KAJIAN STILISTIKA TERHADAP DIKSI, MAJAS, DAN CITRAAN

¹Hendri, ²Siti Khaeranil Bariah

Institut Pendidikan Nusantara Global

Informasi Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima 21 Juli 2026

Perbaikan 26 Juli 2026

Disetujui 29 Juli 2026

Kata Kunci:

Stilistika, Gaya Bahasa, Generasi Z.

ABSTRACT

This study aims to describe the language style employed by Generation Z in TikTok content through a stylistic analysis focusing on diction, figurative language, and imagery. The research adopts a qualitative approach using a descriptive method. The data consist of utterances, narrations, and captions found in TikTok content produced by Generation Z. Data were collected through observation, note-taking, and documentation techniques and were analyzed using descriptive qualitative analysis. The findings reveal that the diction used in TikTok content is predominantly characterized by colloquial language, slang, abbreviations, and popular expressions, reflecting the distinctive features of Generation Z's digital communication. In terms of figurative language, the study identifies the use of metaphor, hyperbole, personification, simile, irony, and satire, which function to reinforce messages, create humor, express emotions, and convey social criticism. Meanwhile, the imagery found in the data includes visual, auditory, kinesthetic, tactile, and emotional imagery, all of which contribute to stimulating the audience's imagination while producing aesthetic and emotional effects. The study concludes that diction, figurative language, and imagery are essential stylistic elements that shape the linguistic characteristics of Generation Z on TikTok. These three elements function not only as means of communication but also as instruments of self-expression, social identity construction, and strategies for enhancing content appeal within the digital environment.

© 2026 BEGIBUNG

*Surat elektronik penulis: henthry19@gmail.com

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan terhadap pola interaksi masyarakat, khususnya generasi muda. Salah satu platform media sosial yang mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir adalah TikTok Junita, D. (2024). Platform ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga menjadi ruang

ekspresi, kreativitas, komunikasi, serta pembentukan identitas sosial penggunanya. Generasi Z sebagai kelompok yang lahir dan tumbuh di era digital memanfaatkan TikTok untuk menyampaikan gagasan, pengalaman, opini, dan berbagai bentuk ekspresi melalui bahasa yang khas. Dalam proses tersebut, muncul berbagai variasi penggunaan bahasa

yang menarik untuk dikaji, terutama dari aspek gaya bahasa atau stilistika.

Bahasa dalam media sosial menunjukkan karakteristik yang berbeda dibandingkan bahasa dalam media konvensional. Pengguna media sosial cenderung menggunakan diksi yang kreatif, singkat, ekspresif, dan mengikuti perkembangan tren yang sedang berlangsung. Selain itu, penggunaan majas dan citraan juga sering ditemukan dalam berbagai konten yang diproduksi oleh Generasi Z untuk menarik perhatian audiens serta memperkuat pesan yang disampaikan Aulia, R., & Handayani, D. (2025). Fenomena ini menunjukkan bahwa bahasa dalam media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana estetika dan representasi identitas sosial. Oleh karena itu, kajian stilistika menjadi penting untuk mengungkap bentuk, fungsi, dan makna penggunaan bahasa dalam konten TikTok.

Stilistika merupakan cabang ilmu linguistik yang mengkaji penggunaan bahasa berdasarkan aspek keindahan, kekhasan, dan efek yang ditimbulkan oleh pemakaian unsur-unsur kebahasaan dalam suatu teks Lafamane, F. (2020). Menurut Nyoman Kutha Ratna, stilistika mempelajari hubungan antara bahasa dan efek estetika yang dihasilkan melalui pemilihan unsur-unsur kebahasaan tertentu. Dalam konteks media sosial, kajian stilistika tidak lagi terbatas pada karya sastra, tetapi juga dapat diterapkan pada berbagai bentuk komunikasi digital yang memanfaatkan kreativitas bahasa sebagai sarana penyampaian pesan.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kajian stilistika pada media digital semakin berkembang. Penelitian yang dilakukan oleh Ayu

Wulandari (2021) menemukan bahwa penggunaan majas dalam konten media sosial berfungsi untuk memperkuat daya tarik pesan dan meningkatkan interaksi pengguna. Penelitian lain oleh Rahmawati (2022) mengungkapkan bahwa bahasa yang digunakan generasi muda pada media sosial didominasi oleh penggunaan diksi populer, bahasa gaul, dan metafora yang mencerminkan identitas kelompok sosial tertentu. Sementara itu, penelitian oleh Nurfadillah (2023) menunjukkan bahwa konten TikTok banyak memanfaatkan gaya bahasa figuratif untuk membangun kreativitas dan kedekatan emosional dengan audiens.

Meskipun demikian, sebagian besar penelitian terdahulu lebih berfokus pada analisis majas atau bentuk bahasa tertentu secara terpisah. Penelitian mengenai gaya bahasa dalam konten TikTok yang mengkaji secara komprehensif aspek diksi, majas, dan citraan masih relatif terbatas. Selain itu, sebagian penelitian hanya menyoroti bahasa dalam karya sastra, iklan digital, atau media sosial secara umum tanpa secara khusus mengkaji karakteristik bahasa Generasi Z pada platform TikTok yang saat ini menjadi salah satu media komunikasi paling populer. Kondisi tersebut menunjukkan adanya celah penelitian (research gap) yang perlu diisi melalui kajian yang lebih mendalam mengenai penggunaan gaya bahasa dalam konten TikTok Generasi Z.

Berdasarkan kajian penelitian sebelumnya, kebaruan (novelty) penelitian ini terletak pada fokus analisis yang mengintegrasikan tiga unsur utama stilistika, yaitu diksi, majas, dan citraan dalam satu kajian yang utuh terhadap konten TikTok Generasi Z Saputra, A., Ifnaldi, I., & Misriani, A. (2023). Penelitian ini tidak hanya mengidentifikasi bentuk-bentuk gaya bahasa

yang digunakan, tetapi juga menganalisis fungsi dan makna penggunaan unsur-unsur tersebut dalam membangun pesan, identitas, dan kreativitas komunikasi digital. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru terhadap pengembangan kajian stilistika, khususnya dalam konteks komunikasi digital dan budaya media sosial.

Pentingnya penelitian ini didasarkan pada beberapa pertimbangan. Pertama, TikTok telah menjadi ruang komunikasi utama bagi Generasi Z sehingga penggunaan bahasa pada platform tersebut merepresentasikan perkembangan bahasa kontemporer. Kedua, gaya bahasa yang muncul dalam konten TikTok dapat menjadi sumber data yang relevan untuk memahami perubahan dan kreativitas bahasa di era digital. Ketiga, hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan pembelajaran Bahasa Indonesia, khususnya dalam kajian stilistika dan literasi digital yang semakin penting di era transformasi teknologi.

Secara teoretis, penelitian ini didasarkan pada konsep stilistika yang mencakup tiga aspek utama, yaitu diksi, majas, dan citraan. Diksi merupakan pilihan kata yang digunakan penutur untuk menyampaikan gagasan secara efektif dan estetis. Majas adalah penggunaan bahasa kias yang bertujuan menciptakan efek tertentu, seperti metafora, personifikasi, hiperbola, ironi, dan simile. Adapun citraan merupakan penggunaan kata-kata yang mampu membangkitkan pengalaman indrawi pembaca atau pendengar, seperti citraan penglihatan, pendengaran, perabaan, penciuman, dan gerak. Ketiga aspek tersebut menjadi unsur penting dalam membangun

karakteristik gaya bahasa yang digunakan oleh Generasi Z dalam konten TikTok.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penggunaan diksi dalam konten TikTok Generasi Z, mengidentifikasi bentuk-bentuk majas yang digunakan, menganalisis citraan yang muncul dalam konten tersebut, serta menjelaskan fungsi gaya bahasa dalam penyampaian pesan kepada audiens. Hasil penelitian diharapkan dapat memperkaya khazanah kajian stilistika, memberikan gambaran mengenai karakteristik bahasa Generasi Z di media sosial, serta menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang mengkaji bahasa dalam ruang komunikasi digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menginterpretasikan fenomena kebahasaan yang terdapat dalam konten TikTok Generasi Z, khususnya yang berkaitan dengan penggunaan diksi, majas, dan citraan Andini, T. W., Lubis, Q. B., Hapiz, N. I., Andari, Z. P., Akrima, S., Sasmita, A., & Wulandari, A. N. (2026). Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis fakta-fakta kebahasaan yang ditemukan dalam data penelitian tanpa melakukan manipulasi terhadap objek yang diteliti.

Objek penelitian ini adalah gaya bahasa yang terdapat dalam konten TikTok yang dibuat oleh Generasi Z. Adapun fokus penelitian meliputi tiga aspek stilistika, yaitu penggunaan diksi, bentuk dan fungsi majas, serta citraan yang digunakan dalam penyampaian pesan. Sumber data penelitian

berupa video TikTok yang diunggah oleh kreator Generasi Z pada periode pengambilan data. Data penelitian berupa tuturan lisan, teks narasi, caption, maupun teks pendukung lainnya yang mengandung unsur-unsur stilistika.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui teknik simak dan teknik catat. Teknik simak dilakukan dengan mengamati secara langsung konten-konten TikTok yang menjadi sumber data penelitian. Selanjutnya, teknik catat digunakan untuk mencatat dan mengklasifikasikan data berupa kata, frasa, kalimat, maupun ungkapan yang mengandung unsur diksi, majas, dan citraan. Selain itu, peneliti juga menggunakan teknik dokumentasi dengan cara mengambil tangkapan layar (screenshot) dan transkripsi tuturan yang relevan dengan fokus penelitian.

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri (human instrument) yang berperan dalam menentukan sumber data, mengumpulkan data, mengidentifikasi bentuk-bentuk gaya bahasa, menganalisis data, serta menarik kesimpulan penelitian. Untuk mendukung proses analisis, peneliti menggunakan tabel klasifikasi data yang memuat kategori diksi, majas, dan citraan sesuai dengan teori stilistika yang digunakan.

Teknik analisis data dalam penelitian ini mengacu pada model analisis interaktif yang meliputi empat tahap, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap pengumpulan data, peneliti mengumpulkan konten TikTok yang relevan dengan fokus penelitian. Selanjutnya, data direduksi dengan memilih data yang mengandung unsur stilistika. Data yang telah dipilih kemudian diklasifikasikan berdasarkan kategori diksi, majas, dan citraan. Tahap

berikutnya adalah penyajian data dalam bentuk uraian deskriptif yang disertai contoh-contoh penggunaan gaya bahasa. Terakhir, peneliti menarik kesimpulan berdasarkan pola-pola penggunaan gaya bahasa yang ditemukan dalam data penelitian.

Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi teori. Triangulasi teori dilakukan dengan membandingkan hasil analisis data dengan berbagai teori stilistika yang relevan serta hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penggunaan bahasa dalam media sosial Oktafiyanti, R., Fitri, D. S., Salsabillah, G. N., Fadhila, R., & Ma'rifah, U. S. K. (2025). Melalui teknik tersebut, hasil penelitian diharapkan memiliki tingkat validitas dan kredibilitas yang lebih tinggi.

Melalui metode penelitian ini, diharapkan diperoleh gambaran yang komprehensif mengenai karakteristik gaya bahasa Generasi Z dalam konten TikTok, khususnya terkait penggunaan diksi, majas, dan citraan sebagai unsur stilistika yang membentuk kreativitas komunikasi digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis terhadap konten TikTok yang diproduksi oleh Generasi Z, ditemukan berbagai bentuk gaya bahasa yang menunjukkan kreativitas dan kekhasan penggunaan bahasa dalam ruang komunikasi digital. Penggunaan bahasa dalam konten TikTok tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampaian informasi, tetapi juga sebagai sarana membangun identitas, menciptakan kedekatan dengan audiens, serta meningkatkan daya tarik konten. Dari perspektif stilistika, karakteristik bahasa yang digunakan Generasi Z dapat diamati melalui pemilihan diksi, penggunaan majas, dan

pemanfaatan citraan yang membentuk efek estetis maupun komunikatif.

Analisis terhadap data penelitian menunjukkan bahwa ketiga unsur stilistika tersebut hadir secara dominan dan saling berkaitan dalam membangun makna pesan yang disampaikan. Pemilihan kata yang kreatif dan mengikuti perkembangan tren digital mencerminkan karakteristik diksi Generasi Z, sementara penggunaan majas memperlihatkan upaya penutur dalam memperkuat ekspresi, humor, maupun kritik sosial. Di sisi lain, citraan digunakan untuk membangun imajinasi audiens sehingga pesan yang disampaikan menjadi lebih hidup dan mudah dipahami. Oleh karena itu, pembahasan hasil penelitian ini difokuskan pada tiga aspek utama kajian stilistika, yaitu penggunaan diksi, bentuk dan fungsi majas, serta citraan yang terdapat dalam konten TikTok Generasi Z.

1. Penggunaan Diksi dalam Konten TikTok Generasi Z

Diksi merupakan salah satu unsur penting dalam kajian stilistika karena berkaitan dengan pilihan kata yang digunakan penutur untuk menyampaikan gagasan, perasaan, maupun pesan kepada audiens. Dalam konteks media sosial, khususnya TikTok, pemilihan diksi menjadi faktor utama yang menentukan keberhasilan komunikasi. Generasi Z sebagai kelompok yang tumbuh di tengah perkembangan teknologi digital cenderung menggunakan pilihan kata yang kreatif, ringkas, komunikatif, dan mengikuti perkembangan tren yang sedang populer. Karakteristik tersebut menjadikan bahasa yang digunakan dalam konten TikTok memiliki ciri khas tersendiri dibandingkan dengan bahasa yang

digunakan pada media komunikasi konvensional.

Hasil analisis menunjukkan bahwa diksi yang digunakan Generasi Z dalam konten TikTok didominasi oleh penggunaan bahasa gaul, slang, singkatan, akronim, serta istilah-istilah populer yang berkembang di lingkungan digital. Kata-kata seperti “healing”, “bestie”, “FYP”, “spill”, “gas”, “sat-set”, “core”, dan berbagai istilah lainnya sering digunakan untuk menciptakan kesan santai dan akrab dengan audiens. Penggunaan diksi semacam ini menunjukkan adanya upaya penutur untuk menyesuaikan bahasa dengan karakteristik pengguna TikTok yang mayoritas berasal dari kalangan muda. Selain berfungsi sebagai alat komunikasi, penggunaan bahasa gaul juga menjadi simbol identitas kelompok yang membedakan Generasi Z dengan generasi sebelumnya.

Fenomena penggunaan slang dalam konten TikTok menunjukkan bahwa bahasa terus mengalami perkembangan sesuai dengan kebutuhan komunikasi masyarakat. Slang yang digunakan Generasi Z umumnya berasal dari berbagai sumber, seperti bahasa Inggris, budaya populer, komunitas digital, maupun hasil kreativitas pengguna media sosial itu sendiri. Misalnya, penggunaan istilah “relate”, “literally”, “random”, atau “cringe” tidak lagi dipahami sebagai kata asing, tetapi telah menjadi bagian dari kosakata yang lazim digunakan dalam percakapan sehari-hari. Hal tersebut menunjukkan adanya proses adaptasi bahasa yang dipengaruhi oleh globalisasi dan intensitas interaksi dalam ruang digital.

Selain penggunaan bahasa gaul dan slang, ditemukan pula penggunaan singkatan dan akronim yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi komunikasi

Iswatiningsih, D., & Pangesti, F. (2021). Bentuk-bentuk seperti “POV” (Point of View), “OOTD” (Outfit of The Day), “IMO” (In My Opinion), “CMIIW” (Correct Me If I’m Wrong), dan “FYI” (For Your Information) sering muncul dalam narasi maupun caption konten TikTok. Penggunaan singkatan tersebut mencerminkan kecenderungan Generasi Z untuk menyampaikan informasi secara cepat, singkat, dan mudah dipahami oleh sesama pengguna media sosial. Di sisi lain, penggunaan singkatan juga menunjukkan adanya pembentukan budaya komunikasi digital yang mengutamakan kecepatan dan kepraktisan.

Berdasarkan maknanya, diksi yang digunakan dalam konten TikTok Generasi Z dapat dibedakan menjadi diksi denotatif dan konotatif. Diksi denotatif digunakan untuk menyampaikan informasi secara langsung sesuai dengan makna sebenarnya, sehingga mudah dipahami oleh audiens. Sebaliknya, diksi konotatif digunakan untuk memberikan makna tambahan yang bersifat emosional, simbolis, atau kiasan. Penggunaan kata-kata seperti “terbang tinggi”, “tenggelam dalam overthinking”, atau “rumah” yang dimaknai sebagai tempat kenyamanan emosional merupakan contoh penggunaan diksi konotatif yang sering ditemukan dalam konten TikTok. Kehadiran diksi konotatif ini menunjukkan bahwa bahasa dalam media sosial tidak hanya berfungsi secara informatif, tetapi juga memiliki nilai ekspresif dan estetis.

Pemilihan diksi dalam konten TikTok juga memiliki fungsi strategis dalam menarik perhatian audiens. Pengguna TikTok cenderung memilih kata-kata yang unik, menarik, dan mudah diingat agar kontennya memperoleh respons yang lebih besar. Kata-kata yang bersifat persuasif, provokatif, atau

mengandung unsur humor sering digunakan untuk meningkatkan interaksi berupa komentar, suka, maupun pembagian ulang konten. Dengan demikian, diksi tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampai pesan, tetapi juga sebagai strategi komunikasi yang dapat meningkatkan daya tarik suatu konten di tengah persaingan informasi yang sangat cepat.

Lebih lanjut, tren digital memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap pilihan diksi Generasi Z. Istilah-istilah baru yang viral di media sosial sering kali diadopsi dan digunakan secara luas dalam waktu yang relatif singkat. Kemunculan tren tertentu dapat melahirkan kosakata baru yang kemudian menjadi bagian dari bahasa sehari-hari pengguna TikTok. Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial berperan sebagai ruang produksi sekaligus penyebaran bahasa yang dinamis. Oleh karena itu, penggunaan diksi dalam konten TikTok tidak hanya mencerminkan kreativitas individu, tetapi juga merepresentasikan perkembangan budaya digital yang terus berubah mengikuti tren dan kebutuhan komunikasi masyarakat modern.

Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa penggunaan diksi dalam konten TikTok Generasi Z menunjukkan karakteristik yang kreatif, dinamis, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi serta budaya digital. Diksi yang digunakan tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi, tetapi juga menjadi sarana pembentukan identitas, ekspresi diri, dan strategi komunikasi yang efektif dalam menarik perhatian audiens. Temuan ini sekaligus memperlihatkan bahwa perkembangan media sosial telah memberikan kontribusi yang signifikan

terhadap perubahan dan perkembangan bahasa di kalangan Generasi Z.

2. Bentuk dan Fungsi Majas dalam Konten TikTok Generasi Z

Majas merupakan salah satu unsur stilistika yang berfungsi memperindah bahasa sekaligus memperkuat makna pesan yang disampaikan. Dalam komunikasi digital, penggunaan majas menjadi strategi yang efektif untuk menarik perhatian audiens, membangun kesan tertentu, serta menciptakan komunikasi yang lebih ekspresif dan menarik. Berdasarkan hasil analisis data, ditemukan bahwa konten TikTok yang diproduksi oleh Generasi Z memanfaatkan berbagai jenis majas sebagai sarana penyampaian pesan, baik yang bersifat informatif, persuasif, hiburan, maupun kritik sosial. Penggunaan majas tersebut menunjukkan bahwa bahasa dalam media sosial tidak hanya digunakan secara literal, tetapi juga dikreasikan melalui berbagai bentuk bahasa figuratif yang mampu meningkatkan daya tarik konten.

Salah satu majas yang paling banyak ditemukan adalah metafora. Majas metafora digunakan dengan cara membandingkan dua hal secara langsung tanpa menggunakan kata pembanding. Dalam berbagai konten TikTok, Generasi Z sering menggunakan ungkapan seperti “otakku nge-lag”, “hidupku sedang di level tersulit”, atau “dia adalah rumah terbaik untuk pulang”. Ungkapan tersebut menunjukkan adanya perbandingan yang bersifat imajinatif untuk menggambarkan kondisi tertentu secara lebih menarik dan emosional. Penggunaan metafora memungkinkan pembuat konten menyampaikan pengalaman atau perasaan yang kompleks dengan cara yang lebih sederhana dan mudah dipahami oleh audiens.

Selain metafora, majas hiperbola juga ditemukan dalam frekuensi yang cukup tinggi. Hiperbola merupakan gaya bahasa yang mengandung unsur melebih-lebihkan suatu keadaan untuk memberikan efek penekanan. Dalam konten TikTok, ungkapan seperti “aku malu sampai mau hilang dari muka bumi”, “tertawa sampai tidak bisa bernapas”, atau “capeknya serasa mengangkat gunung” sering digunakan untuk mengekspresikan emosi secara berlebihan. Penggunaan hiperbola bertujuan untuk memperkuat kesan yang ingin disampaikan sekaligus menciptakan efek humor yang dapat meningkatkan keterlibatan audiens terhadap konten yang dibuat.

Jenis majas lain yang ditemukan adalah personifikasi. Majas ini memberikan sifat-sifat manusia kepada benda mati atau konsep abstrak. Dalam beberapa konten TikTok ditemukan ungkapan seperti “waktu berlari begitu cepat”, “alarm pagi selalu memaksaku bangun”, atau “kesedihan datang mengetuk pintu hati”. Penggunaan personifikasi membuat pesan yang disampaikan terasa lebih hidup dan mampu membangun kedekatan emosional dengan audiens. Selain itu, personifikasi juga memberikan nilai estetis yang memperkaya ekspresi bahasa dalam konten digital.

Majas simile juga cukup sering digunakan oleh Generasi Z dalam berbagai bentuk konten. Simile merupakan majas yang membandingkan dua hal dengan menggunakan kata penghubung seperti “seperti”, “bagai”, “laksana”, atau “ibarat”. Contohnya dapat ditemukan pada ungkapan “hidup tanpa kopi seperti taman tanpa bunga” atau “menunggu balasan chat seperti menunggu hujan di musim kemarau”. Penggunaan simile membantu audiens memahami pesan melalui perbandingan yang

konkret dan dekat dengan pengalaman sehari-hari.

Selain majas perbandingan, ditemukan pula penggunaan majas ironi dan satire yang umumnya digunakan dalam konten bertema kritik sosial maupun humor. Majas ironi digunakan untuk menyampaikan makna yang bertentangan dengan kenyataan sebenarnya, sedangkan satire digunakan untuk menyampaikan kritik secara halus melalui sindiran. Contohnya dapat terlihat pada ungkapan seperti “hebat sekali pelayanan publiknya, sampai berjam-jam baru selesai” atau “luar biasa disiplin masyarakat kita, sampah ada di mana-mana”. Penggunaan ironi dan satire menunjukkan bahwa Generasi Z tidak hanya memanfaatkan TikTok sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai ruang untuk menyampaikan kritik terhadap berbagai fenomena sosial yang terjadi di masyarakat.

Dari segi frekuensi penggunaan, majas hiperbola dan metafora merupakan bentuk majas yang paling dominan ditemukan dalam konten TikTok Generasi Z. Kedua majas tersebut banyak digunakan karena mampu menciptakan efek emosional yang kuat dan mudah menarik perhatian audiens. Sementara itu, majas personifikasi dan simile digunakan untuk memperjelas gambaran suatu keadaan, sedangkan ironi dan satire lebih banyak ditemukan pada konten yang mengandung kritik sosial atau sindiran terhadap fenomena tertentu. Variasi penggunaan majas tersebut menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki kemampuan kreatif dalam mengolah bahasa sesuai dengan tujuan komunikasi yang ingin dicapai.

Penggunaan majas dalam konten TikTok memiliki berbagai fungsi komunikatif. Pertama, majas berfungsi memperkuat pesan sehingga informasi yang

disampaikan menjadi lebih berkesan dan mudah diingat. Kedua, majas digunakan untuk menciptakan humor yang mampu meningkatkan daya tarik konten dan mendorong interaksi pengguna. Ketiga, majas berfungsi sebagai sarana ekspresi emosional yang memungkinkan pembuat konten menyampaikan perasaan, pengalaman, atau pandangan secara lebih mendalam. Keempat, majas menjadi alat kritik sosial yang efektif karena mampu menyampaikan sindiran tanpa harus menggunakan bahasa yang bersifat langsung dan konfrontatif.

Lebih jauh lagi, penggunaan majas mencerminkan kreativitas Generasi Z dalam memanfaatkan bahasa sebagai bagian dari budaya digital. Kemampuan mengolah kata, menciptakan ungkapan baru, serta memadukan unsur humor dan kritik menunjukkan bahwa bahasa dalam media sosial berkembang secara dinamis sesuai dengan kebutuhan komunikasi penggunanya. Majas tidak hanya berfungsi sebagai unsur estetika, tetapi juga menjadi strategi komunikasi yang mampu meningkatkan kualitas dan daya saing suatu konten di tengah derasnya arus informasi digital.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa penggunaan majas dalam konten TikTok Generasi Z menunjukkan keragaman bentuk dan fungsi yang sangat dinamis. Majas metafora, hiperbola, personifikasi, simile, ironi, dan satire digunakan untuk memperkuat pesan, membangun humor, menyampaikan kritik sosial, serta mengekspresikan emosi secara kreatif. Temuan ini memperlihatkan bahwa penggunaan bahasa figuratif menjadi salah satu karakteristik utama komunikasi Generasi Z dalam ruang digital sekaligus mempertegas

peran majas sebagai unsur penting dalam kajian stilistika media sosial.

3. Citraan dalam Konten TikTok Generasi Z dan Fungsinya dalam Penyampaian Pesan

Citraan merupakan salah satu unsur penting dalam kajian stilistika yang berkaitan dengan penggunaan bahasa untuk membangkitkan pengalaman indrawi pembaca atau pendengar. Melalui citraan, suatu pesan tidak hanya dipahami secara logis, tetapi juga dapat dirasakan dan dibayangkan secara lebih konkret oleh audiens. Dalam konteks media sosial, khususnya TikTok, penggunaan citraan menjadi salah satu strategi komunikasi yang efektif untuk menarik perhatian pengguna, membangun kedekatan emosional, serta memperkuat makna pesan yang disampaikan. Keberadaan citraan dalam konten TikTok menunjukkan bahwa bahasa digital tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana menciptakan pengalaman imajinatif bagi audiens.

Berdasarkan hasil analisis data, ditemukan berbagai jenis citraan yang digunakan oleh Generasi Z dalam konten TikTok, antara lain citraan penglihatan, citraan pendengaran, citraan gerak, citraan perabaan, dan citraan perasaan. Berbagai bentuk citraan tersebut digunakan untuk memperjelas gambaran suatu peristiwa, suasana, maupun pengalaman yang ingin disampaikan kepada audiens. Kehadiran citraan membuat pesan yang disampaikan menjadi lebih hidup sehingga mampu meningkatkan daya tarik dan efektivitas komunikasi dalam media digital.

Jenis citraan yang paling dominan ditemukan adalah citraan penglihatan. Citraan ini digunakan untuk membangun

gambaran visual yang dapat dibayangkan oleh audiens. Dalam berbagai konten TikTok, Generasi Z sering menggunakan ungkapan yang menggambarkan warna, bentuk, keadaan, maupun suasana tertentu. Misalnya, ungkapan seperti “langit senja berwarna jingga keemasan”, “ruangan itu terlihat begitu sunyi dan gelap”, atau “senyumannya mampu menerangi hari yang suram”. Ungkapan-ungkapan tersebut memungkinkan audiens membentuk gambaran visual dalam pikiran mereka sehingga pesan yang disampaikan menjadi lebih jelas dan menarik. Dominasi citraan penglihatan juga tidak terlepas dari karakteristik TikTok sebagai platform berbasis video yang mengandalkan kekuatan visual dalam penyampaian informasi.

Selain citraan penglihatan, citraan pendengaran juga banyak ditemukan dalam konten TikTok. Citraan ini digunakan untuk menghadirkan kesan bunyi atau suara tertentu dalam pikiran audiens. Contohnya dapat ditemukan pada ungkapan seperti “suara hujan yang jatuh perlahan di atap”, “tawa teman-teman yang memenuhi ruangan”, atau “dentuman musik yang menggema sepanjang malam”. Penggunaan citraan pendengaran membantu audiens merasakan suasana yang sedang digambarkan meskipun mereka tidak mendengar suara tersebut secara langsung. Dalam konten TikTok, citraan pendengaran sering dipadukan dengan unsur audio sehingga menciptakan pengalaman komunikasi yang lebih kuat dan mendalam.

Selanjutnya, ditemukan pula penggunaan citraan gerak yang berfungsi menggambarkan aktivitas atau pergerakan tertentu. Citraan gerak tampak dalam ungkapan seperti “pikiran itu terus berlari tanpa arah”, “waktu melesat begitu cepat”,

atau “langkah kaki yang perlahan menjauh”. Penggunaan citraan gerak memberikan kesan dinamis pada pesan yang disampaikan sehingga audiens dapat membayangkan suatu peristiwa seolah-olah sedang berlangsung di hadapan mereka. Citraan jenis ini banyak digunakan dalam konten motivasi, cerita pengalaman pribadi, maupun narasi kehidupan sehari-hari yang sering dibagikan oleh Generasi Z.

Jenis citraan lainnya adalah citraan perabaan dan citraan perasaan. Citraan perabaan digunakan untuk menggambarkan sensasi fisik yang dapat dirasakan oleh indera peraba, seperti “dinginnya angin malam menusuk kulit” atau “hangatnya sinar matahari menyentuh wajah”. Sementara itu, citraan perasaan digunakan untuk menggambarkan kondisi emosional yang dialami seseorang, misalnya “hatiku terasa sesak”, “bahagia itu mengalir seperti air”, atau “rasa kecewa yang terus menghantui”. Kedua jenis citraan tersebut banyak ditemukan dalam konten yang bersifat personal dan reflektif karena mampu membangun kedekatan emosional antara pembuat konten dan audiens.

Penggunaan citraan dalam konten TikTok menunjukkan kemampuan Generasi Z dalam membangun imajinasi audiens melalui bahasa. Meskipun TikTok merupakan platform yang didominasi unsur visual dan audio, bahasa tetap memiliki peran penting dalam memperkuat pengalaman komunikasi. Melalui pemanfaatan citraan, pembuat konten dapat mengarahkan audiens untuk membayangkan suasana, merasakan emosi, serta memahami pesan secara lebih mendalam. Dengan demikian, bahasa tidak hanya berfungsi sebagai media penyampai informasi, tetapi juga sebagai sarana

menciptakan pengalaman estetis yang dapat meninggalkan kesan kuat bagi audiens.

Dari sisi fungsi, citraan berperan penting dalam menciptakan efek estetis dan emosional dalam suatu konten. Efek estetis muncul karena penggunaan citraan mampu memperindah bahasa sehingga pesan yang disampaikan menjadi lebih menarik dan tidak monoton. Sementara itu, efek emosional muncul karena citraan dapat membangkitkan perasaan tertentu, seperti bahagia, sedih, haru, kecewa, atau semangat. Efek tersebut membuat audiens lebih mudah terhubung dengan isi pesan yang disampaikan sehingga meningkatkan peluang terjadinya interaksi dan keterlibatan pengguna terhadap konten.

Selain menciptakan efek estetis dan emosional, citraan juga berfungsi meningkatkan daya tarik dan efektivitas komunikasi di TikTok. Dalam lingkungan media sosial yang dipenuhi berbagai informasi, konten yang mampu menghadirkan pengalaman visual dan emosional melalui bahasa cenderung lebih mudah menarik perhatian pengguna. Penggunaan citraan membantu pembuat konten menyampaikan pesan secara lebih jelas, menarik, dan berkesan sehingga pesan tersebut lebih mudah dipahami serta diingat oleh audiens. Oleh karena itu, citraan menjadi salah satu unsur stilistika yang berperan penting dalam keberhasilan komunikasi digital di kalangan Generasi Z.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa citraan dalam konten TikTok Generasi Z hadir dalam berbagai bentuk, yaitu citraan penglihatan, pendengaran, gerak, perabaan, dan perasaan. Penggunaan citraan tidak hanya berfungsi untuk memperjelas gambaran suatu peristiwa atau pengalaman, tetapi juga berperan dalam membangun imajinasi audiens, menciptakan

efek estetis dan emosional, serta meningkatkan daya tarik komunikasi digital. Temuan ini menunjukkan bahwa citraan merupakan unsur stilistika yang memiliki kontribusi penting dalam membentuk karakteristik bahasa Generasi Z pada platform TikTok.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai gaya bahasa dalam konten TikTok Generasi Z melalui kajian stilistika, dapat disimpulkan bahwa penggunaan bahasa pada platform TikTok menunjukkan karakteristik yang kreatif, dinamis, dan adaptif terhadap perkembangan budaya digital. Gaya bahasa yang digunakan tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana ekspresi diri, pembentukan identitas sosial, serta strategi untuk menarik perhatian audiens dalam ruang media sosial.

Dari aspek diksi, Generasi Z cenderung menggunakan bahasa gaul, slang, singkatan, akronim, dan istilah-istilah populer yang berkembang di media digital. Pemilihan diksi tersebut menunjukkan adanya pengaruh tren digital dan budaya populer terhadap perkembangan bahasa. Selain berfungsi untuk menyampaikan informasi secara efektif, penggunaan diksi juga berperan dalam menciptakan kedekatan dengan audiens serta memperkuat identitas kelompok pengguna media sosial.

Dari aspek majas, ditemukan berbagai bentuk gaya bahasa figuratif, seperti metafora, hiperbola, personifikasi, simile, ironi, dan satire. Majas-majas tersebut digunakan untuk memperkuat pesan, membangun humor, mengekspresikan emosi, serta menyampaikan kritik sosial secara kreatif. Penggunaan majas menunjukkan kemampuan Generasi Z dalam mengolah

bahasa sehingga pesan yang disampaikan menjadi lebih menarik, ekspresif, dan mudah dipahami oleh audiens.

Sementara itu, dari aspek citraan, ditemukan penggunaan citraan penglihatan, pendengaran, gerak, perabaan, dan perasaan. Citraan berfungsi membangun imajinasi audiens, memperjelas gambaran suatu peristiwa atau pengalaman, serta menciptakan efek estetis dan emosional dalam komunikasi digital. Kehadiran citraan menjadikan pesan yang disampaikan lebih hidup dan mampu meningkatkan daya tarik konten TikTok.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa diksi, majas, dan citraan merupakan unsur stilistika yang saling berkaitan dalam membentuk karakteristik bahasa Generasi Z di TikTok. Ketiga unsur tersebut berkontribusi dalam menciptakan komunikasi yang efektif, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan interaksi digital masa kini. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian stilistika, khususnya yang berkaitan dengan fenomena bahasa dalam media sosial, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya mengenai perkembangan bahasa dan komunikasi digital di kalangan generasi muda.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, R., & Handayani, D. (2025). Fenomena pergeseran diksi dalam bahasa Indonesia di era digital dan media sosial. *Journal STKIP Subang*.
- Iswatiningsih, D., & Pangesti, F. (2021). Penggunaan bahasa gaul pada remaja milenial di media sosial. *Literasi: Jurnal Penelitian Bahasa dan Sastra Indonesia serta Pembelajarannya*, 5(1).

- Junita, D. (2024). Realitas keterlibatan Gen Z dalam media sosial TikTok perspektif sosiokultural. *Journal UML*, 2024.
- Lafamane, F. (2020). *Kajian Stilistika (Komponen Kajian Stilistika)*. OSP Preprints, 43.
- Nurfadillah. (2023). Analisis pesan visual dan verbal dalam konten TikTok: Studi pada tren edukasi singkat. *Journal Versa*, 2025.
- Oktafiyanti, R., Fitri, D. S., Salsabillah, G. N., Fadhila, R., & Ma'rifah, U. S. K. (2025). Analisis stilistika dalam bahasa gaul dan ekspresi sosial remaja di era digital. Publisherqu, 2026.
- Saputra, A., Ifnaldi, I., & Misriani, A. (2023). Analisis nilai-nilai kehidupan dalam cerita rakyat Rejang Lebong. *Jurnal Pendidikan Bahasa Indonesia dan Sastra (Pendistra)*.
- Wulandari, A. (2021). Implementation of centralized networking system and integrated marketing communication for MSMEs in Buah Batu Bandung. *Jurnal Penyuluhan*, 18(01), 12–24.