

ANALISIS TIKTOK SEBAGAI MEDIA EKSPRESI GEN Z DALAM KOMUNIKASI VISUAL DAN VERBAL

Nadia Shafira¹, Suriyani Musi²

nadiashafira0602@gmail.com¹, suryani.musi@uin-alaudind.ac.id²

Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

ABSTRAK

Perkembangan teknologi komunikasi dan media digital telah membentuk pola interaksi sosial baru, khususnya di kalangan Generasi Z. TikTok sebagai platform video pendek menawarkan ruang ekspresi visual dan verbal yang khas, memungkinkan pengguna mengekspresikan diri melalui kombinasi elemen video, musik, efek, gestur, serta narasi lisan, teks, dan caption. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode analisis konten untuk menelusuri bagaimana Generasi Z memanfaatkan TikTok sebagai media ekspresi. Data diperoleh melalui observasi daring terhadap konten TikTok dari pengguna berusia 18–25 tahun, dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman serta pendekatan semiotika Roland Barthes. Hasil penelitian menunjukkan bahwa generasi Z memiliki karakteristik komunikasi digital yang menekankan orientasi visual, kecepatan konsumsi konten, dan fleksibilitas bahasa. Ekspresi visual dan verbal di TikTok saling terintegrasi membentuk komunikasi multimodal yang memperkuat identitas digital, performa sosial, kreativitas, dan interaksi komunitas. Integrasi ini memungkinkan self-branding dan inovasi bahasa, meskipun menimbulkan tantangan dalam mempertahankan bahasa baku dan etika komunikasi tradisional. Temuan ini menegaskan bahwa TikTok bukan hanya media hiburan, tetapi juga arena pembentukan identitas, kreativitas, dan komunikasi generasi muda yang menggabungkan estetika, budaya, dan teknologi.

Kata Kunci: Generasi Z, Tiktok, Ekspresi Visual, Ekspresi Verbal.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi dan media digital dalam satu dekade terakhir telah melahirkan fenomena baru dalam pola interaksi sosial, terutama di kalangan Generasi Z (lahir sekitar 1997–2012). Generasi ini dikenal sebagai generasi yang lahir dan tumbuh di tengah arus digitalisasi yang masif serta memiliki kemampuan adaptasi tinggi terhadap perubahan teknologi komunikasi. Salah satu platform yang paling banyak digunakan oleh generasi ini adalah TikTok, aplikasi berbasis video pendek yang memungkinkan pengguna untuk menciptakan, mengedit, dan membagikan konten dalam format visual dan verbal yang menarik serta mudah dikonsumsi oleh khalayak luas.

Sebagai media sosial yang berorientasi pada kreativitas, TikTok memfasilitasi ekspresi diri pengguna melalui kombinasi elemen visual (seperti video, efek, warna, dan komposisi gambar) dan elemen verbal (seperti narasi lisan, teks, serta caption). Kombinasi kedua unsur ini melahirkan bentuk komunikasi multimodal yang unik dan dinamis. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi pada era digital tidak lagi terbatas pada kata-kata tertulis, melainkan berkembang ke arah komunikasi yang lebih interaktif, simbolik, dan estetis (Kusyairi & Halim, 2024).

Dalam konteks komunikasi visual, TikTok menjadi ruang kreatif bagi Generasi Z untuk mengekspresikan identitas dan nilai personal melalui gaya busana, gestur tubuh, ekspresi wajah, hingga teknik pengambilan gambar. Setiap video dapat merepresentasikan citra diri (self-image) dan konstruksi sosial yang ingin ditampilkan. Visual yang kuat dan mudah dikenali sering kali menjadi alat komunikasi yang lebih efektif daripada pesan verbal, mengingat platform ini mengutamakan daya tarik estetika dan kecepatan penyampaian pesan (Putri, 2025).

Sementara itu, komunikasi verbal dalam TikTok tidak hanya terwujud melalui suara atau percakapan langsung, tetapi juga melalui penggunaan teks singkat, tagar, emoji, hingga bahasa gaul yang khas Gen Z. Gaya bahasa yang digunakan sering kali bersifat kontekstual, ekspresif, dan merefleksikan identitas kelompok sosial tertentu. Dalam proses ini, bahasa menjadi sarana untuk menciptakan kedekatan sosial dan solidaritas antar pengguna (Hariono, 2025).

Selain sebagai media hiburan, penelitian menunjukkan bahwa TikTok juga berfungsi sebagai ruang pendidikan informal dan media penyebaran informasi bagi generasi muda. Gen Z tidak hanya menjadi konsumen pasif, tetapi juga kreator aktif yang menyebarkan opini, ide, serta pengetahuan populer melalui format video singkat (Firamadhina, 2020). Misalnya, munculnya tren “edutainment” di mana konten edukatif dikemas secara kreatif agar lebih mudah dipahami dan menarik perhatian audiens. Dalam hal ini, TikTok berperan sebagai ruang baru bagi pembentukan pola komunikasi yang lebih egaliter dan partisipatif.

Namun, di sisi lain, dinamika komunikasi di TikTok juga menimbulkan tantangan baru. Pola ekspresi yang cepat dan masif sering kali menimbulkan pergeseran makna dalam komunikasi verbal maupun visual. Misinterpretasi pesan, budaya imitasi, serta penyebaran informasi tanpa verifikasi menjadi isu yang perlu diperhatikan. Fenomena ini menunjukkan bahwa kebebasan berekspresi yang difasilitasi TikTok perlu diimbangi dengan literasi digital dan kesadaran etika komunikasi di ruang publik (Akbari, 2025).

Dengan demikian, TikTok tidak hanya menjadi media hiburan semata, tetapi juga mencerminkan ekosistem komunikasi baru yang menuntut pemahaman mendalam tentang bagaimana visual dan verbal saling berinteraksi dalam membentuk pesan. Analisis terhadap TikTok sebagai media ekspresi Gen Z dalam komunikasi visual dan verbal penting dilakukan untuk memahami bagaimana teknologi, budaya populer, dan identitas generasi berinteraksi secara kompleks di ruang digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis terhadap kajian komunikasi digital di Indonesia, serta menjadi dasar bagi pengembangan literasi media dan praktik komunikasi yang etis di kalangan generasi muda.

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode analisis konten untuk menelusuri bagaimana Gen Z memanfaatkan platform TikTok sebagai sarana ekspresi visual dan verbal. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk memahami makna, simbol, serta pola komunikasi yang muncul dalam video singkat di media sosial. Data penelitian dikumpulkan melalui observasi daring terhadap konten TikTok yang dibuat oleh pengguna berusia 18–25 tahun, dengan kriteria akun aktif dan konten yang memiliki tingkat interaksi tinggi (like, komentar, dan share).

Analisis data dilakukan dengan menggunakan model Miles dan Huberman (reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan). Dalam tahap reduksi data, setiap video ditranskrip untuk menelaah unsur verbal seperti narasi, caption, dan dialog, serta unsur visual seperti gaya berpakaian, ekspresi wajah, warna, dan simbol. Analisis ini juga memperhatikan elemen musik, filter, dan editing video yang memperkuat pesan komunikasi visual dan verbal. Data yang telah dikategorikan kemudian dianalisis menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes untuk memahami makna denotatif dan konotatif dalam setiap elemen visual, serta teori komunikasi ekspresif untuk menafsirkan pola komunikasi yang muncul.

Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber dan triangulasi teori, dengan membandingkan hasil analisis antarpemeliti dan mengacu pada literatur ilmiah terkini

tentang budaya digital dan ekspresi Gen Z di media sosial. Penelitian ini juga memperhatikan aspek etika digital, seperti menjaga privasi pemilik akun TikTok dan tidak menampilkan data pribadi. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana TikTok menjadi ruang ekspresi yang mencerminkan karakteristik komunikasi visual dan verbal generasi Z di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Generasi Z dan Media Sosial

Generasi Z memiliki ciri khas dalam penggunaan media sosial, yakni orientasi kepada visual, kecepatan dalam mengonsumsi dan menghasilkan konten, serta preferensi terhadap bentuk komunikasi yang lebih luwes dan kontekstual. Generasi Z menunjukkan adaptasi komunikatif yang tinggi terhadap konteks digital, namun mengalami tantangan dalam mempertahankan bentuk bahasa baku tradisional (Fauziah & Saputra, 2024). Hal ini dapat berdampak positif dan juga negatif bagi generasi Z. Dampak positif dapat berupa, (1) meningkatkan pengetahuan dalam berbahasa yang dimana hal ini dapat menambahkan beberapa kosakata baru bagi generasi Z, (2) komunikasi yang menyenangkan yang dimana hal ini dapat membuat keadaan tidak canggung/gugup saat bersama orang lain tetapi jika bersama orang yang lebih tua, tentu tetap bersikap sopan kepadanya, (3) inkuvisitas bahasa, yang artinya generasi Z telah berkembang seiring dengan adanya teknologi sehingga hal ini menjadi perubahan zaman dan juga komunikasi yang lebih efektif. Selain dampak positif, ada juga dampak negatif, yaitu (1) kurangnya penggunaan bahasa baku yang dimana generasi Z telah beradaptasi dengan perkembangan zaman sehingga hal ini membuat beberapa orang melupakan bahwa pentingnya menggunakan bahasa baku di saat yang penting, (2) Perubahan etika komunikasi dan kesalahan penggunaan bahasa modifikasi yang dimana mempengaruhi cara berinteraksi secara langsung maupun tidak langsung sehingga hal ini membuat beberapa orang melupakan bahwa pentingnya etika tersebut.

Generasi Z memiliki berbagai strategi tutur seperti ekspresi emosional, campur kode, intensifier, dan hedging yang mencerminkan identitas sosial mereka dalam ranah daring. Jadi, generasi Z secara aktif membentuk dan dipengaruhi oleh ekosistem digital/media sosial sebuah latar penting untuk memahami peran TikTok sebagai media ekspresi (Fadli, Ikra & Yani, 2025). Hal ini dapat berperan penting dalam menciptakan identitas sosial pada generasi Z dalam ruang digital.

TikTok sebagai Platform Ekspresi Visual dan Verbal

Sebagai platform media sosial berbasis video pendek, TikTok menawarkan ruang yang khas bagi pengguna, khususnya generasi Z, untuk mengeksplorasi bentuk ekspresi visual (video, efek, musik) dan verbal (caption, komentar, bahasa gaul/tren). Jadi, TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga ruang ide dan gagasan generasi Z untuk berekspresi (Fathiya, 2023). Pengguna TikTok memanfaatkan elemen-elemen seperti video, filter, transisi, ekspresi wajah, hingga musik untuk menciptakan pesan yang bermakna. Kombinasi visual tersebut membentuk narasi non-verbal yang kuat dan mudah diterima audiens. Visualisasi dalam TikTok tidak hanya bertujuan untuk menarik perhatian, tetapi juga menjadi representasi gaya hidup, nilai, dan emosi generasi Z.

TikTok mempengaruhi penggunaan variasi bahasa di kalangan generasi Z, baik dari sisi bentuk maupun verbal. TikTok sebagai platform mengakomodasi dan bahkan mendorong bentuk komunikasi visual dan verbal yang fleksibel, kreatif, dan seringkali non-konvensional (Rahmawati, 2023). TikTok juga mendorong munculnya bentuk bahasa yang fleksibel, kreatif, dan non-konvensional. Generasi Z menggunakan bahasa gaul, singkatan, hingga campuran bahasa asing seperti Inggris dan Korea, yang kemudian

diadaptasi menjadi bagian dari percakapan sehari-hari. Bahasa pada platform ini tidak hanya muncul dalam bentuk caption, tetapi juga melalui komentar, narasi suara (voice-over), dan teks yang disisipkan dalam video.

Ekspresi Visual dalam TikTok

Ekspresi visual di TikTok mencakup penggunaan video pendek, musik, efek visual, dance/trend, stiker, filter, hingga simbol-gerak tubuh. TikTok menjadi sarana bagi remaja urban untuk melakukan “branding diri” dan menampilkan ekspresi budaya visual melalui konten seni lukis. Dengan demikian, ekspresi visual pada TikTok tidak sekadar estetika, melainkan juga berkaitan dengan identitas, performansi sosial, dan komunikasi antar pengguna generasi Z (Fania, Fajrie & Muslimin, 2023). Ekspresi visual di TikTok memiliki dimensi yang lebih luas daripada sekadar estetika visual. Ia menjadi bagian dari praktik performatif sosial, di mana setiap tindakan visual, mulai dari gestur tubuh hingga pilihan filter yang dapat dibaca sebagai bentuk komunikasi simbolik. Generasi Z menggunakan TikTok sebagai sarana untuk menunjukkan eksistensi diri, menegaskan afiliasi budaya, serta membangun hubungan emosional dan sosial dengan komunitas digital lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa visualitas di TikTok merupakan bahasa komunikasi baru yang menggabungkan seni, budaya populer, dan teknologi dalam satu ruang interaktif.

Ekspresi Verbal dalam TikTok

Dari sisi verbal, generasi Z di TikTok sering menggunakan bahasa yang luwes, tren istilah baru, campur kode, bahasa gaul, caption atau narasi singkat, komentar cepat, serta variasi bahasa yang menunjukkan identitas kelompok. Variasi bahasa gaul di TikTok menjadi representasi bagaimana generasi Z mengekspresikan diri, membangun komunitas maya, dan menolak/menegosiasi standar bahasa baku (Amalia, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa bahasa bukan hanya alat komunikasi, melainkan juga alat ekspresi diri dan simbol keanggotaan komunitas digital. Selain itu, bentuk verbal lain seperti caption singkat, narasi dalam video, serta komentar berperan penting dalam membangun interaksi sosial di TikTok. Caption biasanya memuat makna implisit, humor, atau sindiran yang mencerminkan gaya komunikasi cepat dan kontekstual misalnya, penggunaan frasa singkat seperti “relate banget,” “no caption needed,” atau emoji sebagai pengganti kalimat. Hal ini memperlihatkan pergeseran gaya komunikasi dari teks panjang menjadi pesan singkat penuh makna konotatif.

Penggunaan TikTok berpengaruh signifikan terhadap gaya komunikasi verbal anak, antara lain meningkatkan keberanian berbicara, kreativitas, tapi juga menurunkan keterampilan bahasa baku formal. Ekspresi verbal dalam TikTok melingkupi aspek kreativitas, identitas, interaksi sosial, serta dampak pada kemampuan bahasa tradisional (Putri & Mareza, 2023). Dengan demikian, TikTok bukan hanya ruang hiburan, melainkan juga arena transformasi bahasa dan komunikasi verbal generasi Z, di mana bahasa menjadi bentuk performansi sosial dan cerminan identitas digital mereka.

Hubungan antara Ekspresi Visual & Verbal di TikTok oleh Gen Z

TikTok sebagai platform media sosial berbasis video pendek menyediakan ruang yang unik bagi Generasi Z untuk mengekspresikan diri melalui kombinasi ekspresi visual dan verbal. Ekspresi visual mencakup elemen seperti gerakan tubuh, tarian, gestur, penggunaan filter, efek visual, warna, simbol, serta komposisi video secara keseluruhan. Sementara itu, ekspresi verbal meliputi caption, komentar, narasi suara, bahasa gaul, tren istilah baru, hingga penggunaan kode campuran atau code-switching antarbahasa. Kedua bentuk ekspresi ini tidak berdiri sendiri, melainkan saling terintegrasi dan membentuk komunikasi multimodal yang kompleks.

1. Integrasi Visual dan Verbal

Di TikTok, konten video biasanya menggabungkan visual, audio, dan teks sehingga pesan yang disampaikan bersifat multi-sensori. Misalnya, tarian atau gestur tertentu dapat dipertegas melalui caption yang bersifat humoris atau provokatif, atau narasi lisan yang menekankan makna tertentu. Hubungan ini menciptakan sinkronisasi semiotik, di mana visual memperkuat verbal, dan verbal menafsirkan visual, sehingga membangun makna yang lebih kaya bagi penonton.

2. Identitas dan Performa Sosial

Generasi Z menggunakan kombinasi visual-verbal untuk membangun identitas digital dan menegaskan posisi sosial mereka di komunitas maya. Ekspresi visual seperti gaya berpakaian, filter khas, atau gerakan trend terkini sering diiringi oleh bahasa verbal yang mencerminkan identitas kelompok, selera humor, atau pandangan sosial. Dengan demikian, kedua bentuk ekspresi tersebut menjadi instrumen untuk “self-branding” dan pembentukan komunitas digital.

3. Dinamika Bahasa dan Kreativitas

Ekspresi verbal di TikTok bersifat luwes dan cepat berubah, seringkali menyesuaikan dengan tren visual yang sedang populer. Misalnya, sebuah efek visual tertentu dapat memunculkan istilah atau catchphrase baru, sehingga bahasa dan visual saling memicu inovasi kreatif. Hubungan ini menegaskan bahwa TikTok bukan hanya medium hiburan, tetapi juga ruang kreasi linguistik dan budaya visual.

4. Komunikasi Multimodal

TikTok menunjukkan fenomena komunikasi multimodal, di mana makna terbentuk dari interaksi simultan antara teks, audio, dan visual. Ekspresi verbal dapat memandu interpretasi visual, misalnya caption atau teks di layar menjelaskan maksud tarian atau gestur tertentu. Sebaliknya, elemen visual dapat memberi konteks atau memperkuat humor, ironi, atau kritik sosial dalam bahasa verbal. Hubungan ini membentuk ekosistem komunikasi yang dinamis, memungkinkan Gen Z mengekspresikan emosi, opini, dan kreativitas secara simultan.

5. Implikasi Sosial dan Budaya

Hubungan visual-verbal di TikTok juga mencerminkan pola interaksi sosial generasi muda yang lebih menyukai komunikasi singkat, padat, dan estetik. Hal ini mengubah cara mereka berinteraksi, membangun komunitas, dan mengekspresikan diri secara kreatif, sekaligus menunjukkan resistensi terhadap norma bahasa baku atau format komunikasi tradisional.

KESIMPULAN

Generasi Z memiliki karakteristik komunikasi yang khas di ranah digital, terutama melalui media sosial, dengan orientasi pada visual, kecepatan konsumsi konten, dan fleksibilitas bahasa. TikTok sebagai platform video pendek menyediakan ruang ekspresi yang ideal bagi Generasi Z untuk memadukan elemen visual dan verbal secara simultan. Ekspresi visual, seperti tarian, gestur, filter, dan efek video, berfungsi tidak hanya untuk estetika, tetapi juga untuk membangun identitas, performa sosial, dan komunikasi simbolik. Sementara itu, ekspresi verbal melalui caption, komentar, narasi suara, bahasa gaul, serta code-switching, mencerminkan kreativitas, identitas kelompok, dan interaksi sosial yang dinamis.

Integrasi ekspresi visual dan verbal di TikTok membentuk komunikasi multimodal, di mana visual memperkuat verbal dan sebaliknya, menghasilkan makna yang lebih kaya dan kontekstual. Hal ini memungkinkan Generasi Z mengekspresikan diri, melakukan self-branding, serta berinovasi dalam bahasa dan budaya digital. Namun, adaptasi ini juga

menimbulkan tantangan, terutama dalam mempertahankan penggunaan bahasa baku dan etika komunikasi tradisional. Secara keseluruhan, TikTok bukan hanya media hiburan, tetapi juga arena pembentukan identitas digital, kreativitas, dan komunikasi generasi muda yang menggabungkan estetika, budaya, dan teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Bur, R., Ayuningtyas, F., & Muqsith, M. A. (2023). Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Informasi Baru Generasi Z. *Jurnal Komunikasi Nusantara*. <https://doi.org/10.33366/jkn.v%vi%i.260>
- D. (2025). PENGARUH MUSIK INTERNASIONAL “LIKE JENNIE” TERHADAP
- Deviona, E., & Alamiyah, S. S. (2024). Hiperrealitas dan Perubahan Gaya Komunikasi Gen Z pada TikTok (Vol. 7). <http://Jiip.stkipyapisdmpu.ac.id>
- Fadli, B. M., Ikra, & Yani, M. (2025). STRATEGI TUTUR DAN IDENTITAS SOSIAL DALAM KOMUNIKASI DIGITAL: ANALISIS PRAGMATIK PADA GENERASI Z DI MEDIA SOSIAL.
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2021). PERILAKU GENERASI Z TERHADAP
- Firdaus, T. I. (2023). Representation of the Hedonism of the Main Character in Kevin Kwan’s Chinese Novel Rich Girlfriend. *Syntax Idea*, 5(7). <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v5i7.2416>
- Gen, B. Z., Isnaina Akbari, Y., & Safitri, D. (2025). JICN: Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara UTILIZATION OF THE TIKTOK APLICATION AS A SOURCE OF
- Hariono, R., Yuan, F., Cercio, D., Naila, S., Purwantyas, A., Chamidah, F. L., & Widhiandono, Huda, F. (2025). Fenomena Slang dan Gaya Bahasa Gen Z di TikTok dalam Membangun Identitas Sosial (Analisis Kompetensi Linguistik di Ruang Digital).
- INFORMATION FOR GEN Z. <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>
- Karirah, D., Puspasari, D., Rahmawati, R. L., Hanifah, N., Jollyn, K., Agustin, S., Khusnul, A., & Shobayarin, E. (2024). The Influence of the TikTok Algorithm on Gen Z’s Language Ability. In *International Journal on Advanced Science, Education, and Religion*. <https://ojs.staialfurqan.ac.id/IJoASER/>
- Kusyairi, Hikmah, & Nurul Qomariyah. (2024). Use Of Language Variations On Tiktok Social Media In Generation Z. *INTERDISIPLIN: Journal of Qualitative and Quantitative Research*, 1(3), 140–153. <https://doi.org/10.61166/interdisiplin.v1i3.33>
- Mirzoeff, N. (2015). *How to See the World*. Pelican Books.
- Penelitian Komunikasi (Vol. 05, Issue 04).
- PENGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share : Social Work Journal*, 10(2), 199. <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>
- PREFERENSI MUSIK GEN Z DI MEDIA SOSIAL TIK-TOK. In *RELASI: Jurnal*
- Putra, Y. D., & Junita, D. (2024). Realitas Keterlibatan Gen Z dalam Media Sosial Tiktok Perspektif Sosiokultural. 04(01), 33–55.
- Putri, N. A., Marom, D. A., & Si, M. (2025). Peranan Terpaan Media Sosial (Instagram dan TikTok) pada Generasi Z dalam Implementasi Kebijakan Keterbukaan Informasi Publik di Kota Semarang. www.fisip.undip.ac.id
- Quick, M. (2024). “How TikTok’s Green Screen, Duet, and Stitch Help Shape Political and Cultural Discourse.” *First Monday Journal*.
- Rahmah, F. A., & Khasanah, I. (2023). Kreativitas generasi Z menggunakan bahasa prokem dalam berkomunikasi pada aplikasi TikTok. *Diglosia: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 6(3), 827–840. <https://doi.org/10.30872/diglosia.v6i3.675>
- Ramadhani, S. N. (2025). Tiktok Features On Adolescent Communication Patterns: A Systematic Literature Review.
- Tiara Fauziah, M., & Yuliadi Saputra, D. (2024). EKSISTENSI BAHASA INDONESIA DALAM POLA KOMUNIKASI VERBAL GENERASI Z. <http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/jurnalmembaca>.