PUNGGAWA
GLOBAL RESEARCH:
JURNAL MULTIDISIPLIN

Punggawa Global Research: Jurnal Multidisiplin
Volume 1, Nomor 5, 2026
E-ISSN: 3164-0117
Open Access: punggawajournal.com/pgr

Kata – Kata Yang Sedang Trend: Analisis Perkembangan Kosakata Bahasa Indonesia di Media Sosial Instagram, Tiktok, X

Fadhila Dwi Andini[1], Reni Siti Mulyati[2], Deviani Sri Lestari[3] Yuni Ertinawati[4]
[1,2,3] Poltekkess Kemenkes Tasikmalaya, Indonesia
[4] Universitas Siliwangi, Indonesia
Korespondensi: fadhiladwiandinii@gmail.com

Informasi Artikel
Riwayat artikel:
Received Sept 13th, 2026
Revised Oct 24th, 2026
Accepted Oct 29th, 2026

Keyword:
Kata tren; Pembentukan kata; Media sosial; Akronim; Serapan bahasa asing; Bahasa Indonesia.

ABSTRAK
Media sosial mempercepat lahirnya kata tren yang sering tidak mengikuti kaidah pembentukan kata baku. Penelitian ini bertujuan memaparkan jenis pembentukan kata tren bahasa Indonesia di TikTok, Instagram, dan X, lalu membandingkan polanya pada ketiga platform. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan teknik simak dan catat. Data berupa 38 kata tren dari unggahan dan komentar yang diakses pada 23 sampai 25 September 2026 dan dibuktikan dengan tangkapan layar. Setiap kata dikelompokkan ke dalam tujuh jenis pembentukan kata dan dicocokkan dengan Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi keenam. Analisis dilakukan melalui penghitungan frekuensi, persentase, dan tabulasi silang antara jenis pembentukan kata dan platform. Hasilnya menunjukkan bahwa akronim paling banyak ditemukan (31,6%), disusul serapan bahasa asing (21,1%) serta afiksasi dan variasi bunyi atau ejaan (18,4%). Akronim unggul di TikTok dan X, sedangkan di Instagram jumlahnya sama dengan serapan bahasa asing. TikTok tidak memuat serapan bahasa daerah maupun pergeseran makna. Sebanyak 22 kata (57,9%) sudah tercatat dalam kamus. Temuan ini masih bersifat awal karena jumlah data belum mencapai target penelitian.

© 2026 The Authors. Published by Punggawa Legacy Center. This is an open access article under the CC BY license (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

PENDAHULUAN

Media sosial kini menjadi ruang utama bagi remaja dan mahasiswa untuk berkomunikasi, mencari hiburan, dan menunjukkan jati diri. Di ruang ini, bahasa berkembang jauh lebih cepat daripada di buku pelajaran. Kata seperti *mager*, *gabut*, dan *baper* menyebar lewat video pendek, komentar, dan unggahan, lalu terbawa ke percakapan sehari-hari. Pemakaian bahasa gaul didorong oleh kebutuhan untuk berkomunikasi dengan cepat, praktis, dan ekspresif, sekaligus menjadi penanda kelompok pergaulan (Aulia dkk., 2026). Dampaknya berlapis. Kosakata memang bertambah, tetapi mutu bahasa Indonesia baku dikhawatirkan menurun jika slang makin meluas (Zulkhaeriyah dkk., 2023).

Kata-kata tren itu tidak muncul secara acak. Zahra dkk. (2026) menunjukkan bahwa kreativitas leksikal generasi Z terbentuk melalui akronimisasi, pemendekan, pemaduan, serapan, dan perubahan bentuk, yang kemudian diikuti pergeseran makna. Pada TikTok, akronim menjadi bentuk yang paling sering ditemukan, yaitu 24 dari 39 data (Putri dkk., 2026). Penelitian lain pada video dan komentar TikTok juga menemukan singkatan, akronim, pemenggalan, dan kontraksi (Mutmainah dkk., 2025). Hasil serupa tampak pada komentar remaja di X, Instagram, dan TikTok, dengan akronim sebagai bentuk terbanyak (Sartono dkk., 2026). Gambaran di X sedikit berbeda. Pada akun yang membagikan informasi diskon, singkatan mendominasi data abreviasi karena pengguna dibatasi jumlah karakter dan informasinya cepat berganti (Fitriyanti dkk., 2026). Pola afiksasi pun masih produktif, misalnya pada imbuhan *nge-* dan *-in* yang melekat pada kata serapan (Nissa dkk., 2026).

Dari sisi makna, kata tren sering berubah arti. Kata *sultan* meluas dari gelar penguasa menjadi sebutan orang kaya, *gas* berubah menjadi ajakan, dan *healing* menyempit menjadi kegiatan rekreasi untuk meredakan stres (Putri & Bambang, 2026). Perubahan yang sama dicatat pada kata *baper*, *receh*, dan *ghosting* (Hijrah dkk., 2024), juga pada *otw*, *modus*, dan *overthinking* (Utami dkk., 2025). Desandi dkk. (2026) menilai TikTok mempercepat inovasi semantik karena makna baru terbentuk lewat pengulangan, peniruan, dan penerimaan bersama.

Meskipun demikian, sebagian besar penelitian terdahulu memusatkan perhatian pada satu platform atau satu jenis bentuk saja, misalnya abreviasi atau afiksasi. Kajian lintas platform memang sudah ada (Sartono dkk., 2026), tetapi dari rujukan yang ditelaah, belum banyak yang menghitung sebaran seluruh jenis pembentukan kata, termasuk serapan bahasa daerah dan pergeseran makna, sekaligus mencocokkan status kata dengan kamus. Penelitian ini mengisi celah tersebut dengan tujuh kategori pembentukan kata yang dibandingkan pada TikTok, Instagram, dan X.

Tujuan penelitian ini ada tiga. Pertama, mendeskripsikan jenis pembentukan kata tren bahasa Indonesia di media sosial. Kedua, menghitung frekuensi dan persentase tiap jenis. Ketiga, membandingkan sebarannya pada ketiga platform. Hasilnya diharapkan membantu pembelajar bahasa memahami pola kata tren. Bagi mahasiswa rekam medis dan informasi kesehatan, gambaran ini juga berguna karena dokumen pelayanan kesehatan menuntut istilah dan singkatan yang baku, sehingga kemampuan membedakan ragam santai dan ragam resmi menjadi bekal yang penting.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai pendekatan deskriptif kuantitatif. Data kebahasaan yang berupa kata dikelompokkan lebih dahulu, kemudian dihitung frekuensinya. Populasinya adalah kata tren bahasa Indonesia yang muncul pada unggahan dan komentar pada platform TikTok, Instagram, dan X. Sampel dipilih secara purposif dengan tiga syarat, yaitu kata sedang ramai dipakai, digunakan dalam konteks bahasa Indonesia, dan dapat dibuktikan dengan tangkapan layar.

Data dikumpulkan dengan teknik simak dan catat pada 23 September 2026 untuk TikTok, 24 September 2026 untuk Instagram, dan 25 September 2026 untuk X. Setiap kata dicatat bersama kalimat konteks, platform, tanggal akses, dan tautan unggahan, lalu bukti tangkapan layarnya disimpan dalam lembar rekap bukti. Rancangan awal menargetkan 100 data pada setiap platform. Pada tahap ini terkumpul 38 data, yakni 14 dari platform TikTok, 15 dari platform Instagram, dan 9 dari platform X, sehingga hasilnya dibaca sebagai gambaran awal. Makna kata ditentukan dari konteks pemakaian, kemudian statusnya diperiksa pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) edisi keenam daring (Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, n.d.).

Setiap kata dimasukkan ke dalam satu dari tujuh jenis pembentukan kata seperti pada Tabel 1. Apabila sebuah kata memiliki dua ciri, peneliti memilih ciri yang paling menonjol pada konteks yang ditemukan. Data kemudian dianalisis dengan rumus $P = (f/N) \times 100\%$, dengan f sebagai frekuensi tiap jenis dan N sebagai jumlah seluruh data. Perbandingan antarplatform disajikan melalui tabulasi silang, dengan persentase dihitung terhadap jumlah data pada platform yang sama.

Tabel 1 Jenis Pembentukan Kata yang Digunakan dalam Penelitian

Kode	Jenis	Penjelasan singkat	Contoh
K1	Akronim	Gabungan huruf atau suku kata yang dibaca sebagai satu kata	*mager*, *bucin*
K2	Singkatan	Huruf awal yang dieja atau dipakai sebagai singkatan	*otw*, *cmiiw*
K3	Pemenggalan dan kontraksi	Pemotongan sebagian bentuk kata asal	*halu*, *nongki*
K4	Serapan bahasa asing	Kata yang diambil dari bahasa asing	*slay*, *flexing*
K5	Serapan bahasa daerah	Kata yang diambil dari bahasa daerah	*ambyar*, *melipir*
K6	Pergeseran atau asosiasi makna	Kata lama yang mendapat makna baru	*receh*, *sultan*
K7	Afiksasi dan variasi bunyi atau ejaan	Pemberian imbuhan atau perubahan bunyi dan ejaan	*gaskeun*, *santuy*

Sumber: data olahan penelitian (2026)

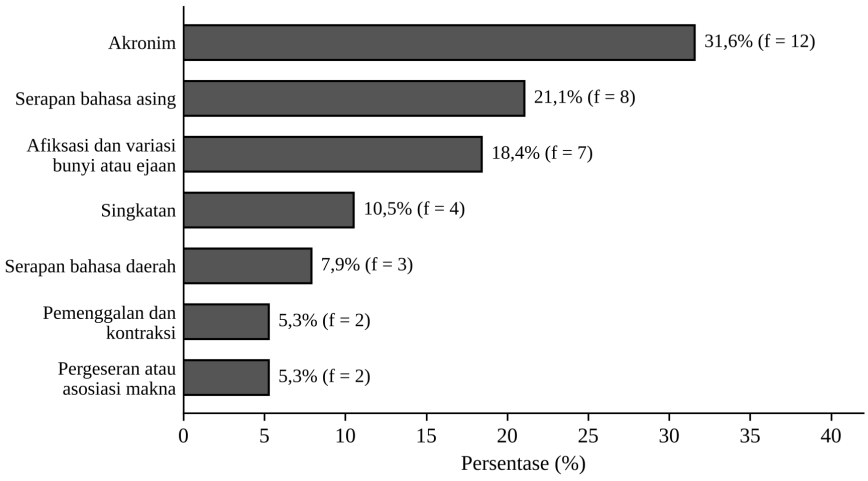
HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari 38 kata yang terkumpul, akronim menjadi jenis yang paling banyak, yaitu 12 kata atau 31,6%. Serapan bahasa asing berada di urutan kedua dengan 8 kata (21,1%), lalu afiksasi dan variasi bunyi atau ejaan dengan 7 kata (18,4%). Singkatan berjumlah 4 kata (10,5%), serapan bahasa daerah 3 kata (7,9%), sedangkan pemenggalan dan pergeseran makna masing-masing 2 kata (5,3%). Rincian ini disajikan pada Tabel 2 dan Gambar 1.

Tabel 2 Distribusi Frekuensi Jenis Pembentukan Kata Tren

Kode	Jenis pembentukan kata	f	%
K1	Akronim	12	31,6
K2	Singkatan	4	10,5
K3	Pemenggalan dan kontraksi	2	5,3
K4	Serapan bahasa asing	8	21,1
K5	Serapan bahasa daerah	3	7,9
K6	Pergeseran atau asosiasi makna	2	5,3
K7	Afiksasi dan variasi bunyi atau ejaan	7	18,4
	Jumlah (N)	**38**	**100,0**

Sumber: data olahan penelitian (2026)



Gambar 1 Persentase Jenis Pembentukan Kata Tren

Dominasi akronim wajar karena bentuk ini hemat tenaga dan mudah diucapkan. Kata *mager* (malas gerak), *gercep* (gerak cepat), *bucin* (budak cinta), dan *pansos* (panjat sosial) memadatkan frasa yang panjang menjadi satu kata yang terdengar akrab. KBBI daring memperlihatkan bahwa kata-kata tersebut sudah tercatat dengan label akronim dan ragam cakapan. Temuan ini sejalan dengan Putri dkk. (2026) dan Sartono dkk. (2026) pada komentar lintas platform, yang sama-sama menempatkan akronim di posisi teratas. Sebaliknya, singkatan hanya berjumlah empat kata, yakni *fyp*, *pov*, *otw*, dan *cmiiw*, dan semuanya berasal dari frasa bahasa Inggris. Kehadiran *otw* juga dilaporkan oleh Rofiq dkk. (2026) sebagai salah satu singkatan yang sering muncul di X. Perbedaan dengan Fitriyanti dkk. (2026), yang menemukan singkatan lebih dominan, kemungkinan berkaitan dengan objek datanya, yaitu satu akun informasi diskon dengan batas karakter, sedangkan data penelitian ini berasal dari beragam unggahan dan komentar.

Serapan bahasa asing menempati peringkat kedua. Delapan kata di dalamnya, yaitu *slay*, *cringe*, *healing*, *spill*, *flexing*, *ghosting*, *overthinking*, dan *mukbang*, hampir semuanya berasal dari bahasa Inggris, kecuali *mukbang* yang berasal dari bahasa Korea. Kata-kata ini umumnya menggambarkan perasaan atau perilaku sosial yang belum punya padanan ringkas dalam bahasa Indonesia, misalnya rasa canggung yang membuat orang lain ikut tidak nyaman (*cringe*) dan memamerkan harta untuk mencari pengakuan (*flexing*). Pola serupa dilaporkan oleh Putri dan Nurhayati (2024), yang menemukan bahwa

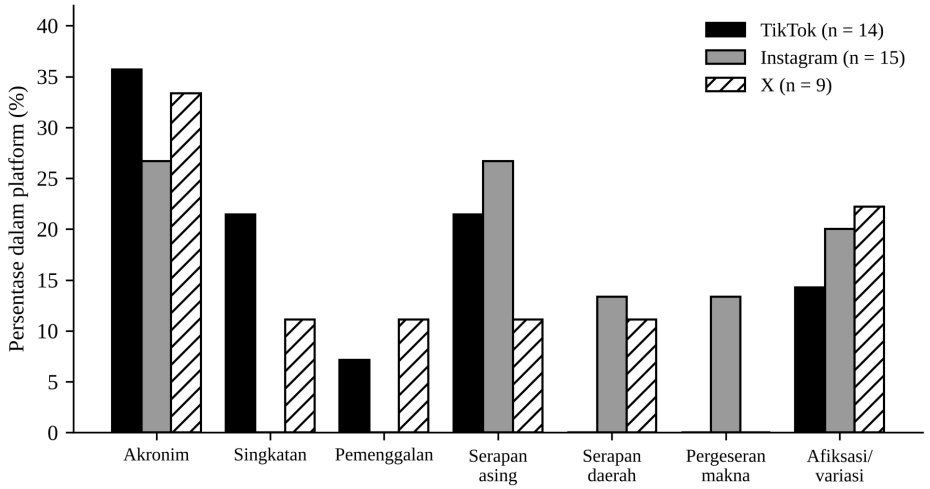
slang pada platform TikTok banyak berupa serapan asing, campuran bahasa, dan singkatan. Di KBBI daring, hanya *mukbang* yang ditemukan, itu pun dengan merujuk pada bentuk *mokbang*. Bukti dokumentasi untuk tujuh kata lainnya berupa artikel penjelasan, bukan entri kamus, sehingga status kata-kata itu perlu diperiksa ulang pada tahap berikutnya.

Kelompok afiksasi dan variasi bunyi atau ejaan berjumlah tujuh kata. *Gaskeun* dibentuk dari *gas* dan akhiran *-keun*, *ngegas* dari awalan *nge-* dan *gas*, sedangkan *santuy* dan *gemoy* berasal dari perubahan bunyi pada *santai* dan *gemas*. Dua kata lain, *sabi* dan *kuy*, terbentuk dengan membalik bunyi *bisa* dan *yuk*, dan *gaes* merupakan variasi ejaan dari *guys*. Hasil ini menguatkan temuan Nissa dkk. (2026) bahwa imbuhan seperti *nge-* tetap produktif pada bahasa gaul di media sosial, serta temuan Fitriah dkk. (2023) tentang proses perubahan bunyi pada bahasa gaul generasi Z.

Tabel 3 Tabulasi Silang Jenis Pembentukan Kata dan Platform

Kode	Jenis pembentukan kata	TikTok f	TikTok %	Instagram f	Instagram %	X f	X %
K1	Akronim	5	35,7	4	26,7	3	33,3
K2	Singkatan	3	21,4	0	0,0	1	11,1
K3	Pemenggalan dan kontraksi	1	7,1	0	0,0	1	11,1
K4	Serapan bahasa asing	3	21,4	4	26,7	1	11,1
K5	Serapan bahasa daerah	0	0,0	2	13,3	1	11,1
K6	Pergeseran atau asosiasi makna	0	0,0	2	13,3	0	0,0
K7	Afiksasi dan variasi bunyi atau ejaan	2	14,3	3	20,0	2	22,2
	Jumlah	**14**	**100,0**	**15**	**100,0**	**9**	**100,0**

Sumber: data olahan penelitian (2026). Persentase dihitung terhadap jumlah data pada platform yang sama.



Gambar 2 Persentase Jenis Pembentukan Kata pada Tiga Platform

Dari data diatas, dapat dilihat bahwa perbandingan antarplatform pada Tabel 3 dan Gambar 2 menunjukkan pola yang berbeda. Di TikTok (14 data), akronim paling banyak dengan 5 kata (35,7%), diikuti singkatan dan serapan bahasa asing yang masing-masing 3 kata (21,4%). Platform ini tidak memuat serapan bahasa daerah maupun pergeseran makna. Di Instagram (15 data), akronim dan serapan bahasa asing sama banyak, yaitu 4 kata (26,7%), lalu afiksasi 3 kata (20,0%), serta serapan bahasa daerah dan pergeseran makna masing-masing 2 kata (13,3%). Di X (9 data), akronim kembali memimpin dengan 3 kata (33,3%), disusul afiksasi 2 kata (22,2%), sedangkan singkatan, pemenggalan, serapan bahasa asing, dan serapan bahasa daerah masing-masing 1 kata (11,1%).

Pada platform TikTok, kata tren sering muncul sebagai teks singkat di atas video, seperti *pov*, *otw*, dan *fyp*, sehingga bentuk yang ringkas lebih mudah dipakai. Instagram menyediakan ruang yang lebih lapang lewat keterangan unggahan dan komentar, dan di sana tampak lebih banyak ragam bentuk,

termasuk kata dari bahasa Jawa seperti *melipir* dan *gacor*. Hal ini sejalan dengan temuan Makrup dan Masitoh (2026) bahwa bahasa siswa di Instagram sarat slang informal dan campuran bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris. Meski begitu, penjelasan ini bersifat dugaan. Jumlah data pada X hanya sembilan, sehingga selisih satu kata saja sudah mengubah persentase cukup besar, dan hasil tersebut belum dapat dianggap mewakili X secara keseluruhan.

Pergeseran makna terlihat jelas pada *receh* dan *sultan*. Kata *receh* semula berarti uang pecahan kecil, tetapi dalam unggahan kini berarti lelucon ringan atau hal yang sepele. Kata *sultan* semula bermakna raja, lalu dipakai untuk menyebut orang kaya. Putri dan Bambang (2026) serta Hijrah dkk. (2024) melaporkan pergeseran serupa pada kedua kata tersebut, dan Komalasari dkk. (2026) mencatat perubahan makna *receh* pada Instagram. Pada KBBI, makna baru *receh* (‘tidak lucu’) dan *gacor* (‘bagus; hebat’) sudah dimuat dengan label cakapan. Adapun *sultan* masih berhenti pada makna ‘raja; baginda’. Artinya, kamus sudah mulai menampung sebagian makna baru, tetapi belum semuanya. Kata *gacor* sebenarnya dapat dimasukkan ke dua kategori sekaligus, yakni serapan bahasa daerah karena berasal dari bahasa Jawa dan pergeseran makna karena semula merujuk pada kicauan burung. Pilihan kode ini menunjukkan bahwa batas antarkategori tidak selalu tegas.

Pemeriksaan pada KBBI daring menunjukkan bahwa 22 dari 38 kata (57,9%) sudah memiliki entri, sebagian besar berlabel cakapan, yaitu *mager*, *gabut*, *baper*, *gercep*, *bucin*, *mantul*, *salfok*, *pansos*, *kudet*, *japri*, *mabar*, *salting*, *fyp*, *halu*, *nongki*, *mukbang*, *ambyar*, *melipir*, *gacor*, *receh*, *sultan*, dan *santuy*. Sebanyak 16 kata lain (42,1%) belum didukung bukti entri kamus pada dokumentasi yang terkumpul. Kelompok ini terdiri atas tiga singkatan, tujuh serapan bahasa asing, dan enam kata hasil afiksasi atau variasi bunyi. Perlu dicatat bahwa beberapa kata sudah ada di kamus dengan arti yang berbeda dari pemakaian di media sosial. *Halu* dalam kamus berarti halusinasi, sedangkan *sultan* masih bermakna raja. Pola ini memperlihatkan bahwa kata yang paling cepat diterima kamus adalah bentuk yang berakar dari kosakata Indonesia, sementara serapan asing dan bentuk plesetan relatif lebih lambat.

Hasil penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Jumlah data hanya 38, setiap kata hanya diberi satu kode, dan status kamus belum diperiksa untuk seluruh kata. Karena itu, persentase pada penelitian ini sebaiknya dibaca sebagai gambaran awal, bukan sebagai angka yang berlaku umum. Meski demikian, temuan ini mendukung pandangan bahwa kata tren dibentuk melalui pola yang dapat dikenali, bukan sekadar permainan bahasa. Bagi mahasiswa rekam medis dan informasi kesehatan, pengetahuan ini membantu memilah kata yang cocok dipakai dalam percakapan santai dengan kata yang harus dihindari dalam dokumen resmi, sejalan dengan saran Aulia dkk. (2026) agar kreativitas berbahasa di media sosial tetap diimbangi penggunaan bahasa Indonesia baku.

KESIMPULAN

Kata tren bahasa Indonesia di TikTok, Instagram, dan X paling banyak dibentuk melalui akronim (31,6%), kemudian serapan bahasa asing (21,1%) dan afiksasi atau variasi bunyi atau ejaan (18,4%). Akronim unggul di TikTok dan X, sedangkan di Instagram jumlahnya sama dengan serapan bahasa asing. Pergeseran makna hanya ditemukan di Instagram, dan serapan bahasa daerah tidak muncul di TikTok. Sebanyak 22 dari 38 kata (57,9%) sudah tercatat dalam KBBI edisi keenam daring, tetapi beberapa di antaranya belum memuat makna barunya. Karena data baru mencapai 38 dari target yang direncanakan, penelitian lanjutan perlu menambah jumlah data pada setiap platform dan memeriksa status kamus untuk semua kata agar hasilnya lebih kuat.

DAFTAR PUSTAKA

Aulia, M., Sari, D. P., Anjani, N. K., & Butar Butar, C. (2026). Problematika bahasa gaul di media sosial: Analisis kesalahan berbahasa pada generasi Z. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *10*(2), 13936–13944. https://doi.org/10.31004/jptam.v10i2.39572

Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (n.d.). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) edisi VI daring*. Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah. Diakses 23–25 September 2026.

Desandi, M., Defriani, R. F., & Gusriani, A. (2026). Perubahan makna leksikal dalam penggunaan bahasa di TikTok: Kajian literatur semantik. *Bahterasia: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, *7*(1), 172–180.

Fitriah, L., Santoso, A., & Taufiqurrahman, F. (2023). Proses fonologis bahasa gaul generasi “Z” di sosial media (Analisis fonologi generatif). *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa dan Sastra*, *9*(1), 80–88.

Fitriyanti, R., Kadaryati, & Bagiya. (2026). Bentuk abreviasi pada akun X @discountfess periode Oktober hingga November 2025. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, *11*(2), 249–263.

Hijrah, N., Rialni, D. A. P., Maysarah, Sari, Y., & Adisaputera, A. (2024). Pergeseran makna dan ekspresi identitas penggunaan bahasa gaul di media sosial. *NARASI: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra Indonesia, dan Pengajarannya*, *2*(1), 93–100. https://doi.org/10.30762/narasi.v2i1.3053

Komalasari, H., Herdiana, & Mulyani, S. (2026). Perubahan makna kata akibat perkembangan budaya populer dalam media sosial Instagram (Alternatif pengembangan bahan ajar cerita teks eksplanasi). *Diksatrasia*, *10*(1), 1–14.

Makrup, K., & Masitoh. (2026). Penggunaan bahasa gaul di sosial media Instagram pada siswa kelas X Madrasah Aliyah Negeri 02 Lampung Utara. *Griya Cendikia*, *11*(2), 276–287. https://doi.org/10.47637/griyacendikia.v11i2.2388

Mutmainah, N., Herdiana, & Mulyani, S. (2025). Karakteristik penggunaan bahasa gaul dalam media sosial TikTok di kalangan generasi Z (Alternatif pengembangan bahan ajar teks narasi). *Diksatrasia*, *9*(2), 554–570.

Nissa, K., Khumairo, H., Izzati, M., Ikasari, Dinaryam, M. P., & Wijaya, L. G. R. A. (2026). Afiksasi bahasa gaul mahasiswa generasi Z di media sosial. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, *11*(3), 356–365.

Putri, A. R., & Nurhayati, I. K. (2024). Exploring cyberculture: A virtual ethnographic perspective on Generation Z slang on TikTok. *Jurnal Sosioteknologi*, *23*(3), 400–415. https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2024.23.3.8

Putri, O. P., & Bambang, S. E. M. (2026). Analisis pergeseran makna kata gaul 'sultan', 'gas', dan 'healing' dalam interaksi pengguna TikTok berdasarkan kajian semantik. *Lateralisasi*, *14*(1), 743–756. https://doi.org/10.36085/lateralisasi.v14i1.10677

Putri, S. F., Iriyansah, M. R., & Iryana, A. (2026). Akronim, blending, dan kliping bahasa generasi Z di TikTok: Kajian morfologi. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, *11*(3), 435–444. https://doi.org/10.23969/jp.v11i03.52390

Rofiq, M. A., Amri, M. D., & Neina, Q. A. (2026). Penggunaan akronim dan singkatan di media sosial Twitter/X pada akun @Tubirfess. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, *4*(1), 1–11. https://doi.org/10.47861/tuturan.v4i1.1996

Sartono, R. R., Nabilla, Sintyasari, L., & Amelia, N. (2026). Analisis bentuk pembentukan dan makna bahasa gaul remaja dalam komentar media sosial X, Instagram, dan TikTok. *Jurnal Basataka*, *9*(1), 251–266.

Utami, V. T., Purba, A., & Pratama, D. R. (2025). Penggunaan bahasa gaul di kalangan remaja SMAN 5 Kota Jambi. *Sastranesia: Jurnal Pendidikan Bahasa & Sastra Indonesia*, *13*(4), 83–98.

Zahra, R., Yulinda, S., & Elfina. (2026). Generation Z's lexical creativity on social media: An analysis of word formation patterns and semantic shift. *Al-Mubin: Islamic Scientific Journal*, *9*(2), 1–10. https://doi.org/10.51192/almubin.v9i2.2944

Zulkhaeriyah, Rosyadi, D. Z. A., & Pujiati, T. (2023). The impact of slang language used by "Gen Z" on the existence of Indonesian language. *ELS Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities*, *6*(3), 574–579. https://doi.org/10.34050/elsjish.v6i3.28464