Pediaqu : Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora
https://publisherqu.com/index.php/pediaqu/
Vol. 5, No. 4 Oktober 2026
P-ISSN:2964-7142; E-ISSN:2964-6499

DAMPAK TAYANGAN VIDEO PENDEK DI TIKTOK TERHADAP PERILAKU KOMUNIKASI GEN Z

Indria Sani Muslimah[1]*, Ranissa Alya Zahra[2], Roma Purnama Bungaria[3], Syarifudin Yunus[4]
Universitas Indraprasta PGRI, Indonesia
Email: limasani16@gmail.com, ranissaalyazahra@gmail.com, rbungariap@gmail.com,

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dampak tayangan video pendek di TikTok terhadap perilaku komunikasi Generasi Z, khususnya pada aspek penggunaan kosakata, peniruan gaya berbicara, interaksi dengan teman sebaya, dan penyesuaian bahasa berdasarkan situasi komunikasi. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif yang didukung analisis kualitatif terhadap jawaban terbuka. Data diperoleh melalui kuesioner daring yang diisi oleh 26 pelajar. Hasil penelitian menyimpilkan 84,6% responden menggunakan TikTok dan 73,1% menilai tayangan TikTok cukup memengaruhi cara remaja berkomunikasi, khususnya dalam pengenalan kosakata atau istilah baru, penggunaan bahasa gaul, peniruan gaya berbicara, serta pemanfaatan tren sebagai bahan percakapan dengan teman. Sebanyak 46,2% responden mengaku sering menonton video pendek, sedangkan 50% menghabiskan waktu 30 menit hingga satu jam per hari serta 53,8% responden menyatakan setuju bahwa tayangan TikTok membuat mereka mengenal kosakata atau istilah baru. Dampak positif yang ditemukan meliputi bertambahnya kosakata, perluasan wawasan, kemudahan memperoleh bahan pembicaraan, ekspresi diri, dan peluang mempererat hubungan pertemanan. Sementara itu, dampak negatif yang muncul meliputi peniruan bahasa kurang sopan, penggunaan istilah tanpa memahami makna dan konteks, kesalahpahaman, serta kemungkinan berkurangnya kualitas komunikasi langsung.
Kata kunci: TikTok, video pendek, perilaku komunikasi, Generasi Z, remaja.

Abstract

This study aims to describe the impact of short videos on TikTok on Generation Z's communication behavior, specifically in terms of vocabulary use, imitation of speaking styles, interaction with peers, and language adaptation based on the communication situation. The study employs a quantitative descriptive approach supported by qualitative analysis of open-ended responses. Data were collected via an online questionnaire completed by 26 students. The results indicate that 84.6% of respondents use TikTok, and 73.1% believe that TikTok content significantly influences how teenagers communicate—particularly in terms of learning new vocabulary or terms, using slang, imitating speech styles, and leveraging trends as conversation topics with friends. A total of 46.2% of respondents admitted to frequently watching short videos, while 50% spent 30 minutes to one hour per day on the app, and 53.8% of respondents agreed that TikTok content helps them learn new vocabulary or terms. The positive impacts identified include an expanded vocabulary, broadened horizons, easier access

to conversation topics, self-expression, and opportunities to strengthen friendships. Meanwhile, the negative impacts include the imitation of impolite language, the use of terms without understanding their meaning or context, misunderstandings, and the potential for a decline in the quality of face-to-face communication.
Keywords: TikTok, short-form videos, communication behavior, Generation Z, adolescents.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi digital telah mengubah cara remaja memperoleh informasi, membangun relasi, dan menyampaikan pesan dalam kehidupan sehari-hari. Media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga menjadi ruang pertukaran informasi, ekspresi diri, pembentukan identitas, dan interaksi sosial. Salah satu platform yang menonjol dalam budaya digital remaja adalah TikTok, yaitu platform berbasis video pendek yang memungkinkan pengguna mengakses, membuat, dan membagikan konten audiovisual secara cepat.

Format video pendek, fitur audio, teks, komentar, dan tren yang berulang menjadikan TikTok sebagai ruang penyebaran ungkapan serta gaya komunikasi. Pengguna dapat menemukan istilah populer, bahasa gaul, campur kode, intonasi, ekspresi wajah, dan cara penyampaian pesan dari kreator maupun pengguna lain. Paparan tersebut dapat menjadi referensi dalam komunikasi antarteman, misalnya ketika pengguna mengulang istilah viral, menirukan gaya bicara, atau membagikan video sebagai bahan percakapan. Zulli dan Zulli (2022) menjelaskan bahwa desain dan praktik penggunaan TikTok mendorong proses imitasi serta replikasi konten, sehingga tren dapat membentuk keterhubungan antarpengguna melalui praktik meniru dan mengembangkan kembali konten.

TikTok sebagai media sosial sering digunakan untuk berbagai keperluan utama oleh masyarakat, terutama di Indonesia. Pengguna memanfaatkan format video pendek, filter, efek, dan musik untuk membuat serta mengonsumsi konten kreatif seperti komedi, tari, vlog, dan tren viral. Yunus (2019) menegaskan setiap media memiliki filosofi penyajian berita dan teknis pengelolaan sesuai dengan audiens-nya. Oleh karena itu, media massa atau media sosial semestinya mampu menjadi sarana belajar untuk mengetahui berbagai informasi dan peristiwa yang benar-benar terjadi.

Pengaruh TikTok terhadap komunikasi remaja dapat terlihat pada aspek verbal maupun interaksional. Pada aspek verbal, tayangan dapat memperkenalkan kosakata baru dan mendorong penggunaan bahasa yang lebih santai, singkat, serta ekspresif. Rahmadsyah dan Syakira (2026), misalnya, menemukan bahwa penggunaan TikTok berkaitan dengan

penggunaan istilah populer, bahasa gaul, dan ungkapan digital dalam komunikasi sehari-hari Generasi Z. Fitriani et al. (2026) melalui survei terhadap 159 responden di bawah usia 21 tahun juga melaporkan bahwa TikTok dipersepsikan sebagai salah satu platform yang berpengaruh terhadap gaya bahasa anak muda dan penggunaan istilah viral. Temuan-temuan tersebut menunjukkan relevansi TikTok sebagai lingkungan digital yang turut membentuk praktik kebahasaan generasi muda.

Namun, pengaruh tayangan video pendek tidak selalu bersifat positif. Pengenalan istilah baru dapat memperkaya kosakata dan membantu pengguna membangun kedekatan dengan teman sebaya, tetapi peniruan ungkapan tanpa memahami makna dan konteksnya dapat menimbulkan kesalahpahaman. Penggunaan bahasa yang sesuai dalam percakapan informal juga belum tentu tepat untuk situasi formal, misalnya ketika berkomunikasi dengan guru atau orang yang lebih tua. Fadillah dan Ekowijayanto (2026) menemukan adanya hubungan antara paparan konten TikTok berbahasa Inggris dan pengetahuan kosakata informal serta pemahaman pragmatik pada pelajar SMA. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa paparan konten perlu dilihat bersama cara pengguna memahami dan memaknai bahasa yang ditemuinya.

Penelitian terdahulu telah membahas perubahan gaya bahasa, penggunaan istilah populer, dan pembelajaran kosakata melalui TikTok. Penelitian ini mengambil fokus yang lebih dekat dengan pengalaman komunikasi pelajar SMP, yaitu kebiasaan menonton video pendek, pengenalan dan penggunaan istilah, peniruan gaya bicara, penggunaan video sebagai bahan percakapan, penyesuaian bahasa dengan situasi, serta pengalaman kesalahpahaman. Fokus tersebut menjadi penting karena perilaku komunikasi tidak hanya berkaitan dengan kata-kata yang digunakan, tetapi juga cara seseorang memilih pesan dan menyesuaikannya dengan lawan bicara.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan mendeskripsikan dampak tayangan video pendek di TikTok terhadap perilaku komunikasi Gen Z berdasarkan jawaban kuesioner responden. Permasalahan penelitian dirumuskan dalam beberapa pertanyaan, yaitu kebiasaan responden menonton video pendek TikTok, bagaimana tayangan tersebut berkaitan dengan penggunaan kosakata dan gaya berbicara, bagaimana TikTok dimanfaatkan sebagai bahan interaksi serta apa saja dampak positif dan negatif yang dirasakan responden dalam komunikasi sehari-hari.

Penelitian ini menggunakan perspektif sosiolinguistik untuk memahami bahasa sebagai praktik sosial yang penggunaannya dapat berubah sesuai dengan penutur, lawan bicara, tujuan, dan situasi komunikasi. Dalam konteks penelitian ini, perspektif tersebut digunakan untuk membaca penggunaan kosakata baru, bahasa gaul, istilah viral, serta penyesuaian ragam bahasa informal dan formal. Bahasa yang muncul di TikTok dipahami sebagai sumber variasi bahasa yang dapat diterima, dipilih, atau dihindari oleh pengguna ketika berinteraksi.

Selain itu, penelitian ini memperhatikan konsep imitasi dalam budaya TikTok. Zulli (2022) menyatakan bahwa logika platform TikTok mendorong pengguna untuk meniru dan mereplikasi format, suara, serta pola konten. Konsep ini relevan untuk memahami kemungkinan peniruan intonasi, ekspresi, ungkapan, atau gaya berbicara kreator oleh penonton. Meskipun demikian, imitasi tidak selalu terjadi secara otomatis karena pengguna dapat memilih konten yang ditonton dan menentukan apakah suatu ungkapan sesuai untuk digunakan.

Perilaku komunikasi dalam penelitian ini dioperasionalkan sebagai kecenderungan responden dalam menggunakan kosakata atau istilah dari TikTok, meniru gaya berbicara, menjadikan tren sebagai bahan percakapan, membagikan video untuk berinteraksi, menyesuaikan bahasa dengan lawan bicara dan situasi, serta mengalami atau menghindari kesalahpahaman. Dengan demikian, perspektif sosiolinguistik dan konsep imitasi digunakan sebagai landasan untuk menafsirkan jawaban kuesioner, bukan untuk menyatakan hubungan sebab-akibat yang belum diuji secara statistik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan dukungan analisis kualitatif. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk menggambarkan kecenderungan jawaban responden dalam bentuk jumlah dan persentase, sedangkan analisis kualitatif digunakan untuk mengelompokkan jawaban terbuka berdasarkan tema yang muncul. Penelitian ini tidak dirancang untuk menguji hubungan sebab-akibat secara statistik, melainkan untuk mendeskripsikan persepsi dan pengalaman responden mengenai tayangan video pendek TikTok dan perilaku komunikasi.

Berdasarkan data penelitian ada sebanyak 26 responden. Seluruh responden berstatus pelajar sekolah menengah pertama. Instrumen penelitian terdiri atas pertanyaan identitas umum, kebiasaan menggunakan dan menonton TikTok, frekuensi mengikuti tren bahasa,

pernyataan skala Likert, serta pertanyaan terbuka mengenai dampak positif, dampak negatif, pengalaman penggunaan istilah TikTok, dan cara menggunakan TikTok secara bijak. Data pilihan dan skala Likert dianalisis dengan menghitung frekuensi serta persentase dari jumlah responden. Jawaban terbuka dibaca dan dikelompokkan berdasarkan kesamaan tema, kemudian digunakan untuk memperjelas hasil kuantitatif.

Dalam penyajian hasil, identitas pribadi seperti nama dan alamat email tidak dicantumkan. Persentase dihitung dengan rumus: persentase = (jumlah jawaban pada kategori / jumlah responden) × 100%. Karena jumlah responden relatif terbatas dan karakteristik responden seluruhnya merupakan pelajar SMP, hasil penelitian ini dibatasi sebagai gambaran terhadap kelompok responden yang mengisi kuesioner dan tidak digeneralisasikan kepada seluruh populasi Gen Z.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data kuesioner, penelitian melibatkan 26 responden yang seluruhnya berstatus pelajar SMP. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa 22 responden (84,6%) menyatakan menggunakan TikTok, sedangkan 4 responden (15,4%) menyatakan tidak menggunakannya. Pada pertanyaan mengenai frekuensi menonton video pendek, 12 responden (46,2%) menjawab sering, 6 responden (23,1%) sangat sering, 4 responden (15,4%) kadang-kadang, 3 responden (11,5%) tidak pernah, dan 1 responden (3,8%) jarang. Temuan ini memperlihatkan bahwa sebagian besar responden memiliki pengalaman menonton video pendek di TikTok, meskipun intensitasnya berbeda-beda.

Tabel 1. Kebiasaan Menggunakan Tiktok

Kebiasaan menonton	Jumlah	Persentase
Sangat sering	6	23,1%
Sering	12	46,2%
Kadang-kadang	4	15,4%
Jarang	1	3,8%
Tidak pernah	3	11,5%

Dari sisi durasi, 13 responden (50%) menghabiskan waktu 30 menit hingga satu jam per hari untuk menonton TikTok. Sebanyak 7 responden (26,9%) menonton kurang dari 30 menit,

5 responden (19,2%) menonton lebih dari satu hingga tiga jam, dan 1 responden (3,8%) menghabiskan waktu lebih dari lima jam. Jenis konten yang paling banyak dipilih adalah hiburan dan komedi serta kategori lainnya, masing-masing sebanyak 11 responden (42,3%). Kategori kecantikan dan gaya hidup dipilih oleh 2 responden (7,7%), sedangkan edukasi dan tren/tantangan masing-masing dipilih oleh 1 responden (3,8%).

Tabel 2. Durasi Menggunakan Tiktok

Durasi menonton per hari	Jumlah	Persentase
Kurang dari 30 menit	7	26,9%
30 menit–1 jam	13	50,0%
Lebih dari 1–3 jam	5	19,2%
Lebih dari 5 jam	1	3,8%

Data tersebut memperlihatkan bahwa TikTok cukup dekat dengan keseharian sebagian besar responden. Walaupun demikian, kategori lainnya" pada jenis konten belum menjelaskan secara rinci konten yang ditonton.

Kuesioner menunjukkan adanya kecenderungan responden mengenal dan menggunakan istilah yang ditemukan melalui TikTok. Sebanyak 13 responden (50%) menyatakan kadang-kadang mengikuti tren bahasa atau istilah gaul yang viral, sementara 7 responden (26,9%) menjawab jarang. Pada pertanyaan mengenai penggunaan kata atau ungkapan dari TikTok dalam percakapan sehari-hari, 10 responden (38,5%) menjawab kadang-kadang, 9 responden (34,6%) jarang, 3 responden (11,5%) sering, 1 responden (3,8%) sangat sering, dan 3 responden (11,5%) tidak pernah.

Pernyataan skala Likert mengenai pengenalan kosakata baru memperoleh respons positif. Pada pernyataan pertama, 14 responden (53,8%) menjawab setuju dan 3 responden (11,5%) sangat setuju bahwa tayangan TikTok membuat mereka mengenal kosakata atau istilah baru. Sebanyak 7 responden (26,9%) menjawab netral, sedangkan 2 responden (7,7%) menyatakan tidak setuju atau sangat tidak setuju. Pada lembar Excel terdapat satu pernyataan lain dengan redaksi yang sama; pada kolom kedua tersebut, 11 responden (42,3%) menjawab setuju dan 4 responden (15,4%) sangat setuju. Kedua butir ditampilkan terpisah karena memang tercatat sebagai dua kolom jawaban, tetapi perlu dikonfirmasi apakah pengulangan tersebut disengaja.

Tabel 3. Kosakata Menggunakan Tiktok

Pernyataan	Sangat setuju	Setuju	Netral	Tidak setuju	Sangat tidak setuju
TikTok mengenalkan kosakata baru (butir 1)	3 (11,5%)	14 (53,8%)	7 (26,9%)	1 (3,8%)	1 (3,8%)
TikTok mengenalkan kosakata baru (butir 2)	4 (15,4%)	11 (42,3%)	10 (38,5%)	0	1 (3,8%)

Meskipun pengenalan kosakata baru cukup menonjol, penggunaan istilah tersebut tidak selalu dilakukan secara intensif. Sebagian besar responden menyatakan kadang-kadang atau jarang mengikuti tren dan menggunakan ungkapan TikTok. Hal ini menunjukkan adanya jarak antara mengenal istilah baru dan menggunakannya secara aktif dalam komunikasi sehari-hari. Hasil ini sejalan dengan pembahasan Sokawati (2025) mengenai kemunculan akronim dan singkatan baru serta penyebaran bahasa gaul melalui TikTok.

Pada aspek peniruan gaya bicara, 8 responden (30,8%) menjawab kadang-kadang meniru intonasi, ekspresi, atau gaya berbicara kreator, 8 responden (30,8%) menjawab jarang, 5 responden (19,2%) tidak pernah, 3 responden (11,5%) sering, dan 2 responden (7,7%) sangat sering. Sementara itu, pada pernyataan mengenai penggunaan ungkapan tanpa memahami arti atau konteksnya, 10 responden (38,5%) menjawab netral, 8 responden (30,8%) tidak setuju, 4 responden (15,4%) setuju, 3 responden (11,5%) sangat tidak setuju, dan 1 responden (3,8%) sangat setuju. Jawaban ini menunjukkan bahwa peniruan gaya bicara dan penggunaan istilah tanpa memahami konteks memang muncul, tetapi tidak menjadi pengalaman yang seragam pada seluruh responden.

Selain berkaitan dengan kosakata, tayangan TikTok juga dapat menjadi bahan untuk memulai dan melanjutkan percakapan. Pada pernyataan bahwa responden merasa lebih mudah memulai percakapan dengan teman menggunakan topik yang sedang viral di TikTok, 12 responden (46,2%) menjawab netral, 6 responden (23,1%) menyatakan setuju atau sangat setuju, dan 8 responden (30,8%) menyatakan tidak setuju atau sangat tidak setuju. Pada pernyataan bahwa TikTok membantu menemukan bahan pembicaraan, 17 responden (65,4%) menjawab netral, 5 responden (19,2%) setuju atau sangat setuju, dan 4 responden (15,4%) tidak setuju atau sangat tidak setuju.

Pola jawaban tersebut menunjukkan bahwa manfaat TikTok sebagai bahan percakapan dirasakan oleh sebagian responden, tetapi banyak pula yang belum menyatakan persetujuan secara tegas. Jawaban terhadap pernyataan membicarakan video TikTok bersama teman juga didominasi pilihan netral, yaitu 13 responden (50%). Sebanyak 7 responden (26,9%) setuju atau sangat setuju, sedangkan 6 responden (23,1%) tidak setuju atau sangat tidak setuju. Pada pernyataan membagikan video TikTok untuk memulai atau melanjutkan percakapan, 10 responden (38,5%) setuju atau sangat setuju, 9 responden (34,6%) netral, dan 7 responden (26,9%) tidak setuju atau sangat tidak setuju.

Jawaban terbuka mendukung temuan tersebut. Beberapa responden menyebut bahwa TikTok dapat membantu percakapan menjadi lebih nyambung, membuat remaja lebih mudah memulai pembicaraan, serta menjadikan hubungan dengan teman terasa lebih akrab karena mengetahui tren yang sama. Dengan demikian, video pendek dapat berfungsi sebagai referensi bersama dalam interaksi sosial, meskipun manfaatnya bergantung pada kesamaan minat dan pemahaman antara orang-orang yang berkomunikasi.

Perilaku komunikasi tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menggunakan istilah populer, tetapi juga kemampuan menyesuaikan bahasa dengan lawan bicara dan situasi. Pada pernyataan mengenai penggunaan istilah viral TikTok dalam situasi formal, seperti berbicara dengan guru atau orang yang lebih tua, 12 responden (46,2%) menyatakan tidak setuju atau sangat tidak setuju, 10 responden (38,5%) netral, dan 4 responden (15,4%) setuju atau sangat setuju. Hasil ini memperlihatkan bahwa sebagian besar responden tidak menyatakan kebiasaan menggunakan istilah viral dalam situasi formal.

Pada pernyataan tentang upaya menyesuaikan bahasa dengan lawan bicara dan situasi, 16 responden (61,5%) menjawab netral, 6 responden (23,1%) setuju atau sangat setuju, dan 4 responden (15,4%) tidak setuju atau sangat tidak setuju. Dominasi jawaban netral menunjukkan bahwa kemampuan penyesuaian bahasa belum dapat disimpulkan secara kuat berdasarkan kuesioner ini. Namun, respons tersebut tetap menjadi aspek penting untuk diperhatikan karena bahasa yang sesuai dalam percakapan dengan teman sebaya belum tentu tepat digunakan dalam komunikasi formal.

Pada aspek kesalahpahaman, 8 responden (30,8%) menyatakan setuju bahwa mereka pernah mengalami kesalahpahaman karena menggunakan istilah atau candaan dari TikTok, 9 responden (34,6%) netral, 7 responden (26,9%) tidak setuju, dan 2 responden (7,7%) sangat tidak setuju. Jawaban terbuka memberikan contoh penggunaan ungkapan kurang pantas dari

responden yang terkadang digunakan sebagai jawaban bercanda, tetapi dapat dianggap kurang menghargai ketika lawan bicara sedang berbicara serius. Ada pula responden yang mengaku pernah menemukan istilah yang awalnya dianggap menarik, tetapi setelah ditelusuri ternyata memiliki makna yang kurang baik.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa konteks menjadi hal penting dalam penggunaan bahasa yang berasal dari TikTok. Sebuah ungkapan dapat dianggap lucu dan akrab dalam lingkungan pertemanan tertentu, tetapi dapat menimbulkan kebingungan atau ketidaknyamanan ketika digunakan kepada orang lain atau dalam situasi yang berbeda. Oleh sebab itu, pengenalan kosakata baru perlu disertai pemahaman makna, tujuan, dan konteks penggunaannya.

Ketika ditanya secara langsung apakah tayangan video pendek TikTok memengaruhi cara remaja berkomunikasi, 19 responden (73,1%) menjawab cukup memengaruhi, 3 responden (11,5%) sangat memengaruhi, 1 responden (3,8%) sedikit memengaruhi, dan 3 responden (11,5%) belum dapat menentukan. Tidak ada responden yang menyatakan bahwa TikTok sama sekali tidak memengaruhi komunikasi. Hasil ini memperlihatkan bahwa mayoritas responden mengakui adanya pengaruh TikTok terhadap cara remaja berkomunikasi, meskipun tingkat pengaruh yang dirasakan berbeda.

Tabel 4. Tiktok Mempengaruhi Cara Komunikasi

Persepsi pengaruh	Jumlah	Persentase
Sangat memengaruhi	3	11,5%
Cukup memengaruhi	19	73,1%
Sedikit memengaruhi	1	3,8%
Belum dapat menentukan	3	11,5%

Jika dilihat dari jawaban terbuka, dampak positif yang paling sering muncul berkaitan dengan penambahan kosakata, perluasan wawasan, kemudahan memperoleh informasi, dan bertambahnya bahan pembicaraan. Beberapa responden juga menyebut TikTok dapat membantu ekspresi diri, meningkatkan keberanian berbicara, dan membuat interaksi dengan teman terasa lebih akrab. Temuan ini memperlihatkan bahwa konten video pendek dapat menjadi sumber referensi komunikasi sekaligus sarana untuk mengenal cara penyampaian pesan yang beragam.

Di sisi lain, dampak negatif yang disampaikan responden meliputi penggunaan kata-kata kasar atau kurang sopan, peniruan tren yang tidak baik, penggunaan istilah tanpa memahami maknanya, berkurangnya kualitas komunikasi langsung, serta kesulitan memahami istilah yang tidak dikenal. Sebagian responden juga menyoroti penggunaan TikTok secara berlebihan yang dapat mengganggu waktu belajar. Dengan demikian, pengaruh TikTok tidak hanya berkaitan dengan pilihan kata, tetapi juga menyentuh etika berbahasa, kualitas interaksi, dan pengelolaan waktu.

Secara umum, hasil penelitian ini sejalan dengan kajian Sirait (2026) yang menyoroti hubungan TikTok dan perubahan penggunaan bahasa gaul dalam komunikasi remaja. Rahmadsyah dan Syakira (2026) juga membahas penggunaan istilah populer dan ungkapan digital dalam perubahan gaya bahasa remaja Generasi Z. Namun, penelitian ini menambahkan gambaran berdasarkan jawaban langsung pelajar SMP mengenai kebiasaan menonton, peniruan gaya bicara, pemanfaatan video sebagai bahan percakapan, serta pengalaman kesalahpahaman.

Responden mengemukakan beberapa cara agar TikTok tidak memberikan dampak negatif terhadap perilaku komunikasi. Jawaban yang muncul antara lain membatasi waktu penggunaan, memilih konten yang sesuai usia dan bermanfaat, melewati atau menyaring konten negatif, tidak meniru perkataan kasar, serta memeriksa arti istilah sebelum menggunakannya. Responden juga menekankan pentingnya menggunakan bahasa yang sopan dan tetap mengutamakan kegiatan belajar.

Berdasarkan jawaban tersebut, penggunaan TikTok secara bijak dapat dilakukan melalui dua langkah utama. Pertama, pengguna perlu mengelola paparan konten dengan memilih tayangan yang sesuai kebutuhan dan membatasi durasi penggunaan. Kedua, pengguna perlu bersikap kritis terhadap bahasa yang ditemukan, yaitu memahami makna dan konteks sebelum menirunya serta menyesuaikan pilihan kata dengan lawan bicara. Langkah tersebut dapat membantu remaja memperoleh manfaat dari konten digital tanpa mengabaikan etika komunikasi dalam kehidupan sehari-hari.

SIMPULAN

Dampak tayangan videopendek di tiktok terhadap perilaku komunikasi Gen Z dapat disimpulkan sebanyak 84,6% responden menggunakan TikTok dan 73,1% menilai tayangan TikTok cukup memengaruhi cara remaja berkomunikasi, khususnya dalam pengenalan

kosakata atau istilah baru, penggunaan bahasa gaul, peniruan gaya berbicara, serta pemanfaatan tren sebagai bahan percakapan dengan teman.

Dampak positif yang ditemukan meliputi bertambahnya kosakata, perluasan wawasan, kemudahan memperoleh bahan pembicaraan, ekspresi diri, dan peluang mempererat hubungan pertemanan. Sementara itu, dampak negatif yang muncul meliputi peniruan bahasa kurang sopan, penggunaan istilah tanpa memahami makna dan konteks, kesalahpahaman, serta kemungkinan berkurangnya kualitas komunikasi langsung. Oleh karena itu, TikTok dapat menjadi sumber referensi komunikasi yang bermanfaat apabila digunakan secara selektif dan disertai kemampuan menyesuaikan bahasa dengan situasi.

DAFTAR PUSTAKA

Fadillah, D. I., & Ekowijayanto, M. (2026). TikTok exposure and Indonesian high school Gen Z's informal English acquisition: Links to informal vocabulary and slang/pragmatic comprehension. Indonesian Journal of English Education, 13(1), 69–82. https://doi.org/10.15408/ijee.v13i1.50401

Fitriani, B. L., Hamida, L. F., Angelina, N. C., Fuadah, N. F., Aqilah, N. N., & Rozak, R. W. A. (2026). Influence of social media on the change and semantic shift of the Indonesian language among young people. Jurnal Skripta, 12(1), 12–25. https://doi.org/10.31316/skripta.v12i1.9724

Rahmadsyah, D., & Syakira, I. (2026). Pengaruh media sosial TikTok terhadap perubahan gaya bahasa remaja Generasi Z dalam komunikasi sehari-hari. DEIKTIS: Jurnal Pendidikan, Bahasa dan Sastra, 6(2), 2505–2509. https://doi.org/10.53769/deiktis.v6i2.3851

Sirait, J., Simanjuntak, L., Maylani, D., & Silalahi, M. (2026). Pengaruh perubahan bahasa gaul dalam komunikasi remaja di era media sosial TikTok. Jurnal Basataka, 9(1).

Yunus, Syarifudin (2019). Jurnalistik Terapan. Bogor: Ghalia Indonesia.

Zulli, D., & Zulli, D. J. (2022). Extending the Internet meme: Conceptualizing technological mimesis and imitation publics on the TikTok platform. New Media & Society, 24(8), 1872–1890. https://doi.org/10.1177/1461444820983603