

FENOMENA SERAPAN BAHASA ASING DALAM KOMUNIKASI GENERASI Z DI MEDIA SOSIAL THREADS: KAJIAN MIKROLINGUISTIK TERHADAP BENTUK, FUNGSI, DAN MAKNA

Khoirun Nisa'¹, Hari Windu Asrini²

^{1,2} Universitas Muhammadiyah Malang

Email: khoirunnisa2394@webmail.umm.ac.id¹, hariwindu@umm.ac.id²

ABSTRAK

Perkembangan media sosial telah membawa perubahan yang signifikan terhadap penggunaan bahasa di kalangan Generasi Z. Salah satu fenomena kebahasaan yang muncul adalah penggunaan unsur serapan bahasa asing, khususnya bahasa Inggris, dalam komunikasi digital. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan bentuk, fungsi, dan makna unsur serapan bahasa asing dalam komunikasi Generasi Z di media sosial Threads melalui kajian mikrolinguistik. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan sumber data berupa unggahan dan komentar pengguna Generasi Z di media sosial Threads. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, dokumentasi, dan teknik catat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa unsur serapan bahasa asing muncul dalam bentuk kata dasar, kata berimbuhan, singkatan, dan frasa. Fungsi penggunaan unsur serapan meliputi fungsi komunikatif, identitas sosial, prestise, dan efisiensi bahasa. Sementara itu, dari aspek makna ditemukan adanya perluasan makna, penyempitan makna, dan perubahan makna sesuai konteks komunikasi digital. Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial menjadi sarana yang mempercepat perkembangan kosakata bahasa Indonesia melalui proses kontak bahasa.

Kata Kunci: unsur serapan, Generasi Z, Threads, mikrolinguistik, bahasa asing.

Abstract

The development of social media has significantly influenced language use among Generation Z. One notable phenomenon is the use of foreign loanwords, particularly English, in digital communication. This study aims to describe the forms, functions, and meanings of foreign loanwords in Generation Z's communication on Threads through a microlinguistic approach. This study employed a qualitative descriptive method with data sources in the form of posts and comments from Generation Z users on Threads. Data were collected through observation, documentation, and note-taking techniques. The findings reveal that foreign loanwords appear in the forms of basic words, affixed words, abbreviations, and phrases. Their functions include communicative, identity, prestige, and language efficiency functions. In terms of meaning, the loanwords undergo semantic extension, narrowing, and shifting according to the context of digital communication. This study indicates that social media accelerates the development of Indonesian vocabulary through language contact.

Keywords: loanwords, Generation Z, Threads, microlinguistics, foreign language.

Korespondensi:

Khoirun Nisa'

Universitas Muhammadiyah Malang

E-mail: khoirunnisa2394@webmail.umm.ac.id

I. PENDAHULUAN

Bahasa merupakan sarana utama komunikasi yang digunakan manusia untuk menyampaikan gagasan, perasaan, informasi, dan berbagai bentuk interaksi sosial. Sebagai sistem yang hidup, bahasa selalu mengalami perkembangan seiring dengan perubahan zaman, perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi, budaya, serta dinamika masyarakat penuturnya. Salah satu bentuk perkembangan bahasa yang paling nyata adalah masuknya unsur-unsur bahasa asing ke dalam suatu bahasa melalui proses kontak bahasa. Dalam konteks bahasa Indonesia, proses penyerapan unsur asing telah berlangsung sejak lama dan menjadi bagian penting dalam perkembangan kosakata bahasa Indonesia. Menurut Kridalaksana (2008), penyerapan unsur asing merupakan salah satu proses pengembangan kosakata bahasa Indonesia yang terjadi akibat kontak bahasa. Sementara itu, Chaer dan Agustina (2010) menjelaskan bahwa kontak bahasa yang intensif dapat menimbulkan gejala peminjaman bahasa yang dipengaruhi oleh faktor sosial dan budaya masyarakat penuturnya.

Perkembangan teknologi digital pada abad ke-21 telah mempercepat proses kontak bahasa dalam kehidupan masyarakat. Kemajuan internet memungkinkan terjadinya komunikasi lintas negara dan lintas budaya secara cepat sehingga berbagai bahasa saling berinteraksi dalam ruang digital. Menurut Crystal (2006), internet telah menciptakan bentuk komunikasi baru yang mempercepat penyebaran dan pertukaran unsur kebahasaan antarpemutur dari berbagai latar bahasa. Bahasa Inggris sebagai bahasa internasional memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap perkembangan bahasa-bahasa lain, termasuk bahasa Indonesia. McKay (2002) menyatakan bahwa posisi bahasa Inggris sebagai bahasa global menjadikannya sumber utama peminjaman kosakata di berbagai negara. Pengaruh tersebut terlihat dari semakin banyaknya penggunaan unsur serapan asing dalam komunikasi sehari-hari masyarakat Indonesia, baik dalam ranah formal maupun informal.

Bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional telah lama mengalami proses penyerapan kosakata asing sejak era pra-kemerdekaan. Pengaruh Sanskerta, Arab, Portugis, Belanda, dan kemudian Inggris telah memperkaya leksikon bahasa Indonesia. Menurut Alwi dkk. (2014) dan Kridalaksana (2008), perkembangan kosakata bahasa Indonesia tidak dapat dipisahkan dari proses peminjaman unsur bahasa asing yang berlangsung sepanjang sejarah perkembangan bahasa Indonesia. Namun, di era media sosial, proses penyerapan ini berlangsung lebih cepat, masif, dan tidak terstruktur. Kata-kata seperti *vibe*, *healing*, *FOMO* (fear of missing out), *glow up*, *cringe*, *slay*, *OOTD* (outfit of the day), serta berbagai bentuk campur kode menjadi sangat umum digunakan oleh generasi muda di media sosial. Fenomena ini menunjukkan adanya adaptasi fonologis, morfologis, semantik, dan pragmatik yang dipengaruhi oleh faktor sosial, budaya, identitas kelompok, serta karakteristik platform digital. Menurut Androutsopoulos (2015) dan Tagliamonte & Denis (2008), media sosial menjadi ruang yang mendorong inovasi linguistik, pencampuran bahasa, dan pembentukan variasi bahasa baru dalam komunikasi digital.

Fenomena penggunaan unsur serapan asing semakin terlihat pada media sosial. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga menjadi ruang pembentukan identitas sosial, budaya digital, serta representasi gaya hidup masyarakat modern. Pengguna media sosial cenderung menggunakan bahasa yang dianggap lebih praktis, modern, populer, dan memiliki nilai prestise tertentu. Kondisi tersebut menyebabkan penggunaan unsur serapan asing menjadi semakin masif dan produktif.

Era digital yang ditandai oleh pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah pola interaksi manusia secara fundamental. Media sosial, khususnya Threads, menjadi salah satu platform utama yang tidak hanya memfasilitasi komunikasi tetapi juga menjadi arena dinamika bahasa yang sangat dinamis. Pengguna Instagram di Indonesia, yang mayoritas adalah generasi muda (Gen Z dan milenial), kerap memadukan unsur bahasa Indonesia dengan serapan asing. Threads platform berbasis visual yang memungkinkan pengguna berbagi foto, video, reels, caption, dan

komentar secara interaktif. Karakteristik Threads yang bersifat global menyebabkan pengguna berinteraksi dengan berbagai istilah asing yang kemudian digunakan dalam komunikasi sehari-hari. Dalam banyak kasus ditemukan penggunaan unsur serapan yang telah mengalami adaptasi, misalnya aktivitas dari *activity*, kualitas dari *quality*, intelektual dari *intellectual*, dan komunitas dari *community*. Akan tetapi, ditemukan pula penggunaan unsur asing yang masih dipertahankan dalam bentuk aslinya, seperti *content creator*, *engagement rate*, *insight audience*, dan *brand awareness*.

Penggunaan unsur serapan asing pada platform media sosial menunjukkan bahwa bahasa Indonesia sedang mengalami perkembangan kosakata yang dipengaruhi oleh globalisasi digital. Tidak sedikit pengguna media sosial yang lebih memilih menggunakan istilah asing dibandingkan padanan bahasa Indonesianya karena dianggap lebih ringkas, lebih populer, lebih komunikatif, atau lebih sesuai dengan tren komunikasi digital. Fenomena ini menunjukkan bahwa penggunaan bahasa tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan komunikasi, tetapi juga oleh faktor sosial dan budaya yang berkembang dalam masyarakat digital.

Dalam perspektif linguistik, unsur serapan asing merupakan bagian penting dalam perkembangan bahasa Indonesia. Kehadiran unsur serapan memungkinkan bahasa Indonesia mengakomodasi berbagai konsep baru yang muncul akibat perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi, ekonomi, hiburan, dan budaya populer. Namun, penggunaan unsur serapan asing yang semakin luas juga memunculkan berbagai persoalan kebahasaan, seperti perubahan bentuk kata, variasi proses penyerapan, serta kecenderungan penggunaan istilah asing yang lebih dominan dibandingkan padanan bahasa Indonesia.

Fenomena penggunaan unsur serapan asing dalam media sosial tidak dapat dilepaskan dari faktor sosial yang memengaruhinya. Penggunaan istilah asing sering kali berkaitan dengan identitas sosial, prestise bahasa, profesionalitas, modernitas, gaya hidup digital, dan keanggotaan dalam komunitas tertentu. Pada kalangan generasi muda, khususnya generasi Z dan milenial, penggunaan unsur serapan asing sering dianggap sebagai bagian dari gaya komunikasi yang mencerminkan kedekatan dengan budaya global. Namun, penggunaan berlebihan berpotensi mengaburkan identitas bahasa nasional dan menurunkan kemampuan berbahasa baku, khususnya di kalangan remaja dan mahasiswa.

Penelitian mengenai penggunaan bahasa pada media sosial telah banyak dilakukan oleh para peneliti. Namun, sebagian besar penelitian lebih memfokuskan perhatian pada fenomena campur kode, alih kode, dan variasi bahasa dibandingkan unsur serapan asing sebagai objek kajian utama. Penelitian oleh Oktaviani (2023) menunjukkan bahwa pengguna Instagram cenderung menggunakan bahasa Indonesia yang dipadukan dengan bahasa Inggris sesuai konteks unggahan, tujuan komunikasi, dan faktor kenyamanan berbahasa. Penelitian tersebut juga menemukan bahwa pengguna memiliki sikap positif terhadap penggunaan campur kode karena dianggap mampu menciptakan komunikasi yang lebih efektif.

Penelitian Nurhayana, Suparmin, dan Wicaksana (2023) menemukan bahwa remaja pengguna Instagram banyak menggunakan campur kode bahasa Indonesia, bahasa Inggris, bahasa Arab, dan bahasa daerah dalam caption maupun komentar media sosial. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa media sosial menjadi ruang yang produktif dalam menghasilkan variasi bahasa akibat kontak bahasa yang intensif. Selanjutnya, penelitian Arfianto dan Jumini (2024) menunjukkan bahwa caption Instagram banyak mengandung alih kode dan campur kode antara bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Penelitian tersebut menekankan bahwa penggunaan bahasa asing pada media sosial dipengaruhi oleh kebutuhan komunikasi dan karakteristik pengguna media digital. Penelitian Hikmarezki, Widayati, dan Mardiana (2024) menemukan bahwa penggunaan campur kode pada akun Instagram banyak dipengaruhi oleh fungsi komunikasi, gaya bahasa, serta kebutuhan membangun kedekatan dengan audiens. Penelitian Shoolihah (2024) menunjukkan bahwa fenomena campur kode pada Instagram dan Twitter berkaitan dengan kemampuan bilingualisme pengguna media sosial. Penelitian tersebut

menunjukkan bahwa media sosial menjadi ruang pertemuan berbagai bahasa yang menghasilkan variasi kebahasaan baru. Penelitian Jamani, Alimah, Hadijah, dan Lestari (2025) menunjukkan bahwa penggunaan campur kode pada Instagram dipengaruhi oleh identitas kelompok, kesan santai, ekspresi emosional, serta kebutuhan membangun solidaritas sosial dalam komunitas digital.

Meskipun berbagai penelitian tersebut telah memberikan kontribusi penting terhadap kajian bahasa pada media sosial, masih terdapat sejumlah keterbatasan penelitian. Pertama, sebagian besar penelitian berfokus pada campur kode dan alih kode, sedangkan unsur serapan asing belum menjadi fokus utama kajian. Kedua, penelitian sebelumnya lebih banyak mengkaji bentuk penggunaan bahasa tanpa menjelaskan proses penyerapan unsur asing berdasarkan perspektif morfologi bahasa Indonesia. Ketiga, kajian mengenai faktor sosial yang melatarbelakangi penggunaan unsur serapan asing pada Threads masih relatif terbatas. Keempat, penelitian terdahulu umumnya hanya menggunakan pendekatan sosiolinguistik atau variasi bahasa sehingga belum mengintegrasikan analisis bentuk serapan, proses penyerapan, dan faktor sosial dalam satu kerangka penelitian yang utuh. Keempat, Penelitian sebelumnya cenderung berfokus pada bentuk bahasa tanpa mengkaji proses penyerapan secara rinci. Belum ditemukan penelitian yang mengintegrasikan analisis bentuk serapan, proses penyerapan, dan faktor sosial dalam satu desain penelitian. Kajian mengenai unsur serapan asing pada Threads masih relatif terbatas dibandingkan kajian media sosial lainnya.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Menurut Moleong (2017), penelitian kualitatif bertujuan memahami fenomena sosial melalui deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa. Sumber data penelitian berupa unggahan dan komentar Generasi Z pada media sosial Threads yang mengandung unsur serapan bahasa asing.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui: Observasi terhadap unggahan pada media sosial Threads; Teknik dokumentasi berupa tangkapan layar (screenshot); dan teknik pencatatan terhadap kata-kata serapan yang ditemukan. Analisis data dilakukan melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sebagaimana dikemukakan oleh Miles, Huberman, dan Saldaña (2014).

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan model analisis data interaktif yang dikemukakan oleh Miles, Huberman, dan Saldaña (2014). Analisis data dilakukan secara berkesinambungan sejak proses pengumpulan data hingga penarikan kesimpulan. Pada tahap ini, peneliti melakukan pemilihan, pemusatan perhatian, penyederhanaan, dan pengelompokan data yang diperoleh dari unggahan dan komentar pengguna media sosial Threads. Data yang dipilih adalah unggahan yang mengandung unsur serapan bahasa asing. Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Reduksi data, yaitu memilih dan mengelompokkan data yang relevan dengan fokus penelitian.
2. Klasifikasi data, yaitu mengelompokkan data berdasarkan bentuk diksi inovasi, proses pembentukan kata (morfologi), dan perubahan makna (semantik).
3. Analisis, yaitu mengkaji data berdasarkan teori morfologi (Kridalaksana, 2008), semantik (Chaer, 2009), serta fungsi bahasa dalam kajian pragmatik.
4. Penarikan simpulan, yaitu merumuskan temuan penelitian berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan.

Validitas Data

Untuk memperoleh data yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Menurut Moleong (2017), triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan sesuatu di luar data untuk keperluan pengecekan atau pembandingan terhadap data tersebut..

Penyajian Data

Hasil analisis data disajikan dalam bentuk deskripsi naratif yang sistematis. Data berupa contoh penggunaan slang ditampilkan untuk memperkuat analisis, kemudian diinterpretasikan berdasarkan teori yang digunakan. Penyajian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai bentuk, makna, dan fungsi mengenai fenomena penggunaan unsur serapan bahasa asing dalam komunikasi digital.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menjelaskan beberapa aspek seperti bentuk, fungsi, makna bahasa itu sendiri. Seperti penjelasan sebagai berikut:

1. Bentuk Unsur Serapan Asing

Bentuk unsur serapan merujuk pada wujud kebahasaan yang digunakan Gen Z dalam media sosial.

- **Kata Serapan**
Penggunaan kata asing yang telah atau belum mengalami penyesuaian.
Contoh: healing, insecure, random, relate, toxic
- **Frasa Serapan**
Gabungan dua kata atau lebih yang berasal dari bahasa asing.
Contoh: self reward, over thinking, bestie forever, first impression
- **Akronim dan Singkatan Asing**
Penggunaan singkatan yang berasal dari bahasa asing.
Contoh: FYI (*For Your Information*), POV (*Point of View*), OMG (*Oh My God*), BTW (*By The Way*)
- **Campur Kode (Code Mixing)**
Pencampuran bahasa Indonesia dan bahasa asing dalam satu tuturan.
Contoh:
"Aku lagi burnout karena deadline tugas."
"Postingannya sangat aesthetic."

Menurut Chaer dan Agustina (2014), fenomena tersebut merupakan bentuk campur kode yang sering muncul dalam masyarakat bilingual atau multilingual.

2. Fungsi Bahasa menurut Sumarsono (2017), bahasa memiliki fungsi sosial yang sangat erat dengan kehidupan masyarakat. Bahasa tidak hanya digunakan untuk menyampaikan informasi, tetapi juga untuk membangun hubungan sosial, menunjukkan identitas kelompok, serta mempertahankan solidaritas sosial. Dalam konteks komunikasi Generasi Z di media sosial, Fungsi Penggunaan Serapan Bahasa Asing Menurut Perspektif Sociolinguistik Sumarsono yakni:

a. Fungsi Informatif

Fungsi informatif adalah fungsi bahasa untuk menyampaikan informasi, pesan, atau pengetahuan kepada orang lain. Penggunaan unsur serapan bahasa asing sering dianggap lebih praktis dan mudah dipahami dalam menyampaikan informasi tertentu.

Contoh:

"Aku lagi update data penelitian."

Kata *update* digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai kegiatan memperbarui data. Penggunaan kata tersebut dinilai lebih singkat dibandingkan padanan bahasa Indonesia, yaitu "memperbarui".

b. Fungsi Ekspresif

Fungsi ekspresif merupakan fungsi bahasa untuk mengungkapkan perasaan, emosi, atau keadaan psikologis penutur.

Contoh:

"Aku overthinking semalaman."

"Aku lagi insecure sama hasil skripsi."

Kata *overthinking* dan *insecure* digunakan untuk mengungkapkan kondisi emosional yang sedang dialami penutur.

c. Fungsi Identitas Sosial

Bahasa dapat menunjukkan identitas kelompok sosial, usia, pendidikan, maupun komunitas tertentu. Penggunaan kata serapan bahasa asing menjadi salah satu ciri komunikasi Generasi Z yang dekat dengan budaya digital dan global.

Contoh:

"Bestie, postinganmu relate banget."

Penggunaan kata *bestie* dan *relate* menunjukkan identitas penutur sebagai bagian dari komunitas Generasi Z.

d. Fungsi Solidaritas Kelompok

Bahasa digunakan untuk membangun rasa kebersamaan dan kedekatan antaranggota kelompok.

Contoh:

"Kita healing bareng setelah ujian, ya."

Kata *healing* digunakan untuk menciptakan rasa kebersamaan dan mempererat hubungan antarteman.

e. Fungsi Persuasif

Fungsi persuasif adalah fungsi bahasa untuk memengaruhi, mengajak, atau meyakinkan orang lain.

Contoh:

"Jangan lupa self reward setelah sidang!"

Penggunaan istilah *self reward* bertujuan mengajak orang lain untuk menghargai diri sendiri setelah mencapai suatu tujuan.

f. Fungsi Humor

Bahasa juga dapat digunakan untuk menciptakan kelucuan atau hiburan dalam komunikasi.

Contoh:

"POV: baru buka laptop, tugas langsung menyerang."

Kata *POV* digunakan secara kreatif dan humoris untuk menggambarkan suatu situasi yang dialami penutur.

g. Fungsi Sindiran atau Ejekan

Unsur serapan bahasa asing dapat dipakai untuk menyampaikan kritik, sindiran, atau ejekan secara halus.

Contoh:

"Wah, sekarang dia jadi anak paling aesthetic di kelas."

Kata *aesthetic* digunakan secara sindiran untuk menggambarkan seseorang yang terlalu mengikuti gaya tertentu.

h. Fungsi Mengikuti Tren Budaya Digital

Penggunaan kata serapan bahasa asing sering dilakukan karena kata tersebut sedang populer di media sosial dan menjadi bagian dari budaya digital.

Contoh:

"Kontennya random tapi lucu."

"Dia itu crush-ku sejak semester satu."

Penggunaan kata *random* dan *crush* menunjukkan upaya penutur mengikuti tren bahasa yang berkembang di media sosial.

Analisis fungsi dalam penelitian ini menggunakan perspektif sosiopragmatik sehingga mempertimbangkan konteks sosial dan tujuan komunikatif penutur.

3. Makna unsur serapan asing dalam Komunikasi Gen Z dalam kajian sosiolinguistik, makna tidak hanya dipahami secara leksikal, tetapi juga secara sosial dan budaya.

- Makna Identitas Generasi

Unsur serapan menjadi penanda identitas generasi muda yang akrab dengan budaya global.

Contoh: "POV: kamu sedang mengerjakan skripsi semalaman."

Istilah *POV* tidak hanya bermakna "sudut pandang", tetapi juga menandai gaya komunikasi khas Gen Z.

- Makna Modernitas

Penggunaan unsur serapan mencerminkan citra modern, global, dan mengikuti perkembangan zaman.

Contoh: startup, influencer, digital marketing

- Makna Solidaritas Sosial

Penggunaan istilah yang sama menciptakan rasa kebersamaan dalam komunitas digital.

Contoh: bestie, mutual, fandom

- Makna Simbolik dan Prestise

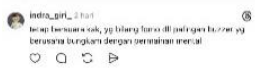
Bahasa asing sering dimaknai sebagai simbol pendidikan, kecanggihan, dan akses terhadap budaya global.

Contoh: "Aku sedang mengikuti webinar tentang personal growth."

- Makna Budaya Populer

Banyak istilah serapan muncul dari budaya populer global.

Tabel.1.1 Data yang dianalisis dalam penelitian

data	Data	Screenshot	Bentuk Serapan	Makna	Fungsi	Konteks Tuturan
1.	D1 Thr		Berasal dari kata <i>foya</i> (pengulangan menjadi <i>foya-foya</i>) yang telah lama diserap ke dalam bahasa Indonesia dan mendapat akhiran -nya	Menghambur-hamburkan uang atau bersenang-senang secara berlebihan.	Ekspresif, menggambarkan gaya hidup atau perilaku konsumtif.	Digunakan dalam percakapan santai dengan gaya bahasa informal dan sering bernada hiperbola.
2.	D2 Thr		Bentuk serapan tidak baku dari bahasa Inggris perfume (padanan baku bahasa Indonesia: parfum).	Wewangian atau minyak harum yang digunakan pada tubuh.	Informatif, menyebut suatu produk atau benda.	Digunakan dalam unggahan promosi atau percakapan sehari-hari dengan gaya bahasa populer.
3.	D3 Thr		Kata serapan dari bahasa Sanskerta melalui bahasa asing (<i>reincarnation</i> dalam bahasa Inggris).	Kelahiran kembali atau penjelmaan kembali setelah kematian.	Manusia yang lahir kembali/kemiripan	Dalam media sosial sering digunakan secara kiasan, misalnya “reinkarnasi artis A”, untuk menyatakan kemiripan.
4.	D4 Thr		Frasa campuran (code-mixing) dengan unsur bahasa Inggris better version .	Versi yang lebih baik atau mengalami peningkatan kualitas.	untuk memotivasi diri.	Gaya bahasa motivasional dan persuasif , umum digunakan Gen Z dalam unggahan pengembangan diri.
5.	D5 Thr		Frasa bahasa Inggris motorsport engineer digunakan tanpa penerjemahan.	Insinyur yang bekerja di bidang teknologi dan rekayasa kendaraan balap.	Informatif untuk menyampaikan cita-cita atau profesi.	Gaya bahasa informatif dengan campur kode Indonesia-Inggris.
5.	D6 Thr		Akronim dari Fear of Missing Out (bahasa Inggris).	Rasa takut tertinggal informasi, tren, atau pengalaman yang sedang populer.	Ekspresif untuk menggambarkan kondisi psikologis.	Gaya bahasa gaul (slang digital) yang sangat populer di kalangan Gen Z.
7.	D7 Thr		Kata serapan dari bahasa Inggris buzz dengan sufiks -er.	Orang atau akun yang menyebarkan atau mempromosikan isu, produk, atau opini tertentu di media sosial.	Informatif atau menyindir pihak tertentu.	Dapat digunakan sebagai kritik sosial dengan gaya bahasa sindiran .

8.	D8 Thr		Frasa campuran dengan unsur bahasa Inggris hard water .	Air yang mengandung kadar mineral tinggi. Dalam konteks media sosial digunakan untuk menggambarkan seseorang yang tiba-tiba terkena kritik atau tekanan.	Humor dan sindiran.	Humoris
9.	D9 Thr		prefiks bahasa Indonesia nge- + kata bahasa Inggris like .	Memberikan tanda suka pada unggahan di media sosial.	Menjelaskan aktivitas digital.	Gaya bahasa informal khas komunikasi media sosial.
10.	D10 Thr		Frasa serapan cancel culture dari bahasa Inggris	Budaya memboikot atau menghentikan dukungan terhadap seseorang atau kelompok karena tindakan atau pendapat tertentu.	Menyampaikan kritik atau komentar sosial.	Gaya bahasa sindiran dan argumentatif dalam diskusi media sosial.
11.	D11 Thr		Kata project merupakan serapan dari bahasa Inggris (<i>project</i>), padanan bakunya dalam bahasa Indonesia adalah proyek .	Kegiatan atau pekerjaan yang sedang dikerjakan secara terencana.	informatif sekaligus ekspresif.	Gaya bahasa santai , menunjukkan keakraban dan identitas kelompok Gen Z.

Analisis Data Unsur Serapan Bahasa Asing pada Komunikasi Generasi Z di Media Sosial Threads

Berdasarkan tabel data D1–D11, ditemukan bahwa penggunaan unsur serapan bahasa asing dalam komunikasi Generasi Z di media sosial Threads menunjukkan adanya pengaruh globalisasi dan perkembangan budaya digital terhadap penggunaan bahasa Indonesia. Unsur serapan yang digunakan tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana pembentukan identitas sosial, ekspresi diri, dan penyesuaian terhadap tren bahasa di media sosial.

1. Analisis Bentuk Serapan

Berdasarkan bentuknya, data dapat dikelompokkan menjadi beberapa kategori.

a. Kata Serapan Tunggal

Kata serapan tunggal ditemukan pada data D1 (*foya-fojanya*), D2 (*parfume*), D3 (*reinkarnasi*), D6 (*FOMO*), D7 (*buzzer*), dan D11 (*project*). Kata-kata tersebut telah mengalami proses penyesuaian ke dalam bahasa Indonesia, baik dari segi ejaan maupun penggunaannya dalam konteks komunikasi sehari-hari.

Contohnya, kata *project* berasal dari bahasa Inggris *project*, tetapi dalam bahasa Indonesia memiliki padanan baku *proyek*. Penggunaan bentuk asli menunjukkan adanya kecenderungan Generasi Z mempertahankan bentuk bahasa sumber karena dianggap lebih modern dan sesuai dengan gaya komunikasi digital.

b. Frasa Serapan

Bentuk frasa ditemukan pada data D4 (*better version*), D5 (*motorsport engineer*), D8 (*hard water*), dan D10 (*cancel culture*). Frasa tersebut digunakan secara utuh tanpa diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia.

Penggunaan frasa bahasa Inggris menunjukkan adanya fenomena campur kode (*code-mixing*) yang menjadi salah satu ciri komunikasi Generasi Z di media sosial.

c. Kata Berimbuhan

Data D9 (*nge-like*) menunjukkan adanya proses integrasi morfologi bahasa Indonesia dengan kosakata asing. Kata tersebut dibentuk dari prefiks bahasa Indonesia *nge-* dan kata dasar bahasa Inggris *like*.

Fenomena ini menunjukkan bahwa unsur serapan tidak hanya dipinjam, tetapi juga telah beradaptasi dengan sistem pembentukan kata dalam bahasa Indonesia.

2. Analisis Makna

Dari aspek semantik, sebagian besar unsur serapan mengalami perubahan atau perluasan makna.

1. Kata *reinkarnasi* (D3) mengalami perluasan makna. Dalam pengertian aslinya berarti kelahiran kembali, tetapi di media sosial digunakan untuk menyatakan kemiripan seseorang dengan tokoh lain.

2. Frasa *better version* (D4) tidak lagi sekadar bermakna "versi yang lebih baik", melainkan menjadi simbol pengembangan diri dan motivasi.
3. Frasa *hard water* (D8) mengalami pergeseran makna karena digunakan secara metaforis untuk menggambarkan seseorang yang sedang mendapat tekanan atau kritik.
4. Akronim *FOMO* (D6) menunjukkan perkembangan makna baru yang berkaitan dengan fenomena psikologis di era digital, yaitu rasa takut tertinggal tren atau informasi.

Dengan demikian, penggunaan unsur serapan di media sosial tidak selalu mempertahankan makna leksikal bahasa asal, tetapi mengalami penyesuaian sesuai konteks sosial dan budaya pengguna.

3. Analisis Fungsi Penggunaan Unsur Serapan

Berdasarkan teori fungsi bahasa dalam perspektif sosiolinguistik, ditemukan beberapa fungsi penggunaan unsur serapan

a. Fungsi Informatif

Fungsi informatif ditemukan pada data D2 (*parfume*), D5 (*motorsport engineer*), D7 (*buzzer*), D9 (*nge-like*), dan D11 (*project*). Unsur serapan digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai benda, profesi, aktivitas, maupun pekerjaan.

b. Fungsi Ekspresif

Fungsi ekspresif ditemukan pada data D1 (*foya-fojanya*) dan D6 (*FOMO*). Kata-kata tersebut digunakan untuk mengungkapkan perasaan, kondisi psikologis, dan pengalaman penutur.

c. Fungsi Motivasional atau Persuasif

Fungsi ini ditemukan pada data D4 (*better version*). Ungkapan tersebut digunakan untuk mendorong seseorang menjadi pribadi yang lebih baik.

d. Fungsi Humor dan Sindiran

Fungsi humor dan sindiran ditemukan pada data D8 (*hard water*) dan D10 (*cancel culture*). Pengguna media sosial memanfaatkan istilah tersebut untuk menyampaikan kritik sosial secara halus dan kreatif.

e. Fungsi Identitas Sosial

Data D11 (*project*) menunjukkan bahwa penggunaan unsur serapan dapat menjadi penanda identitas kelompok Generasi Z yang akrab dengan budaya digital dan bahasa Inggris.

4. Analisis Konteks Tuturan

Dilihat dari konteks tuturan, seluruh data menunjukkan penggunaan bahasa yang bersifat informal dan komunikatif. Sebagian besar unsur serapan digunakan dalam:

1. Unggahan motivasi dan pengembangan diri (*better version*);
2. Komunikasi sehari-hari (*project, nge-like*);
3. Unggahan humor dan sindiran (*hard water, cancel culture*);
4. Pembahasan tren digital (*FOMO, buzzer*);
5. Penyampaian identitas sosial dan gaya hidup (*foya-fojanya, parfume*).

Hal tersebut menunjukkan bahwa media sosial Threads menjadi ruang interaksi yang mendorong penggunaan unsur serapan bahasa asing sebagai bagian dari gaya komunikasi Generasi Z.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan data D1–D11, bentuk unsur serapan yang paling dominan adalah kata serapan tunggal dan frasa bahasa Inggris. Dari aspek fungsi, penggunaan unsur serapan didominasi oleh fungsi informatif dan ekspresif. Dari aspek makna, ditemukan adanya perluasan, pergeseran, dan pemaknaan baru yang dipengaruhi oleh konteks komunikasi digital. Oleh karena itu, penggunaan unsur serapan bahasa asing di media sosial Threads tidak hanya mencerminkan proses kontak bahasa, tetapi juga menunjukkan dinamika identitas, budaya, dan kreativitas berbahasa Generasi Z di era digital.

Daftar Pustaka

- Chaer, A. (2013). *Pengantar Semantik Bahasa Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kridalaksana, H. (2011). *Kamus Linguistik* (Edisi Keempat). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sumarsono. (2017). *Sosiolinguistik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sumarsono. (2017). *Sosiolinguistik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Chaer, A., & Leonie Agustina. (2010). *Sosiolinguistik: Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Halliday, M. A. K. (1978). *Language as Social Semiotic: The Social Interpretation of Language and Meaning*. London: Edward Arnold.
- Chaer, A. (2014). *Linguistik umum*. Rineka Cipta.
- Crystal, D. (2011). *Internet linguistics: A student guide*. Routledge.
- Kridalaksana, H. (2011). *Kamus linguistik* (4th ed.). Gramedia Pustaka Utama.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1–6.
- Verhaar, J. W. M. (2012). *Asas-asas linguistik umum*. Gadjah Mada University Press.
- Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. (2022). *Ejaan*