

TRANSFORMASI PADANAN KATA BAHASA INDONESIA DALAM TREND KONTEN TIKTOK

Nurjannah¹, Nur Rahmawati B²

Universitas Negeri Makassar

nurjannah02024@gmail.com¹, nurr45965@gmail.com²

ABSTRAK

Studi ini mengulas transformasi padanan istilah Indonesia yang tampil dalam tren konten di aplikasi media sosial TikTok. Kemajuan teknologi digital serta meningkatnya pemakaian jejaring sosial telah melahirkan bentuk-bentuk baru penggunaan bahasa, termasuk soal padanan istilah Hidayat (2020). Riset ini memiliki tujuan mengidentifikasi dan menjelaskan bagaimana padanan istilah Indonesia bertransformasi dalam lingkup konten kreatif di TikTok. Di dalam studi ini, terdapat identifikasi masalah guna memperjelas detail permasalahan, berdasarkan perumusan tersebut, maka identifikasi masalah pada riset ini ialah sebagai berikut: Banyaknya terminologi asing atau terminologi baru yang dipakai dalam konten TikTok yang belum mempunyai padanan resmi dalam bahasa Indonesia Fajri (2021).

Pemakaian padanan istilah dalam konten TikTok itu kerap kali tidak cocok dengan kaidah bahasa Indonesia Purwono (2024). Minimnya kesadaran para pengguna jejaring sosial khususnya user TikTok terhadap pentingnya pemakaian bahasa Indonesia yang baik dan benar Susanti (2022). Metode yang dipakai ialah metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data lewat pengamatan dan dokumentasi terhadap konten TikTok yang tengah tren dalam periode tertentu Darmalaksana (2020). Analisis dikerjakan dengan menelusuri pemakaian kata-kata yang mengalami perubahan arti, perluasan arti, atau pembuatan padanan baru yang berbeda dari kaidah baku. Hasil riset memperlihatkan bahwa tren di TikTok mendorong terbentuknya variasi padanan istilah yang dipengaruhi oleh kreativitas user, gaya bahasa populer, dan kebutuhan akan ekspresi yang relevan dengan budaya digital Setiawan (2020). Temuan ini mengindikasikan bahwa jejaring sosial berperan sebagai ruang dinamis dalam pembentukan dan transformasi bahasa Indonesia di era modern.

Kata kunci: Transformasi padanan istilah TikTok, Bahasa Indonesia

ABSTRACT

This study examines the transformation of Indonesian equivalents appearing in trending content on the social media app TikTok. Advances in digital technology and the increasing use of social media have given rise to new forms of language use, including the issue of equivalents (Hidayat, 2020). This research aims to identify and explain how Indonesian equivalents have transformed within the creative content space on TikTok. This study includes problem identification to clarify the details of the problem. Based on this formulation, the problem identification in this research is as follows: The large number of foreign or new terminologies used in TikTok content that do not have official equivalents in Indonesian (Fajri, 2021).

The use of equivalent terms in TikTok content often does not conform to Indonesian language rules (Purwono, 2024). There is a lack of awareness among social media users, especially TikTok users, of the importance of using good and correct Indonesian (Susanti, 2022). The method used is descriptive qualitative, with data collection techniques through observation and documentation of trending TikTok content during a specific period (Darmalaksana, 2020). The analysis was conducted by tracing the use of words that experienced changes in meaning, expansion of meaning, or the creation of new equivalents that deviate from standard rules. The research results show that trends on TikTok encourage the formation of a variety of equivalent terms influenced by user creativity, popular language styles, and the need for expressions relevant to digital culture (Setiawan, 2020). These findings indicate that social media plays a dynamic role in the formation and transformation of the Indonesian language in the modern era.

Keywords: Transformation of equivalent terms on TikTok, Indonesian

PENDAHULUAN

Di zaman globalisasi saat ini, kemajuan teknologi membawa dampak besar dalam hampir seluruh aspek kehidupan manusia, salah satunya ialah dalam cara manusia berkomunikasi Hidayat (2020). Teknologi, yang pada awalnya terbatas pada perangkat keras dan perangkat lunak, saat ini telah merambah ke dunia digital yang makin berkembang pesat. Kemajuan teknologi digital, terutama internet, telah memfasilitasi munculnya berbagai platform komunikasi yang memungkinkan individu untuk berinteraksi, berkreasi, dan menyebarkan informasi dalam waktu yang sangat singkat Afandi (2019). Ini berpengaruh signifikan terhadap dinamika sosial dan budaya masyarakat, yang pada akhirnya melahirkan berbagai fenomena baru dalam cara kita berkomunikasi. Salah satu fenomena yang paling menonjol di era ini ialah penggunaan jejaring sosial yang berkembang pesat, seperti TikTok Lestari & Nugroho (2022).

TikTok ialah salah satu platform jejaring sosial terpopuler di dunia, telah menjadi ruang bagi penggunanya untuk berbagi video pendek, sekaligus berpartisipasi dalam

tren digital yang sangat dinamis. Hal ini sejalan dengan pendapat Setiawan (2020) yang menyatakan bahwa TikTok memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap cara generasi muda berinteraksi di dunia maya, terutama dalam hal komunikasi visual dan verbal. TikTok memfasilitasi penggunaanya untuk mengekspresikan diri secara kreatif melalui berbagai jenis konten yang beragam, mulai dari hiburan, edukasi, hingga hal-hal yang berkaitan dengan tren sosial Anita Sari et al. (2024). Platform ini bukan hanya tempat berbagi video, tetapi juga menjadi sarana komunikasi yang menyatukan berbagai lapisan masyarakat dalam satu ruang digital. Sementara itu, Van Dijk (2012) dalam *The Network Society* menggambarkan jejaring sosial sebagai bagian dari "masyarakat jaringan" yang memfasilitasi aliran informasi global, termasuk tren budaya di TikTok yang memengaruhi generasi muda. Kaplan dan Haenlein (2010) dalam artikel mereka di *Business Horizons* mengklasifikasikan media sosial berdasarkan fungsi, seperti kolaboratif dan multimedia, yang membantu memahami TikTok sebagai platform yang mendorong kreativitas visual dan partisipasi pengguna. Dari segi linguistik, Baron (2008) dalam *Always On: Language in an Online and Mobile World* menganalisis bagaimana bahasa digital di jejaring sosial, termasuk penggunaan slang dan terminologi asing, menciptakan variasi baru yang sering kali menyimpang dari kaidah formal, seperti yang terlihat dalam konten akun @alwifahry. Penelitian lebih spesifik tentang TikTok oleh Khurana dan Kumar (2021) dalam *International Journal of Communication* mengeksplorasi bagaimana platform ini membentuk identitas budaya melalui video pendek, dengan implikasi pada komunikasi lintas generasi. Akhirnya, laporan dari Statista 2023 tentang penggunaan media sosial global memberikan data empiris bahwa TikTok telah menjadi salah satu platform terbesar, mempengaruhi pola komunikasi visual dan verbal di kalangan pemuda.

Salah satu akun yang cukup menarik untuk diteliti dalam konteks ini ialah akun TikTok @alwifahry. Akun ini dikenal dengan konten-konten kreatif yang kerap menggabungkan bahasa Indonesia dengan berbagai terminologi asing atau kata-kata baru yang tengah populer di kalangan user TikTok. Dalam riset ini, akun @alwifahry menjadi objek penelitian karena memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengguna dan pengikutnya, yang mayoritas terdiri dari generasi muda. Akun ini juga kerap kali memakai bahasa yang mencerminkan tren digital dan budaya populer, yang sering kali menyisipkan terminologi asing tanpa padanan kata resmi dalam bahasa Indonesia Fajri (2021). Oleh karena itu, sangat menarik untuk diteliti, karena padanan istilah ini merupakan bentuk variasi bahasa dan memiliki nuansa arti yang berbeda dengan kata-kata lainnya yang sering digunakan masyarakat luas, sehingga peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut dengan cara menganalisis padanan istilah apa saja yang digunakan dalam konten TikTok @alwifahry dan bagaimana padanan istilah yang digunakan apakah sudah sesuai dengan kaidah bahasa Indonesia.

Jejaring sosial merupakan jenis media online yang berfokus pada sosial, mendorong orang untuk menjalin hubungan dengan orang-orang di sekitar mereka dan orang-orang di seluruh dunia Batee (2019). Jejaring sosial ialah platform digital yang memungkinkan user untuk membuat, berbagi, dan berinteraksi dengan konten serta berkomunikasi dengan orang lain secara daring. Melalui jejaring sosial, individu atau kelompok dapat terhubung, bertukar informasi, serta mengekspresikan diri melalui berbagai format konten seperti teks, gambar, video, dan suara Afandi (2019).

Jejaring sosial ialah platform dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, dan dunia virtual. Sejalan dengan pendapat Batee (2019) dalam penelitiannya yang menggaris bawahi beberapa pandangan tentang jejaring sosial, yang mana Keller (2016) sebagaimana dikutip dalam Batee (2019) mengungkapkan bahwa jejaring sosial ialah media yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara, dan video informasi baik dengan orang lain maupun perusahaan. Sementara Nasrullah (2015) mengatakan bahwa jejaring sosial dirancang untuk memfasilitasi komunikasi, mempengaruhi, serta berinteraksi baik dengan orang lain maupun dengan publik secara umum.

Sebaliknya, Clayman (2014) sebagaimana dikutip dalam penelitian tentang media sosial menyatakan bahwa jejaring sosial ialah alat pemasaran baru yang memungkinkan anda menghubungi pelanggan dan calon pelanggan dengan cara yang tidak pernah mungkin sebelumnya. Selain itu, Brogan (2012) menyatakan bahwa jejaring sosial ialah kumpulan alat baru yang memungkinkan komunikasi dan kerja sama yang memungkinkan berbagai jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia bagi orang awam.

METODE PENELITIAN

Instrumen riset ialah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data yang relevan dengan tujuan penelitian Darmalaksana (2020). Instrumen riset ini dirancang untuk menganalisis transformasi padanan istilah bahasa Indonesia dalam konten TikTok yang dibuat oleh Alwifahry. Untuk mencapai tujuan tersebut, peneliti akan memakai beberapa metode utama yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Observasi Konten TikTok

Metode pertama yang dipakai ialah observasi langsung terhadap video TikTok yang diunggah oleh Alwifahry. Peneliti akan memilih sejumlah video yang relevan dari akun Alwifahry yang memiliki potensi untuk menunjukkan perubahan dalam pemakaian padanan istilah bahasa Indonesia Sutrisno & Widodo (2021). Setiap video yang dipilih akan diamati secara cermat untuk mencari padanan istilah yang mengalami transformasi.

2. Metode Tangkap Layar (Screenshot)

Dalam mengumpulkan data visual, peneliti akan memakai metode tangkap layar untuk mendokumentasikan kata-kata atau kalimat tertentu yang digunakan dalam video TikTok Darmalaksana (2020). Ini bertujuan untuk memastikan bahwa padanan istilah yang dianalisis dapat didokumentasikan secara visual sebagai bukti data.

3. Analisis Data Visual

Metode ini bertujuan untuk menganalisis jenis padanan istilah yang dipakai oleh Alwifahry dalam video TikTok. Peneliti akan mengevaluasi setiap kata yang digunakan dalam video untuk menentukan apakah kata tersebut merupakan padanan istilah yang baru atau sudah sering digunakan, serta apakah ada perubahan bentuk dari kata yang lebih baku menjadi kata yang lebih gaul, singkat, atau terpengaruh oleh tren Anita Sari et al. (2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada riset ini, data yang dikumpulkan melalui analisis tren konten TikTok memperlihatkan adanya transformasi signifikan dalam pemakaian padanan istilah bahasa Indonesia. Hasil analisis mengungkapkan bahwa banyak kata-kata baku dalam bahasa Indonesia yang telah mengalami perubahan menjadi bentuk yang lebih gaul atau tidak baku, sesuai dengan gaya komunikasi yang berkembang di kalangan user TikTok Purwono (2024). Beberapa data yang ditemukan yaitu:

Tabel Data

No	Data Bahasa Asing	Padanan Kata Indonesia
1	Handphone	Gawai
2	Unboxing	Buka Kemasan
3	Launching	Peluncuran
4	Tutorial	Pelatihan
5	Sunscreen	Tabir Surya

Mengenai riset ini peneliti akan membahas mengenai Transformasi Padanan Kata Bahasa Indonesia dalam Tren Konten TikTok Unggahan akun @alwifahry pada tanggal 1 Agustus-31 Desember tahun 2024 yang telah dibatasi peneliti sebelumnya.

Pemakaian istilah Handphone dalam gambar di atas menyatakan bahwa telah terjadi transformasi pada istilah Gawai, yakni perubahan dari pemakaian terminologi bahasa Indonesia ke terminologi bahasa asing. Seiring dengan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi komunikasi, istilah Gawai yang awalnya dipakai sebagai padanan resmi dalam bahasa Indonesia untuk menyebut alat komunikasi portabel, kini makin jarang digunakan dan tergantikan oleh istilah asing Handphone yang dianggap

lebih populer dan "gaul" di kalangan masyarakat, terutama generasi muda Setiawan (2020).

Transformasi ini merupakan bentuk pergeseran leksikal, yaitu perubahan dalam pilihan kata yang dipakai masyarakat akibat berbagai faktor sosial, budaya, dan teknologi Sutrisno & Widodo (2021). Meskipun istilah Gawai telah ditetapkan sebagai padanan resmi oleh Badan Bahasa, kenyataannya dalam praktik sehari-hari, masyarakat lebih sering memilih istilah Handphone Fajri (2021).



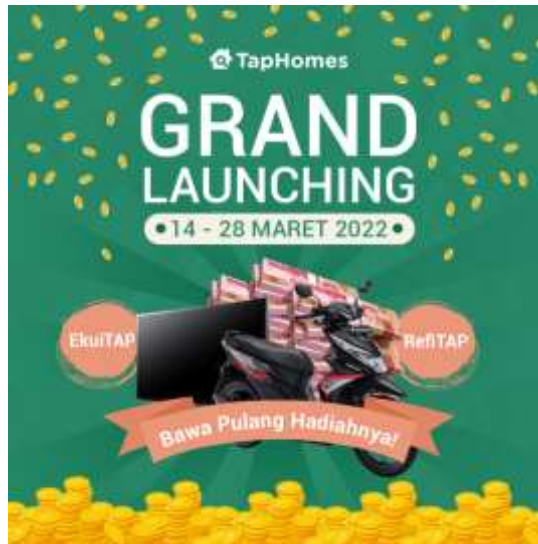
Gambar 2: Unboxing vs Buka Kemas

Padanan Kata Asing: Unboxing

Padanan Kata Indonesia: Buka Kemas

Pemakaian istilah Unboxing dalam berbagai media digital, terutama platform video seperti Youtube, TikTok, dan Instagram, memperlihatkan bahwa telah terjadi transformasi pada padanan istilah bahasa Indonesia Buka Kemas Lestari & Nugroho (2022). Meskipun Buka Kemas merupakan terminologi yang secara semantik merujuk pada kegiatan membuka kemasan suatu produk, masyarakat kini lebih sering memakai istilah Unboxing dalam berbagai konteks, baik lisan maupun tulisan.

Transformasi dari Buka Kemas ke Unboxing mencerminkan bagaimana bahasa Indonesia mengalami pengaruh yang kuat dari budaya global dan teknologi digital Hidayat (2020). Meskipun padanan Buka Kemas secara makna sudah tepat, pemakaiannya tergeser karena alasan gaya, eksposur media, dan daya tarik terminologi asing dalam dunia maya Purwono (2024). Agar bahasa Indonesia tetap relevan dan digunakan secara luas, dibutuhkan edukasi kebahasaan yang lebih aktif, terutama di dunia digital dan pendidikan, agar masyarakat sadar pentingnya mempertahankan terminologi dalam bahasa sendiri Susanti (2022).



Gambar 3: Launching vs Peluncuran

Padanan Kata Asing: Launching

Padanan Kata Indonesia: Peluncuran

Pemakaian istilah *Launching* dalam berbagai kegiatan promosi produk, acara, atau aplikasi baru di platform TikTok menunjukkan adanya transformasi dari terminologi bahasa Indonesia Peluncuran Anita Sari et al. (2024). Terminologi *Launching* lebih sering dipilih karena terdengar lebih modern dan sesuai dengan tren bahasa di media sosial Setiawan (2020). Padahal, istilah Peluncuran sudah sangat jelas maknanya dalam bahasa Indonesia dan seharusnya bisa dipakai secara luas.

Transformasi ini juga dipengaruhi oleh kebiasaan dunia bisnis dan marketing yang cenderung memakai bahasa Inggris untuk memberikan kesan profesional dan internasional Batee (2019). User TikTok yang banyak terpapar konten-konten promosi dengan istilah *Launching* akhirnya mengadopsi terminologi tersebut dalam komunikasi sehari-hari mereka. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran besar dalam membentuk preferensi bahasa penggunaanya Sutrisno & Widodo (2021).



Gambar 4: Tutorial vs Pelatihan

Padanan Kata Asing: Tutorial

Padanan Kata Indonesia: Pelatihan

Istilah Tutorial sangat dominan dalam konten-konten edukatif di TikTok, mulai dari tutorial makeup, tutorial memasak, tutorial editing, hingga tutorial programming. Terminologi Pelatihan yang merupakan padanan bahasa Indonesia hampir tidak pernah dipakai dalam konteks yang sama Lestari & Nugroho (2022). Hal ini terjadi karena istilah Tutorial sudah menjadi istilah teknis yang dipahami secara universal di dunia digital Fajri (2021).

Transformasi ini menunjukkan bagaimana terminologi asing bisa menggeser padanan bahasa Indonesia ketika istilah tersebut sudah menjadi standar dalam suatu bidang Purwono (2024). User TikTok lebih familiar dengan istilah Tutorial karena istilah ini konsisten dipakai di berbagai platform digital, mulai dari YouTube, blog, hingga aplikasi pembelajaran online. Konsistensi penggunaan lintas platform membuat istilah Tutorial semakin mengakar dan sulit digantikan oleh terminologi Pelatihan yang memiliki konotasi lebih formal dan kurang spesifik Sutrisno & Widodo (2021).



Gambar 5: Sunscreen vs Tabir Surya

Padanan Kata Asing: Sunscreen

Padanan Kata Indonesia: Tabir Surya

Dalam konten-konten kecantikan dan skincare di TikTok, istilah Sunscreen jauh lebih populer dibandingkan Tabir Surya Anita Sari et al. (2024). Para content creator beauty lebih memilih memakai istilah Sunscreen karena dianggap lebih catchy dan mudah diingat oleh audiens mereka. Terminologi Tabir Surya meskipun sudah tepat secara semantik, terdengar terlalu formal dan kurang familiar di telinga pengguna media sosial Setiawan (2020).

Transformasi ini juga didorong oleh pengaruh industri kecantikan internasional yang mendominasi tren skincare di Indonesia Lestari & Nugroho (2022). Produk-

produk sunscreen yang beredar di pasaran umumnya menggunakan istilah bahasa Inggris dalam kemasan dan promosinya. Akibatnya, konsumen dan content creator lebih terbiasa dengan istilah Sunscreen dan menganggap istilah ini sebagai istilah baku dalam dunia perawatan kulit, meskipun sebenarnya ada padanan bahasa Indonesia yang bisa dipakai Susanti (2022).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil riset yang berjudul Transformasi Padanan Kata Bahasa Indonesia dalam Tren Konten TikTok, dapat disimpulkan bahwa fenomena pergeseran pemakaian bahasa Indonesia ke bahasa asing, khususnya dalam bentuk padanan istilah, merupakan suatu bentuk transformasi bahasa yang mencerminkan perkembangan zaman, perubahan pola komunikasi, serta pengaruh kuat dari teknologi dan jejaring sosial Hidayat (2020).

Transformasi ini terjadi ketika padanan istilah dalam bahasa Indonesia yang telah diresmikan atau disarankan oleh lembaga kebahasaan secara bertahap tergantikan oleh terminologi asing yang lebih populer di kalangan masyarakat, terutama generasi muda pengguna aktif platform digital seperti TikTok Setiawan (2020). Pemakaian terminologi asing seperti Handphone, Unboxing, Launching, Tutorial, dan Sunscreen makin meluas, menggeser posisi padanan bahasa Indonesia seperti Gawai, Buka Kemas, Peluncuran, Pelatihan, dan Tabir Surya Fajri (2021).

Hal ini tidak terlepas dari dominasi budaya digital global yang membawa serta bahasa Inggris sebagai bahasa internasional, yang kemudian diadaptasi secara masif dalam berbagai fitur dan tampilan jejaring sosial Afandi (2019). Antarmuka aplikasi yang memakai bahasa Inggris, gaya bahasa para influencer yang cenderung memakai terminologi asing untuk menciptakan kesan modern dan kekinian, serta kecenderungan masyarakat untuk memilih kata yang singkat, ringkas, dan familiar menjadi faktor utama terjadinya transformasi ini Lestari & Nugroho (2022).

Transformasi padanan istilah juga didukung oleh faktor sosial seperti persepsi bahwa pemakaian bahasa asing menambah nilai intelektual, status sosial, dan kemajuan berpikir Batee (2019). Akibatnya, meskipun padanan istilah dalam bahasa Indonesia telah tersedia dan dapat digunakan, banyak masyarakat yang lebih memilih istilah asing karena dianggap lebih relevan dengan tren yang berkembang Purwono (2024). Padahal, dalam konteks kebahasaan, transformasi semacam ini dapat mengikis eksistensi dan martabat bahasa Indonesia secara perlahan jika tidak disikapi dengan bijak Susanti (2022).

REFERENSI

Afandi, Y. (2019). Gereja dan Pengaruh Teknologi Informasi "Digital Ecclesiology." *Fidei: Jurnal Teologi Sistemika Dan Praktika*, 1(2), 270–283.

- Anita Sari, H., Sofyan, A., Hariyadi, E., & Suyanto, B. (2024). Penggunaan Diksi Dan Gaya Bahasa Konten Video Motivasi Merry Riana Dalam Media TikTok. *Jurnal Linguistik*, 25(2), 2024–2087.
- Baron, N. S. (2008). *Always On: Language in an Online and Mobile World*. Oxford University Press.
- Batee, M. M. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. Jesya (*Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*), 2(2), 313–324.
- Brogan, C. (2012). *Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business Online*. John Wiley & Sons.
- Clayman, M. (2014). *Social Media Marketing for Business*. Entrepreneur Press.
- Darmalaksana, W. (2020). Formula Penelitian Pengalaman Kelas Menulis. *Jurnal Kelas Menulis UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 2(1), 1–8.
- Fajri, I. (2021). Fenomena Istilah Asing dalam Media Sosial: Implikasi Terhadap Bahasa Indonesia. *Jurnal Bahasa dan Sastra*, 10(1), 75-85.
- Hidayat, A. (2020). Teknologi sebagai kegiatan manusia dalam era modern. *Jurnal Teknologi dan Informasi*, 15(2), 123-135.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Khurana, R., & Kumar, A. (2021). TikTok and the global spread of cultural trends: A case study. *International Journal of Communication*, 15, 1234-1250.
- Lestari, I. R., & Nugroho, M. Y. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok terhadap Perilaku Remaja. *Jurnal Sosial dan Budaya*, 12(1), 45-59.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Purwono (2024). Pengaruh Media Sosial terhadap Penggunaan Bahasa Indonesia yang Tidak Sesuai Kaidah. *Jurnal Linguistik dan Budaya*, 5(4), 110-121.
- Setiawan, D. (2020). Dampak Penggunaan TikTok Terhadap Komunikasi dan Budaya di Kalangan Generasi Z. *Jurnal Komunikasi Digital*, 8(2), 135-145.
- Susanti, L. (2022). Peran Media Sosial dalam Penggunaan Bahasa Indonesia yang Baik dan Benar. *Jurnal Pendidikan Bahasa*, 15(3), 198-208.
- Sutrisno, A., & Widodo, S. (2021). Pemanfaatan Padanan Kata dalam Peningkatan Kualitas Komunikasi pada Media Sosial. *Jurnal Linguistik dan Sastra Indonesia*, 15(2), 120-134.
- Van Dijk, J. A. G. M. (2012). *The Network Society (3rd ed.)*. Sage Publications.