

Original Article

Peran Konten Humor TikTok Dalam Membentuk Gaya Komunikasi Generasi Z

Latifah Anastasya Adilla¹, Niky Yusuf Rahmawan², Abdul Wahab³, Naesa Ayu Sabrina⁴,
Ramza Aviantara⁵, Alvin Yoga Kharisma⁶

1 Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Hukum & Bisnis, Universitas Duta Bangsa Surakarta, 250425009@mhs.udb.ac.id

2 Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Hukum & Bisnis, Universitas Duta Bangsa Surakarta, 250425025@mhs.udb.ac.id

3 Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Hukum & Bisnis, Universitas Duta Bangsa Surakarta, 250425001@mhs.udb.ac.id

4 Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Hukum & Bisnis, Universitas Duta Bangsa Surakarta, 250425012@mhs.udb.ac.id

5 Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Hukum & Bisnis, Universitas Duta Bangsa Surakarta, 250425018@mhs.udb.ac.id

6 Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Hukum & Bisnis, Universitas Duta Bangsa Surakarta, alfinyoga@udb.ac.id

ARTICLE INFO

Article History

Received: 6 July 2026

Revised: 12 August 2026

Published: 19 August 2026

Keywords

Generation Z, TikTok, Communication Style,
Internet Humor, Digital Culture.

ABSTRACT

The advancement of technology and social media TikTok in particular has reshaped how Generation Z communicates, with internet humor evolving from a purely entertainment function into a genuine tool for social interaction. This research explores how TikTok's humorous content influences the communication patterns of Gen Z and examines the broader effects of digital culture on their social exchanges. A qualitative descriptive approach was employed, with informants chosen via purposive sampling based on specific criteria: they needed to be Gen Z adolescents or university students who are active TikTok users and regularly engage with its trending slang. Data was gathered through digital observation of user interactions on social media platforms, supplemented by documentation analysis. Findings indicate that humor based content on TikTok plays a substantial role in making Gen Z's communication more lively, expressive, and visually oriented. Various digital culture elements including post ironic humor, inside jokes, meta-humor, and code mixing serve as mechanisms through which young people construct social identity and foster a sense of community online. Nevertheless, the widespread embrace of this humor culture also carries certain consequences, particularly a shift in communication norms marked by the growing prevalence of informal language and an increasingly blurred line between playful banter and situations that call for a more serious tone.

INFORMASI ARTIKEL

ABSTRAK

Riwayat Artikel

Dikirim: 6 Juli 2026

Direvisi: 12 Agustus 2026

Dipublikasikan: 19 Agustus 2026

Kata Kunci

Generasi Z, TikTok, Gaya Komunikasi,
Humor Internet, Budaya Digital.

Kemajuan teknologi dan media sosial, terutama platform TikTok, turut mengubah pola interaksi Generasi Z, di mana humor internet yang semula hanya berfungsi sebagai hiburan kini bertransformasi menjadi medium komunikasi yang fungsional. Penelitian ini bertujuan mengkaji bagaimana konten-konten humor di TikTok berperan dalam membentuk gaya komunikasi Generasi Z, sekaligus melihat pengaruh budaya digital terhadap pola interaksi mereka. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan metode deskriptif. Penentuan informan dilakukan melalui teknik purposive sampling, dengan kriteria berupa remaja atau mahasiswa Generasi Z yang aktif menggunakan TikTok serta terbiasa mengikuti tren istilah-istilah viral. Proses pengumpulan data dilakukan melalui pengamatan digital terhadap interaksi para pengguna di media sosial, yang dilengkapi dengan studi dokumentasi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa konten humor di TikTok memberikan pengaruh besar dalam mengubah gaya komunikasi Generasi Z menjadi lebih dinamis, ekspresif, dan kental dengan unsur visual. Berbagai fenomena budaya digital, seperti humor post ironic, inside joke, meta humor, serta percampuran bahasa, dimanfaatkan generasi muda untuk membentuk identitas sosial sekaligus memperkuat solidaritas di ranah digital. Akan tetapi, adopsi humor secara masif ini juga membawa konsekuensi berupa pergeseran norma komunikasi, yang tercermin dari semakin dominannya penggunaan bahasa informal dan semakin kaburnya batas antara candaan dengan konteks sosial yang sejatinya menuntut keseriusan.



Pendahuluan

Perkembangan internet dan teknologi telah mengubah cara masyarakat berkomunikasi secara drastis. Saat ini, media sosial menjadi faktor terbesar yang memengaruhi cara kita berinteraksi, terutama bagi Generasi Z (Hidayatullah et al., 2024). Karena Generasi Z sudah terbiasa dengan teknologi sejak lahir, media sosial bukan lagi sekadar tempat mencari hiburan, melainkan sudah menjadi alat komunikasi utama mereka sehari-hari. Salah satu aplikasi yang paling digemari Gen Z saat ini adalah TikTok. Pengguna bisa dengan mudah membuat, membagikan, dan menikmati berbagai konten. Lewat TikTok juga, hal-hal lucu seperti meme, video parodi, dan sound viral kini bukan Cuma sekadar tontonan. Gen Z justru menggunakan berbagai humor tersebut sebagai cara baru untuk mengobrol dan mengekspresikan diri mereka di internet.

Menurut Sham et al. (2025), istilah “lucu” dan elemen komedi kini menjadi tren budaya yang mendominasi cara Generasi Z berinteraksi, baik secara daring di media sosial maupun dalam kehidupan sehari-hari di dunia nyata. Fenomena humor internet di TikTok ini dapat berkembang dengan sangat masif berkat dukungan algoritma distribusi konten platform khususnya fitur *For You Page* (FYP) yang mampu mempercepat penyebaran suatu tren hanya dalam hitungan jam. Akibatnya, berbagai istilah viral, gaya bercanda (seperti *inside jokes* atau *meta humor*), hingga ekspresi-ekspresi populer kini diadaptasi secara luas oleh Generasi Z dalam interaksi keseharian mereka, baik secara virtual melalui ruang obrolan maupun saat bertatap muka langsung (Tanjung, 2024).

Konteks ini menegaskan bahwa humor internet telah mengalami pergeseran nilai ia bertransformasi dari sekadar sarana rekreasi menjadi medium komunikasi yang sangat fungsional. Meme, potongan video, dan istilah viral kerap dijadikan instrumen pengganti kalimat untuk merespons suatu situasi tertentu, sehingga melahirkan gaya komunikasi Generasi Z yang lebih santai, ekspresif, interaktif, dan sangat dinamis mengikuti tren yang terus berganti (Musfirah et al., 2024). Kristina et al. (2021) juga sependapat bahwa meme dan tren lucu tidak lagi dapat direduksi sebagai sekadar hiburan semata, melainkan sudah berevolusi menjadi instrumen linguistik baru yang merepresentasikan identitas sosial kelompok mereka. Meskipun fenomena ini mendorong kreativitas dan mempererat keakraban di kalangan anak muda, masifnya adopsi humor internet ini turut membawa implikasi serius terhadap pergeseran norma komunikasi di masyarakat. Kebiasaan ini melahirkan berbagai tantangan baru yang memengaruhi kecakapan berbahasa, seperti dominasi penggunaan ragam bahasa yang terlalu informal dalam berbagai situasi, menurunnya kemampuan menggunakan bahasa baku, hingga mengaburnya batas kesantunan dan candaan yang kerap kali dibawa ke dalam konteks sosial yang semestinya membutuhkan keseriusan dan empati (Natsir et al., 2023).

Fenomena komunikasi yang terjadi pada Generasi Z akibat masifnya budaya humor digital ini merupakan sebuah celah penelitian yang sangat relevan untuk dikaji secara mendalam (Bowo et al., 2024). Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini berfokus pada bagaimana konten humor dan istilah viral di platform TikTok memengaruhi pergeseran struktur dan gaya bahasa anak muda saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara komprehensif bagaimana konten humor TikTok membentuk gaya komunikasi Generasi Z, serta melihat dampak budaya digital tersebut terhadap pergeseran norma dan cara anak muda masa kini berinteraksi di berbagai konteks sosial.

Kajian Pustaka

2.1 Teori Media Sosial

Platform digital memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan membangun komunikasi secara virtual. Menurut Kaplan dan Haenlein (2010) dalam studinya yang berjudul *Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*, media sosial didefinisikan sebagai aplikasi berbasis internet yang memungkinkan terciptanya pertukaran informasi dan konten yang dibuat langsung oleh penggunanya. Dalam konteks ini, TikTok hadir sebagai salah satu media sosial berbasis video pendek yang memberikan ruang leluasa bagi pengguna untuk memproduksi berbagai bentuk konten, termasuk konten humor, yang dapat tersebar secara luas dan



cepat melalui sistem algoritma. Keberadaan media sosial tersebut pada akhirnya memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pola komunikasi masyarakat, terutama bagi Generasi Z yang sangat aktif menggunakan platform digital (Rahma et al., 2025). Media sosial kini tidak lagi hanya sebatas sarana hiburan, tetapi telah berevolusi menjadi agen yang membentuk kebiasaan berbahasa, gaya interaksi, dan budaya komunikasi baru di kalangan penggunanya.

2.2 Teori Komunikasi Digital

Komunikasi digital ditandai dengan proses interaksi yang cepat, dua arah, dan mampu menjangkau banyak orang secara instan (Musa, 2023). Pada penerapannya, Generasi Z cenderung lebih menyukai gaya komunikasi yang singkat, santai, ekspresif, dan selalu mengikuti tren digital terbaru. Oleh sebab itu, berbagai konten humor dari TikTok seperti meme, sound viral, dan video parodi kini sering digunakan dalam percakapan sehari-hari mereka. Menurut Sarwar et al., (2025), kebiasaan baru ini muncul karena elemen humor tersebut dianggap sebagai cara yang lebih menarik, relevan, dan efektif untuk saling bertukar pesan di antara sesama pengguna media sosial.

2.3 Teori Budaya Populer

Budaya populer merupakan budaya yang tumbuh dan diminati oleh khalayak luas pada masa tertentu, yang perkembangannya kerap tidak lepas dari pengaruh media massa maupun media sosial (Ningrum et al., 2024). Dalam konteks ini, TikTok tampil sebagai salah satu platform yang berperan besar dalam menyebarkan budaya populer, tak terkecuali humor internet yang dengan cepat menjadi viral dan diikuti oleh banyak penggunanya. Berbagai istilah gaul, tren bercanda, serta ekspresi khas lahir dari humor TikTok dan kemudian diadopsi oleh Generasi Z dalam percakapan sehari-hari mereka (Ramadhani & Pujiyatno, 2025). Hal ini memperlihatkan bahwa budaya digital yang berkembang di media sosial memiliki kekuatan untuk membentuk identitas sekaligus gaya komunikasi generasi muda.

1) Generasi Z dan Gaya Komunikasi

Generasi Z merupakan generasi yang lahir dan besar di tengah era digital, sehingga kehidupan mereka sangat lekat dengan internet dan media sosial. Karakteristik komunikasi generasi ini pun cenderung khas, yakni lebih santai, cepat, dan kreatif, dengan penggunaan simbol, singkatan, maupun istilah-istilah viral yang mewarnai interaksi mereka sehari-hari.

2) Penggunaan humor internet

TikTok memberikan pengaruh terhadap gaya komunikasi Generasi Z, baik dalam interaksi tatap muka maupun percakapan di ranah media sosial. Konten-konten humor yang ada di dalamnya tidak sekadar berfungsi sebagai hiburan semata, melainkan juga dimanfaatkan sebagai sarana untuk mengekspresikan emosi, mempererat kedekatan sosial, serta mengikuti perkembangan tren yang sedang berlangsung.

3) Penelitian Terdahulu

Sejumlah penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa media sosial memberikan pengaruh terhadap pola komunikasi generasi muda. Salah satu kajian mengenai TikTok, misalnya, menjelaskan bahwa platform ini memiliki kemampuan untuk membentuk berbagai tren budaya digital, termasuk di antaranya penggunaan bahasa gaul dan humor internet. Di samping itu, penelitian lain juga mengungkap kecenderungan Generasi Z untuk mengadopsi istilah-istilah viral dari media sosial ke dalam komunikasi sehari-hari mereka, sebab istilah tersebut dinilai lebih relevan dengan konteks lingkungan sosial mereka (Alfikri, 2023). Mengacu pada temuan-temuan penelitian terdahulu tersebut, dapat dipahami bahwa TikTok memegang peran penting dalam membentuk gaya komunikasi Generasi Z, terutama melalui konten humor yang tersebar luas di media sosial. Atas dasar itulah, penelitian ini disusun guna menggali lebih dalam mengenai bagaimana konten humor di TikTok memberikan pengaruh terhadap gaya komunikasi Generasi Z di tengah era digital saat ini.



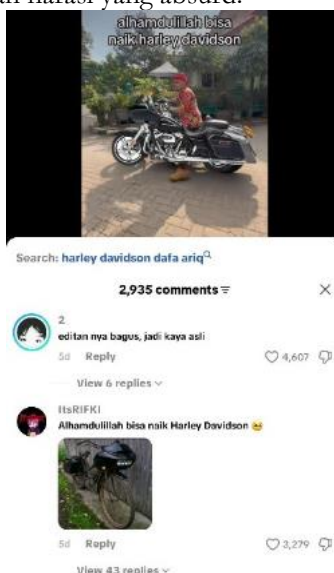
Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pemilihan pendekatan ini didasarkan pada tujuan penelitian, yakni untuk memahami, menjelaskan, sekaligus menggambarkan secara mendalam fenomena sosial yang terjadi di platform TikTok dalam kaitannya dengan pembentukan gaya komunikasi Generasi Z. Adapun subjek penelitian ini adalah remaja maupun mahasiswa yang termasuk dalam kategori Generasi Z, dengan kriteria aktif menggunakan TikTok selama minimal 1-2 jam per hari serta kerap berinteraksi menggunakan istilah atau tren yang berasal dari platform tersebut. Penentuan informan dilakukan melalui teknik purposive sampling, di mana informan dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang dianggap mampu memberikan informasi relevan dengan topik penelitian. Sementara itu, pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap interaksi Generasi Z di media sosial. Termasuk dengan penggunaan bahasa, istilah viral, dan gaya bercanda pada kolom komentar maupun unggahan di platform digital. Serta pengumpulan dokumen pendukung berupa tangkapan layar konten humor TikTok yang sedang tren, catatan bahasa gaul baru, serta literatur atau jurnal terdahulu yang relevan.

Hasil dan Pembahasan

1. Inside Joke dalam Komunikasi Visual Gen-Z

Salah satu bentuk konten humor TikTok yang tercermin kuat pada tren video yang diunggah oleh konten kreator Dafa Ariq dengan menggunakan latar belakang lagu anak-anak, namun dikontekstualisasikan ulang dengan narasi yang absurd.



Gambar 4.1.

Tangkapan Layar Konten Tren “Alhamdulillah Bisa Naik Harley Davidson”

Dan Respons Kolom Komentar.

(Sumber: TikTok, 2026)

Berdasarkan tangkapan layar yang didapat, konten tersebut memicu gaya komunikasi yang sangat spesifik di kolom komentar, yaitu penggunaan sarkasme, ironi, dan inside joke (lelucon internal). Respon yang diberikan oleh audiens terutama Gen-Z bukanlah koreksi atau kritik, tetapi validasi yang bersifat jenaka (lucu). Terlihat pada komentar dari akun @2 yang menyatakan, “editannya bagus, jadi kaya asli”, serta akun @ItsRIFKI yang membalas menggunakan gambar modifikasi sepeda tua yang disunting menyerupai motor besar dengan teks serupa seperti konten Dafa Ariq.

Generasi Z tidak lagi berkomunikasi secara satu arah ataupun kaku, Generasi Z menciptakan ruang interaksi virtual dimana realitas dan candaan menjadi satu. Gaya komunikasi ini disebut sebagai bentuk komedi post-ironic, dimana audiens sadar bahwa “pura-pura percaya” pada hal



absurd tersebut demi menjaga keberlangsungan humor yang ada dalam konten Dafa Ariq. Melalui komen milik @ItsRIFKI, Meme visual juga digunakan sebagai instrumen untuk merespons situasi secara instan, ekspresif, dan dinamis, yang akhirnya untuk memperkuat identitas sosial dan solidaritas virtual di antara sesama pengguna Generasi Z.

2. Absurditas Digital lewat tren “Komen Day 1”

Tren “Komen Day 1” terlihat sangat jelas dimana para pengguna TikTok berlomba-lomba mengirimkan komentar berupa gambar-gambar absurd/meme yang sama sekali tidak memiliki korelasi logis dengan konteks video asli. Perkembangan gaya komunikasi Generasi Z di platform TikTok juga ditandai dengan munculnya tren meta-humor atau humor yang menertawakan aktivitas digital itu sendiri. Fenomena ini terlihat sangat jelas pada tren “Komen Day 1”, di mana para pengguna berlomba-lomba mengirimkan komentar berupa gambar-gambar absurd yang tidak memiliki korelasi logis dengan konteks video asli (lihat Gambar Y).



Gambar 4.2.

Tangkapan Layar Tren “Komen Day 1”

Dan Respons Kolom Komentar

(Sumber: TikTok, 2026)

Berdasarkan tangkapan layar, teks didalam video utama mengekspresikan kejenuhan sekaligus hiburan personal konten kreator melalui kalimat, “cape banget ngetawain komen day 1”. Kolom Komentar dibanjiri oleh respons Generasi Z dengan mereproduksi tren tersebut secara massal. Akun @SenzCihuy menulis “day 1 nonton bola” sambil melampirkan gambar sekelompok orang menonton sebiji bola basket di atas kursi plastik, sementara akun @S H A H R U L mengirimkan foto diri berlatar tower listrik dengan takarir “day 1 ke paris”. Dengan adanya Komentar-komentar dari Generasi Z ini, ada pergeseran signifikan dalam pola komunikasi dalam digital yang dilakukan oleh masyarakat terutama Gen-Z. Gaya komunikasi yang digunakan bersifat absurd, nonsensikal (tidak masuk akal), namun bersifat kolektif.

Tren “Komen Day 1” ini menunjukkan kuatnya karakteristik Generasi Z sebagai digital natives yang mengonstruksi identitas sosial mereka lewat komen visual (meme). Ungkapan “Day 1” berfungsi sebagai cultural code (kode budaya) yang baru. Dimana seseorang dapat memahami kelucuan dari tangkapan layar yang berisi Komentar-komentar visual (meme) tersebut dan memahami inside joke dari Komentar-komentar tersebut. Generasi Z memanfaatkan fitur balasan visual (gambar) bukan untuk menyampaikan pesan informatif, melainkan sebagai instrumen ekspresif untuk membangun kedekatan emosional dan solidaritas virtual dengan sesama pengguna tanpa harus saling mengenal di dunia nyata.



1.3 Tren Kontekstualisasi Realitas Sehari-hari

Gaya komunikasi Generasi Z di platform TikTok juga sangat dipengaruhi oleh kemampuan mereka dalam mengontekstualisasikan ulang (recontextualization) realitas atau budaya populer lokal ke dalam situasi komedi baru. Fenomena ini terlihat jelas pada konten video bertema “POV: Ambil barang jatuh” yang memparodikan ketakutan atau situasi janggal dengan gaya yang sangat khas.



Gambar 4.3.

Tangkapan Layar Tren Konten POV “Ambil Barang Jatuh”

Dan Respons Kolom Komentar

(Sumber: TikTok, 2026)

Dalam tangkapan layar, video tersebut memparodikan sebuah adegan yang akrab di kalangan penonton, yaitu adegan film horor lokal “Waktu Maghrib” saat mengambil pulpen. Konten yang sangat spesifik ini kemudian memicu interaksi yang tidak kalah ekspresif di kolom komentar melalui penggunaan gaya bahasa yang hiperbolis (berlebihan) serta kemunculan ragam istilah baru. Akun @7 january mengekspresikan responsnya dengan menulis, “angka gak lu pada? 🤔🤔”. Penggunaan kata “angka” di sini merupakan bentuk linguistic hybridity (hybriditas linguistik) atau plesetan dari kata “nyangka” (menyangka). Selain itu, terdapat pula komentar dari akun @EGY yang menulis, “sujud pas pilek 🤖”, sebuah metafora hiperbolis untuk menggambarkan kemiripan visual antara adegan dalam video dengan situasi tidak nyaman di kehidupan nyata. Pada tangkapan layar tersebut, terbukti bahwa sekarang ada pergeseran norma komunikasi di era digital yang semakin santai dan ekspresif. Generasi Z secara aktif memproduksi dan mengadopsi istilah-istilah hibrida (plesetan kata yg absurd) sebagai instrumen untuk merespons situasi situasi. Gaya komunikasi ini sengaja dibuat tidak kaku agar interaksi terasa lebih dinamis dan mengikuti tren digital yang sedang berjalan. Dengan adanya tren-tren seperti ini, menunjukkan bahwa batasan dalam berbahasa di media sosial kian mencair. Logika bahasa formal didekonstruksi demi mengejar nilai estetika komedi dan keakraban. Melalui komentar-komentar yang bersifat hiperbolis dan jenaka (lucu) tersebut, pengguna Generasi Z tidak sekadar mengonsumsi konten sebagai hiburan, juga ikut berpartisipasi dalam membentuk ekosistem bahasa internet yang terus berevolusi di era digital ini.



Simpulan

Hasil penelitian ini mengungkap bahwa konten-konten humor di TikTok memiliki peran signifikan dalam mentransformasi gaya komunikasi Generasi Z, yang semula cenderung formal dan kaku, menjadi lebih dinamis, ekspresif, dan sarat unsur visual. Melalui metode kualitatif deskriptif, ditemukan beragam fenomena budaya digital seperti humor post ironic, inside joke, meta humor yang muncul melalui tren "Komen Day 1", hingga percampuran bahasa kini tidak lagi sekadar berfungsi sebagai hiburan. Fenomena-fenomena tersebut telah bertransformasi menjadi sarana komunikasi yang digunakan generasi muda untuk membangun identitas sosial, mempererat solidaritas di ranah digital, serta menciptakan kedekatan emosional antar pengguna. Selain itu, algoritma platform juga berperan mempercepat penyebaran kode-kode budaya baru ini, sehingga kaidah bahasa formal berangsur-angsur ditinggalkan demi mengejar nilai estetika humor dan keakraban dalam komunitas. Namun, maraknya arus humor internet ini turut memunculkan konsekuensi lain, yakni pergeseran norma komunikasi yang tampak dari semakin menguatnya penggunaan bahasa informal, serta semakin kaburnya batas antara candaan dengan konteks sosial yang semestinya membutuhkan keseriusan.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, serta bantuan selama proses penelitian dan penyusunan artikel ilmiah ini. Secara khusus, rasa terima kasih disampaikan kepada Arif Hidayat S.I.Kom., M.I.Kom atas arahan, kritik, dan masukan konstruktif yang diberikan sejak tahap awal hingga selesainya naskah ini. Penulis juga berterima kasih kepada yang telah memfasilitasi pelaksanaan penelitian pada artikel ilmiah ini.

Refrensi

- Alfikri, M. (2023). Fenomena bahasa gaul sebagai komunikasi generasi z di sekolah menengah atas negeri 1 bandar perdagangan. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 4(2), 600–606. <https://doi.org/10.35870/jimik.v4i2.259>
- Alkaraki, S. M., Alias, N. B., & Maros, M. (2024). *Exploring the impact of social media humor related to the COVID-19 pandemic: a systematic literature review on themes, coping mechanisms, critiques and linguistic devices*. <https://doi.org/10.1080/23311983.2024.2322227>
- Bowo, F. A., Anisah, A., & Marthalia, L. (2024). Meme Marketing: Generation Z Consumer Behavior on Social Media. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 5(02), 188–201. <https://doi.org/10.59141/jiss.v5i02.995>
- Hidayatullah, M. S., Rusnawati, R., Belaroz, G., Nabiyina, B. A. C., Laksana, A., Hidayatullah, M. S., Rusnawati, R., Belaroz, G., Nabiyina, B. A. C., & Laksana, A. (2024). *Peran Digital dalam Membentuk Pola Interaksi*. <https://doi.org/10.59841/saber.v3i1.1987>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kristina, D., Al Makmun, T., Habsari, S. K., & Thoyibi, M. (2021, May). Millennials' communication style and politeness through their memes using multimodality analytical lens. In *International Conference on Language Politeness (Iclp 2020)* (pp. 48–53). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210514.007>
- Musa, I. R. (2023). Digital technologies in the means of communication. *Al-Academy*, 53–70.
- Musfirah, U., Larasakti, H., Nst, H. P. A., & Tazkiyah, N. (2024, January). Analysis of Z generation group communication dynamics in the digital era. In *Proceedings of International Conference on Social Science, Political Science, and Humanities (ICoSPOLHUM)* (Vol. 4, pp. 00016–00016). <https://doi.org/10.29103/icospolhum.v4i.389>
- Natsir, N., Aliah, N., Zulkhaeriyah, Z., Amiruddin, A., & Esmianti, F. (2023). The impact of language changes caused by technology and social media. *Language Literacy*. <https://doi.org/10.30743/ll.v7i1.7021>



- Ningrum, J., Anindha, R. N., Fatimah, Y., Sianturi, M. K., Taskiyah, E., Karimah, K., ... & Desmonda, W. K. The Roll of Mass Media in Influencing Popular Culture. *International Journal of Advanced Multidisciplinary Research and Studies*, 4, 145-49.
- Rahma, N., Siregar, R., Lubis, Z. N. S., Malik, A., & Nasution, A. N. (2025). Pengaruh Teknologi Informasi terhadap Pola Komunikasi Generasi Z di Kota Medan, Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*. <https://doi.org/10.55606/juitik.v5i2.1141>
- Ramadhani, A. S., & Pujiyatno, A. (2025). Revealing Slang Words Used by Generation Z on Social Media “TikTok.” *International Journal of English Linguistics, Literature, and Education (IJELLE)*.
- Sarwar, M., Ramzan, R. M., Memon, R., & Rehman, Z. (2025). THE LINGUISTIC IMPACT OF SOCIAL MEDIA: A THEMATIC ANALYSIS OF LANGUAGE CHANGE IN THE DIGITAL AGE. *Journal of Applied Linguistics and TESOL (JALT)*, 8(4), 925-936. <https://doi.org/10.63878/jalt1427>
- Sham, N. M. N., Kadir, Z. A., Mohamad, F., & Johar, E. (2025). Exploring Slang Dynamics and Semantic Shifts in Digital Communication: A Study of Generation Z on TikTok. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 9(24), 497–514. <https://doi.org/10.47772/IJRISS.2025.924ILEIID0052>
- Tanjung, S. (2024). Memes and constructions of TikTok culture in# DontPlayPlayBosku. *Studies in Media and Communication*, 12(3), 36-49. <https://doi.org/10.11114/smc.v12i3.6842>

