

## ANALISIS STRUKTUR DAN MAKNA AFEKTIF SLANG JEPANG GEN Z PADA MEDIA SOSIAL

**Nurul Khamidah**

Pendidikan Bahasa Jepang Jurusan Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya

E-mail : [Nurul.22092@mhs.unesa.ac.id](mailto:Nurul.22092@mhs.unesa.ac.id)

**Roni**

Dosen Jurusan Pendidikan Bahasa dan Sastra Jepang, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya

E-mail : [Roni@unesa.ac.id](mailto:Roni@unesa.ac.id)

### Abstrak

Perkembangan teknologi komunikasi digital telah memicu transformasi linguistik yang pesat, khususnya dalam penggunaan bahasa slang oleh Generasi Z Jepang di media sosial yang sering kali melampaui batas kebahasaan konvensional. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara komprehensif struktur morfologi, fungsi sintaksis, serta representasi makna afektif pada kosakata slang yang muncul dan populer selama periode 2020-2025. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang berlandaskan pada teori linguistik Verhaar (2012), data dikumpulkan melalui metode simak dan catat dari platform TikTok, X (Twitter), dan Instagram untuk menangkap dinamika bahasa secara real-time. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembentukan slang Generasi Z Jepang didominasi oleh proses morfologis yang beragam, mulai dari afiksasi, klitisasi, derivasi, hingga reduplikasi dan komposisi. Secara semantik, ditemukan adanya pergeseran signifikan dari makna denotatif menuju makna afektif yang membawa nilai rasa tertentu sesuai konteks interaksi digital. Temuan krusial dalam penelitian ini mengungkapkan adanya korelasi kuat antara struktur lingual dan beban emosi, di mana proses reduplikasi cenderung merepresentasikan nuansa keimutan atau konotasi positif, sedangkan proses komposisi lebih sering dimanfaatkan untuk mengekspresikan kritik, sinisme, dan sarkasme dengan konotasi negatif. Hal ini membuktikan bahwa struktur kebahasaan slang pada Generasi Z Jepang berfungsi sebagai instrumen strategis dalam merepresentasikan identitas emosional dan dinamika sosial di ruang siber.

**Kata Kunci :** Slang, Gen Z, Morfologi, Makna Afektif, Media Sosial.

### Abstract

The rapid advancement of digital communication technology has triggered significant linguistic transformations, particularly in the use of slang by Japanese Generation Z on social media, which often transcends conventional linguistic boundaries. This study aims to comprehensively describe the morphological structures, syntactic functions, and representations of affective meaning in slang vocabulary emerging between 2020 and 2025. Employing a descriptive qualitative approach grounded in Verhaar's (2012) linguistic theory, data were collected through observation and documentation methods from TikTok, X (Twitter), and Instagram to capture real-time language dynamics. The findings indicate that the formation of Japanese Gen Z slang is dominated by various morphological processes, including affixation, cliticization, derivation, reduplication, and composition. Semantically, a significant shift was observed from denotative to affective meaning, carrying specific emotional values within digital interaction contexts. A crucial discovery of this research reveals a strong correlation between lingual structure and emotional load: reduplication processes tend to represent nuances of cuteness or positive connotations, whereas compositional processes are more frequently utilized to express criticism, cynicism, and sarcasm with negative connotations. This proves that the linguistic structure of slang among Japanese Gen Z serves as a strategic instrument for representing emotional identity and social dynamics in cyberspace.

**Keywords :** Slang, Gen Z, Morphology, Affective Meaning, Social Media.

## PENDAHULUAN

Bahasa merupakan sistem komunikasi yang bersifat dinamis, yang secara konsisten mengalami transformasi seiring dengan perkembangan zaman, kemajuan teknologi, dan pergeseran struktur sosial masyarakat penggunaannya. Dinamika ini paling tampak pada kelompok generasi muda, yang secara linguistik dikenal sebagai kelompok yang paling adaptif dan inovatif. Kreativitas mereka dalam mengolah bahasa sering kali melahirkan variasi bahasa baru yang disebut sebagai slang atau bahasa gaul. Fenomena ini bukan sekadar bentuk penyimpangan dari kaidah bahasa baku, melainkan sebuah manifestasi dari kebutuhan akan ekspresi diri yang lebih bebas, spontan, dan sesuai dengan identitas zaman mereka.

Dalam konteks masyarakat Jepang kontemporer, fenomena ini bermanifestasi secara spesifik dalam bentuk slang Gen Z. Berbeda dengan ragam bahasa anak muda tradisional, slang Gen Z Jepang lahir dan berkembang pesat di ekosistem digital seperti Tiktok, X (Twitter), dan Instagram, yang memiliki karakteristik komunikasi lebih instan dan visual. Fenomena ini semakin berkembang pesat seiring dengan dominasi media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Gen Z di Jepang, sebagai generasi yang lahir dan tumbuh di tengah kemajuan teknologi digital, menggunakan platform seperti Twitter (X), Instagram, dan TikTok sebagai ruang utama untuk menciptakan dan memviralkan istilah-istilah baru. Kehadiran media sosial ini tidak hanya mempercepat penyebaran slang, tetapi juga mengubah cara kata-kata dibentuk agar lebih relevan dengan karakter komunikasi digital yang serba cepat.

Secara teoritis, mekanisme pembentukan kata pada slang yang digunakan oleh Generasi Z di Jepang memiliki keunikan morfologis yang melampaui konvensi bahasa Jepang standar. Kreativitas linguistik ini mencerminkan identitas kolektif Gen Z yang cenderung bunyi dan bentuk untuk menciptakan nuansa emosional yang lebih. Baresová (2015) dalam studinya menekankan bahwa terdapat aspek kreativitas dan inovasi yang luar biasa dalam proses pembentukan kata oleh pemuda Jepang. Inovasi ini sering kali melibatkan eksperimen fonologis dan morfologis yang melampaui konvensi bahasa Jepang tradisional. Menurutnya, anak muda Jepang tidak hanya menggunakan kata yang sudah ada, tetapi secara aktif memodifikasi struktur linguistik untuk menciptakan nuansa makna baru yang lebih tajam dan sesuai dengan konteks emosional mereka saat berkomunikasi.

Salah satu fokus utama dalam kajian morfologi pada *slang* Jepang adalah bagaimana kata-kata tersebut

disederhanakan. Yamashita (2022) mengemukakan bahwa proses *clipping* (pemenggalan) dan *blending* (penggabungan) merupakan pola yang paling dominan dalam *slang* internet Jepang. Dalam lingkungan digital, efisiensi pengetikan menjadi prioritas utama. Oleh karena itu, kata-kata yang secara formal memiliki struktur panjang cenderung dipotong atau digabungkan untuk mempermudah interaksi di layar perangkat seluler. Namun, Yamashita juga menggarisbawahi bahwa meskipun terjadi pemangkasan struktur, makna asli dari kata tersebut tetap terjaga, yang menunjukkan kecerdasan linguistik para penggunanya dalam menjaga keterpahaman pesan.

Dinamika ini ternyata tidak hanya menjadi fenomena lokal di Jepang, melainkan juga memiliki kemiripan dengan pola perkembangan bahasa gaul di negara lain. Hal ini diperkuat oleh penelitian Sari (2023) yang melakukan studi komparatif antara *Wakamono Kotoba* dan Bahasa Gaul di Indonesia. Hasil studinya menunjukkan bahwa terdapat kesamaan pola dalam proses morfologis, terutama pada aspek penyingkatan, adaptasi bunyi (fonetis), dan penciptaan istilah-istilah unik yang bertujuan untuk mencapai efisiensi komunikasi yang maksimal. Kemiripan pola ini menunjukkan bahwa generasi muda lintas budaya memiliki kecenderungan yang sama dalam memodifikasi bahasa sebagai bentuk respon terhadap kebutuhan komunikasi modern yang serba instan.

Selain perubahan pada aspek struktur, slang Gen Z Jepang juga sangat berkaitan dengan dimensi semantik, khususnya mengenai pergeseran makna. Verhaar (2012) menjelaskan bahwa makna dalam bahasa tidak selalu bersifat statis atau hanya merujuk pada definisi kamus (denotatif), melainkan juga mengandung aspek afektif yang mencerminkan perasaan atau sikap pembicara. Dalam komunikasi di media sosial, para pengguna sering kali memberikan 'nilai rasa' baru pada sebuah kata yang berbeda dari makna aslinya. Transformasi makna denotatif menjadi makna afektif ini menjadi esensi penting dalam penggunaan slang, karena di situlah ekspresi emosi dan nuansa komunikasi Gen Z Jepang terpancar secara autentik.

Meskipun kajian mengenai bahasa gaul Jepang secara umum telah ada, penelitian ini memosisikan diri secara khusus pada analisis slang Gen Z Jepang periode 2020–2025. Pemilihan rentang tahun tersebut didasarkan pada fakta bahwa tren komunikasi digital Gen Z Jepang mengalami pergeseran masif akibat pengaruh platform Tiktok, X, dan Instagram. Hal ini diperkuat oleh laporan Digital 2021 dari We Are Social yang mencatat adanya lonjakan aktivitas digital secara global sejak tahun 2020 akibat pandemi COVID-19. Tercatat bahwa pengguna media sosial dunia tumbuh

sebesar 13,2% hanya dalam waktu satu tahun, dengan penambahan 4,4 juta pengguna baru di Jepang pada periode yang sama (Kemp,2021). Transformasi digital yang drastis inilah yang memicu akselerasi produksi kosakata slang secara lebih masif dibandingkan dengan era sebelumnya. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih banyak memotret slang pada era blog atau media sosial awal, penelitian ini mengisi celah dengan menganalisis mekanisme pembentukan kata baru yang lebih kompleks dan dinamis yang muncul dalam kurun waktu lima tahun terakhir.

Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan ilmu linguistik, khususnya dalam bidang morfologi, sintaksis dan semantik. Selain itu, bagi pembelajar bahasa Jepang, kajian ini dapat menjadi referensi penting untuk memahami bahasa Jepang yang lebih aktual dan kontekstual, melampaui apa yang biasanya diajarkan dalam buku teks konvensional. Pemahaman terhadap slang bukan hanya soal memahami kata-kata baru, tetapi juga memahami bagaimana budaya dan identitas generasi muda Jepang terpancar melalui bahasa yang mereka gunakan.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2019), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci. Dalam konteks ini, peneliti berperan penuh dalam mengumpulkan dan menginterpretasikan fenomena *slang* Gen Z Jepang yang tersebar di media sosial secara objektif tanpa adanya perlakuan atau intervensi terhadap data tersebut.

Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali data lingual yang bersifat kompleks dan dinamis. Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif, peneliti dapat memberikan gambaran yang menyeluruh mengenai bagaimana *slang* tersebut dibentuk secara linguistik dan bagaimana nilai rasa (Afektif) diinterpretasikan dalam komunikasi digital. Seluruh proses analisis data dalam penelitian ini nantinya akan mengikuti prosedur analisis bahasa yang sistematis sesuai dengan kaidah penelitian linguistik.

Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer berupa satuan lingual berupa kata, frasa, atau klausa slang yang digunakan oleh Generasi Z Jepang di media sosial seperti TikTok, X (sebelumnya Twitter), dan Instagram dalam rentang waktu 2020 hingga 2025. Sementara itu, sumber data sekunder berasal dari literatur pendukung seperti jurnal ilmiah,

buku linguistik, artikel daring, serta kamus slang digital yang relevan.

Data penelitian ini adalah seluruh kosakata slang yang berhasil dikumpulkan, yang kemudian dianalisis berdasarkan struktur morfologi, sintaksis dan makna afektifnya. Objek penelitian ini adalah mekanisme pembentukan kata dan representasi makna afektif pada slang Gen Z Jepang. Definisi operasional dalam penelitian ini adalah slang diartikan sebagai kosakata non-standar yang bersifat ekspresif dan kreatif, sedangkan makna afektif merujuk pada nilai rasa atau emosi yang terkandung dalam penggunaan slang tersebut dalam interaksi digital.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode simak dengan teknik lanjut Simak Bebas Libat Cakap (SBLC) yang dikemukakan oleh Sudaryanto (2015). Peneliti melakukan penyimakan terhadap penggunaan bahasa *slang* di media sosial tanpa terlibat langsung dalam proses komunikasi tersebut. observasi dilaksanakan secara daring (*online*) dengan cara mengamati berbagai unggahan dan komentar dari pengguna media sosial yang berasal dari Jepang, khususnya mereka yang termasuk dalam kategori Generasi Z. media sosial yang diamati meliputi TikTok, X (Twitter), dan Instagram karena platform-platform ini merupakan tempat utama Generasi Z Jepang mengekspresikan diri dan menggunakan bahasa *slang* dalam komunikasi sehari-hari. Selain itu, untuk memastikan validitas data dan memastikan bahwa bahasa slang tersebut benar-benar digunakan oleh kalangan Gen Z, dilakukan seleksi khusus terhadap konten-konten yang dianalisis. Konten yang diambil dari akun kreator yang secara profil atau keterangan diri mereka jelas termasuk dalam Generasi Z, yaitu individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 dan Konten yang menyebutkan kata yang dipakai adalah kata dari Gen Z. Validasi ini dilakukan dengan memeriksa bio akun, interaksi di kolom komentar, atau informasi tambahan di media sosial lainnya untuk memastikan usia kreator. Dengan pendekatan ini, data yang dihasilkan benar-benar mencerminkan penggunaan slang autentik dari Generasi Z Jepang.

analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara kualitatif deskriptif dengan mengikuti model analisis data interaktif yang dikemukakan oleh Miles, Huberman, dan Saldana (2014). Proses analisis dimulai dengan tahap reduksi data, di mana peneliti melakukan proses pemilihan, pemusatan perhatian, dan penyederhanaan terhadap seluruh data slang yang telah dikumpulkan dari media sosial TikTok, X, Instagram. Pada tahap ini, data dipilah berdasarkan relevansinya dengan batasan masalah, yaitu hanya menyertakan slang

yang digunakan oleh Generasi Z Jepang dalam rentang waktu 2020 hingga 2025. Data yang dianggap tidak representatif, seperti dialek daerah yang sangat spesifik atau istilah yang sudah usang, akan dieliminasi agar peneliti dapat berfokus pada objek utama penelitian.

Langkah selanjutnya adalah penyajian data, yang dilakukan dengan cara mengorganisasikan data hasil reduksi ke dalam bentuk korpus data yang sistematis. Dalam tahap ini, setiap kata atau frasa slang diklasifikasikan secara morfologi dan sintaksis untuk membedah struktur pembentukannya berdasarkan teori Verhaar, seperti melalui proses Afiksasi, klitisasi, Derivasi, Reduplikasi, atau Komposisi. Secara bersamaan, dilakukan pula analisis semantik untuk memetakan pergeseran makna dari tingkat denotatif (makna kamus) menuju makna afektif (Makna emosional/kontekstual). Penyajian data dilakukan secara deskriptif untuk memperlihatkan hubungan antara struktur bentuk kata dengan nilai rasa yang ingin disampaikan oleh pengguna sosial media.

Tahap akhir dari teknik analisis data adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Pada bagian ini, peneliti melakukan interpretasi mendalam terhadap data yang telah disajikan guna menemukan pola-pola dominan dalam pembentukan slang Gen Z Jepang serta karakteristik makna afektif yang muncul secara konsisten. Peneliti meninjau kembali seluruh analisis untuk memastikan bahwa kesimpulan yang diambil telah menjawab rumusan masalah secara akurat dan valid. Hasil akhir dari tahap ini adalah deskripsi komprehensif yang menjelaskan bagaimana mekanisme kebahasaan dan dimensi emosional bekerja secara terpadu dalam fenomena slang Gen Z Jepang di era digital ini.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang dilakukan melalui observasi pada berbagai platform media sosial yang menjadi basis interaksi utama Generasi Z Jepang, seperti TikTok, Instagram, dan X (Twitter) dalam kurun waktu 2020 hingga 2025. Fokus utama penelitian ini adalah mengidentifikasi struktur pembentukan bahasa *slang* serta muatan semantik yang terkandung di dalamnya.

Dari hasil penjarangan data yang dilakukan, mendapatkan hasil sebanyak 56 data satuan lingual yang memenuhi kriteria sebagai bahasa *slang* Gen Z. Untuk memberikan gambaran umum mengenai kecenderungan penggunaan bahasa tersebut, peneliti mengklasifikasikan data tersebut ke dalam tabel distribusi frekuensi berdasarkan kategori morfologi dan sintaksis sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Distribusi Frekuensi Satuan Lingual Slang Gen Z**

	Pembentukan kata	Jumlah data yang ditemukan
Morfologi	Afiksasi	9
	Klitisasi	-
	Derivasi	9
	Reduplikasi	10
	Komposisi	12
Sintaksis	Frasa	5
	Klausa	4
	Kalimat	7
Total data yang ditemukan		56

Berdasarkan Tabel 1, terlihat secara eksplisit bahwa proses morfologi memegang peranan kunci dalam perkembangan slang Gen Z di Jepang. Fleksibilitas bahasa Jepang dalam memodifikasi morfem. Memungkinkan para penutur muda untuk menciptakan istilah-istilah baru yang lebih ringkas dan ekspresif. Proses komposisi menjadi metode yang paling produktif dengan temuan 12 data. Namun, temuan pada ranah sintaksis juga menunjukkan bahwa slang tidak hanya terbatas pada level kata, melainkan sudah merambah pada konstruksi frasa hingga kalimat utuh yang memiliki pola gramatikal sendiri. Pada bagian ini, peneliti melakukan analisis mendalam terhadap 56 data yang telah diklasifikasikan berdasarkan teori Verhaar (2012). Analisis difokuskan pada bagaimana unsur masing satuan lingual dibentuk dan bagaimana strukturnya bekerja dalam komunikasi media sosial Gen Z Jepang.

**Analisis Morfologi:**

**Afiksasi**

1.	ミスる ( <i>misuru</i> )
	‘melakukan kesalahan’
	Terbentuk dari kata dasar Misu (dari bahasa Inggris Miss) ditambah dengan penggunaan sufiks -ru
2.	超いい ( <i>Choo-ii</i> )
	‘sangat bagus/melampaui’

Morfem terikat Choo- bermakna “super/sangat” berfungsi sebagai awalan yang memperkuat kata sifat di belakangnya.
--

Berdasarkan teori Verhaar, sebuah satuan morfem terikat disebut sebagai sufiks karena posisinya berada di belakang morfem bebas. Verhaar menekankan bahwa sufiks sering kali memiliki fungsi derivatif, yaitu mengubah kategori kelas kata dari bentuk asalnya (misalnya dari nomina menjadi verba).

Contoh: leksem *Misuru* ミスル. Data ini dikelompokkan ke dalam sufiks karena morfem terikat -ru diletakkan setelah morfem bebas misu (dari bahasa Inggris miss). Berdasarkan teori Verhaar, proses ini disebut sebagai verbalisasi, di mana morfem terikat -ru berfungsi mengubah kata benda serapan menjadi kata kerja. Hal ini menunjukkan fleksibilitas morfologis dalam bahasa slang, di mana morfem terikat dari bahasa Jepang dapat dipasangkan dengan morfem bebas dari bahasa asing.

Sebaliknya, morfem terikat disebut sebagai prefiks karena letaknya yang mendahului morfem bebas dalam sebuah konstruksi kata. Dalam data ini, prefiks berfungsi sebagai intensifier yang memberikan penekanan makna.

Contoh: Leksem *Choo-ii* 超いい. Data ini dikategorikan sebagai prefiks menurut Verhaar karena morfem terikat *Choo-* menempel di depan morfem bebas *ii* (bagus).

**Derivasi**

1.	バズル ( <i>Bazuru</i> ) 'Menjadi viral' Terbentuk dari nomina asing Buzz yang mendapatkan akhiran verba -u. Proses ini merupakan derivasi karena mengubah nomina menjadi kelas kata verba (kata kerja).
2.	エモい ( <i>Emoi</i> ) 'emosional' Terbentuk dari pemendekan nomina asing emotional yang mendapatkan akhiran adjektiva -i. Proses ini disebut derivasi karena mengubah kelas kata dari nomina menjadi kata sifat

Verbalisasi adalah proses derivasi yang menghasilkan kata kerja. Dalam kata slang Jepang ini, verbalisasi sering kali dilakukan dengan menambahkan akhiran yang identik dengan konjungsi verba Jepang pada kata dasar atau kata serapan.

Leksem *Bazuru* terbentuk dari morfem bebas bahasa asing (*buzz*) yang mendapatkan proses derivasi berupa penambahan sufiks -ru. Verhaar menekankan bahwa proses ini menciptakan satuan leksikal baru yang

memiliki fungsi prediaktif dalam kalimat, memungkinkan kata serapan tersebut dioperasikan secara penuh dalam sistem konjungsi bahasa Jepang.

Sebaliknya Adjektivalisasi menurut verhaar adalah proses derivasi yang menghasilkan kata sifat yang memberikan keterangan kualitas pada suatu nomina.

Contoh: Leksem *Emoi* エモい. Data ini masuk ke dalam adjektivalisasi karena kata dasar Emo (dari bahasa Inggris *Emotional*) mendapatkan sufiks -i yang merupakan ciri khas kata sifat golongan pertama (i-adjektive) dalam bahasa Jepang. Proses ini mengubah kategori kata dari nomina serapan menjadi kata sifat yang membawa nilai rasa melakolis atau syahdu.

**Reduplikasi**

1.	あせあせ ( <i>Ase-ase</i> ) 'Cairan tubuh' Terbentuk melalui proses reduplikasi utuh dari morfem Ase
2.	じわじわ ( <i>Jiwa-jiwa</i> ) 'Sedikit demi sedikit' Terbentuk melalui reduplikasi utuh morfem onomatope untuk menekankan proses yang terjadi secara bertahap.
3.	きゅんきゅん ( <i>Kyun-kyun</i> ) 'Debar jantung' Terbentuk melalui reduplikasi utuh onomatope debar jantung untuk menunjukkan intensitas perasaan gemas.

Data seperti *Ase-ase*, *jiwa-jiwa*, dan *kyun-kyun* menunjukkan pengulangan morfem dasar secara total. Pengulangan ini berfungsi secara semantiks untuk menekankan intensitas atau keberlanjutan.

**Komposisi**

1.	脳筋 ( <i>Noukin</i> ) 'Otak otot' Terbentuk dari penggabungan dua leksem yaitu <i>Nou</i> (otak) dan <i>Kin</i> (otot). Komposisi ini menciptakan makna baru yang utuh di luar makna dasar masing-masing
2.	鯖落ち ( <i>Sabaochi</i> ) 'Server down' Terbentuk dari komposisi dua kata mandiri, yaitu <i>saba</i> (singkatan dari server) <i>ochi</i> (jatuh/turun), membentuk istilah kata baru.

Data seperti *Noukin* dan *Saba-ochi* adalah contoh komposisi yang sangat produktif. Leksem *Noukin* terbentuk dari gabungan leksem *Nou* (otak) dan *Kin* (otot). Verhaar menjelaskan bahwa dalam komposisi, kedua unsur kehilangan otonomi leksikalnya

untuk membentuk satu pengertian baru. Pada data *Kuribocchi*, prosesnya lebih kompleks karena melibatkan pemendekan dari *Kurisumasu* (natal) dan *Hitoribocchi* (sendirian) sebelum akhirnya bergabung. Peneliti melihat bahwa komposisi dalam slang cenderung memadatkan dua konsep yang berbeda menjadi satu istilah yang tajam untuk menggambarkan fenomena sosial tertentu, yang sering kali membawa konotasi negatif (sindiran) atau netral.

**Analisis Sintaksis**

**Frasa**

1.	チイムと友達 ( <i>Chiimu tomodachi</i> )
	‘Tim teman’ Merupakan frasa nomina yang terdiri dari dua kata benda mandiri. Hubungan antar keduanya tidak membentuk struktur subjek-predikat
2.	しらんけど ( <i>Shiran kedo</i> )
	‘nggak tahu sih’ Terbentuk dari gabungan verba <i>shiran</i> (tidak tahu) dan konjungsi <i>kedo</i> (tapi). Dikategorikan sebagai frasa karena terdiri dari dua unsur leksikal yang masing-masing tetap mempertahankan identitas gramatikalnya.

Kontruksi ini memiliki satu unsur pusat (inti) dan satu unsur penjelas (atribut). Seperti pada data *Chiimu tomodachi*, data tersebut merupakan frasa nomina. Secara struktural, leksem *tomodachi* (teman) bertindak sebagai pusat/inti, sedangkan leksem *Chiimu* (tim) bertindak sebagai atribut yang membatasi nomina tersebut. Tidak ada hubungan di antara keduanya.

Sedangkan untuk eksosentrik sendiri yaitu frasa yang kontruksinya tidak memiliki inti, di mana kehadirannya bergantung pada gabungan kedua unsurnya. Pada data *Shiran-kedo* terdiri dari bentuk verba *Shiran* dan konjungsi *Kedo*. Menurut Verhaar, satuan ini berfungsi sebagai satuan sintaksis yang mengisi satu fungsi tertentu (misal: keterangan dalam sebuah kalimat yang lebih besar), namun unsurnya tidak memiliki hubungan S-P.

**Klausa**

1.	ビジュが良すぎる ( <i>Biju ga yosugiru</i> )
	Visualnya terlalu bagus Data ini bagai klausa karena terdiri dari nomina <i>biju</i> sebagai subjek yang ditandai partikel <i>ga</i> , dan adjektiva <i>yosugiru</i> sebagai predikat. Memiliki struktur S-P yang jelas dan tidak termasuk dalam proses morfologi kata tunggal.

Data *Bijuu ga yosugiru* merupakan klausa yang memiliki struktur formal. *Bijuu* masuk dalam subjek (S)

karena ditandai dengan partikel penanda subjek *ga*. Kemudian *Yosugiru* masuk ke dalam bentuk Predikat (P) karena verba/adjektiva yang menerangkan kondisi subjek. Secara sintaksis, satuan ini sudah memenuhi kriteria klausa karena memiliki elemen prediaktif utuh namun belum memiliki intonasi final yang menjadikannya kalimat mandiri dalam teks tersebut.

**Kalimat**

1.	好きすぎて、しんどい ( <i>Suki sugite shindoi</i> )
	‘Karena terlalu suka, rasanya berat’ Merupakan kalimat majemuk karena klausa pertama <i>sukisugite</i> menunjukkan tingkat intensitas berlebih yang menjadi penyebab kondisi pada klausa kedua yaitu <i>shindoi</i> .

Data *Sukisugite, shindoi* termasuk kalimat majemuk karena terdiri dari dua klausa yang dihubungkan secara hipotaktis (bertingkat). Klausa 1 (anak kalimat) yaitu *Sukisugite* (predikat dalam bentuk -te yang menyatakan sebab). Klausa 2 (induk kalimat) yaitu *Shindoi* (predikat utama yang menyatakan akibat). Secara sintaksis, terdapat pelepasan subjek pada kedua klausa tersebut (subjek “saya” tidak dimunculkan), namun secara struktural hubungan antar klausa ini membentuk satu satuan kalimat utuh.

Selanjutnya, untuk melihat bagaimana keterkaitan antara struktur pembentukan kata tersebut dengan nilai rasa atau makna yang dihasilkan, peneliti menyusun tabel korelasi makna afektif sebagai berikut:

**Tabel 2**  
**Korelasi Proses Morfosintaksis dan Makna Semantik**

	Pembentukan Kata	Sub-bab	Semantik			
			Denotasi	Konotasi		
				Positif	Netral	Negatif
Morfologi	Afiksasi	Sufiks	2		2	3
		Prefiks	1	1		
	Klitisasi	Enklitika				
		Proklitika				
	Derivasi	Verbalisasi		3		3
		Adjektivasi			3	
		Nominalisasi				
Reduplikasi	Reduplikasi Penuh	6	1	1		
	Reduplikasi Sebagian		2			
Komposisi		5	3		4	
Sintaksis	Frasa	Endosentrik	1	2		
		Eksosentrik				2
	Klausa			3	1	
	Kalimat	Kalimat Tunggal	1			
Kalimat Majemuk		1	3		2	

Tabel 2 menunjukkan bahwa penggunaan slang oleh Gen Z Jepang tidak hanya berfokus pada efisiensi bentuk (denotasi), tetapi juga syarat akan muatan emosional (konotasi). Menariknya, proses komposisi dan kalimat cenderung digunakan untuk mengekspresikan nilai rasa yang kuat, baik itu positif (seperti rasa takjub) maupun negatif (seperti sindiran atau rasa frustrasi). Sementara itu, proses reduplikasi lebih dominan digunakan untuk merepresentasikan konotasi positif yang memberikan nuansa akrab atau imut dalam berinteraksi.

Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa transformasi dari makna denotatif menuju makna afektif merupakan esensi penting dalam komunikasi digital Gen Z, di mana sebuah istilah dipilih bukan hanya karena artinya, melainkan karena ‘nilai rasa’ yang dibawanya dalam konteks sosial media.

Berdasarkan hasil klasifikasi data pada Tabel 1 dan 2, terlihat bahwa slang Gen Z Jepang tidak hanya menonjol dari segi efisiensi struktur morfologis, tetapi juga memiliki kedalaman makna yang kompleks. Analisis semantik ini menggunakan teori Verhaar (2012) untuk membedah bagaimana lambang bunyi tersebut merujuk pada konsep objektif (denotatif) serta bagaimana ia membawa nilai rasa atau emosi (afektif).

**Analisis Semantik:**

**Denotatif**

1.	回轉界限 ( <i>Kaiten kawai</i> )
	‘Lingkar/vibe berputar’
	Data ini masuk ke dalam denotatif karena merujuk pada informasi spasial mengenai area fisik yang melingkar.

Makna denotatif menurut teori Verhaar pada data tersebut berfokus pada hubungan referensial yang bersifat objektif, di mana setiap istilah merujuk langsung pada fakta atau konsep kognitif yang lugas. Pada kata *Misuru* makna denotatifnya secara deskriptif menjelaskan tindakan melakukan kesalahan sebagai bentuk tidak sesuaian antara target dan hasil nyata tanpa melibatkan nilai rasa subjektif. Begitu juga pada pada kategori frasa endosentrik *Kaiten kawai*, makna denotatifnya merujuk pada informasi spasial mengenai area fisik atau lingkungan yang melingkar secara harfiah.

Berdasarkan keseluruhan data yang telah di analisis di atas, kesimpulan mengenai makna denotatif menurut teori Verhaar menunjukkan bahwa seluruh istilah slang tersebut tetap berpijak pada fungsi referensial yang objektif dan kognitif. Baik pada tataran kata, maupun kalimat, makna yang disampaikan selalu

merujuk pada informasi faktual, hubungan kausalitas fisik, atau ruang spasial yang nyata. Secara keseluruhan, data-data ini dikategorikan sebagai makna denotatif karena menyampaikan pesan yang lugas, transparan, dan sesuai dengan pengertian dasar atau makna kamus, sehingga tidak ditemukan adanya pergeseran makna yang dipengaruhi oleh nilai rasa emosional atau interpretasi subjektif yang menyimpang dari realitas aslinya.

**Konotatif**

Berdasarkan data pada lampiran 2, peneliti mengklasifikasikan 56 data tersebut ke dalam tiga kelompok konotasi utama yaitu:

**Konotasi positif**

Data ini masuk konotasi positif karena mengandung nilai rasa kekaguman, kasih sayang, pemujaan, atau rasa senang yang tinggi.

1.	超良い ( <i>Choo-ii</i> )
	‘Sangat bagus/melampui’
	Data ini masuk konotasi positif karena penggunaan intensitas “super” menunjukkan nilai rasa pujian yang sangat tinggi terhadap suatu objek.
2.	チル友 ( <i>Chirutomo</i> )
	‘Teman santai’
	Data ini masuk konotasi positif karena membawa asosiasi kenyamanan dan keakraban dalam hubungan pertemanan.
3.	バカうまい ( <i>Baka umai</i> )
	‘Enak banget’
	Data ini masuk konotasi positif karena meski memakai kata “bodoh”, tujuannya adalah memberikan nilai rasa kenikmatan rasa yang tiada tara.

Analisis makna konotasi positif berdasarkan teori Verhaar pada data tersebut berfokus pada adanya nilai rasa atau aspek motif yang menyertai makna leksikal sebuah bentuk lingual. Menurut Verhaar, konotasi merupakan aspek makna yang berkaitan dengan sikap sosial, nilai moral, atau perasaan tertentu yang timbul dari penggunaan bahasa dalam konteks tertentu.

Pada tingkat kata dan afiksasi, penggunaan prefiks pada *Choo-ii* menunjukkan adanya nilai rasa kekaguman dan apresiasi yang tinggi, di mana bentuk slang tersebut secara konotatif membawa perasaan hormat serta kedekatan hubungan antarpener. Begitu pula pada aspek komposisi dan frasa seperti *Chirutomo* dan *Baka umai* secara konotatif merepresentasikan nilai kenyamanan, solidaritas kelompok, serta sensasi

kenikmatan yang meluap-luap yang tidak ditemukan dalam makna kamus secara harfiah

Secara keseluruhan, semua data ini diklasifikasikan ke dalam konotasi positif karena penggunaannya bertujuan untuk mengekspresikan emosi yang membahagiakan, seperti rasa kasih sayang, kegembiraan menyambut waktu istirahat, hingga pemujaan terhadap sesuatu, sehingga makna yang tertangkap bukan sekadar informasi objektif, melainkan sebuah pengalaman emotif yang positif dalam interaksi sosial.

### Konotasi netral

Data ini masuk konotasi netral karena meskipun memiliki makna kiasan, nilai rasanya tidak secara eksplisit menghina atau memuji, melainkan lebih ke arah gaya bahasa atau deskripsi suasana hati.

1.	的な ( <i>Tekina</i> )
	‘Semacam, seperti, atau begitu deh’
	Data ini masuk konotasi netral karena nilai rasanya hanya menunjukkan kesantiaian dalam komunikasi tanpa ada maksud menghina atau memuji.
2.	エモい ( <i>Emoi</i> )
	‘Emosional’
	Data ini masuk konotasi netral karena nilai rasanya bergantung pada suasana hati (bisa sedih yang indah atau hanya perasaan syahdu).
3.	メロい ( <i>Meroi</i> )
	‘Mellow’
	Data ini masuk konotasi netral karena hanya menggambarkan kondisi perasaan yang lembut atau sensitif tanpa keberpihakan nilai.
4.	チルイ ( <i>Chirui</i> )
	‘Dingin/santai’
	Data ini masuk konotasi netral karena merujuk pada atmosfer atau vibe lingkungan yang tenang dan rileks.

Menurut prespektif Verhaar, konotasi netral dalam data tersebut menunjukkan adanya nilai rasa yang tidak memihak, di mana penggunaan istilah slang tidak ditunjukkan untuk memuji maupun menghina, melainkan lebih sebagai deskripsi gaya bahasa atau suasana hati yang rileks. Pada tataran afiksasi dan derivasi seperti kata *Tekina*, *Emoi*, *Meroi*, dan *Chirui*, nilai rasa yang muncul adalah kesan santai, lembut, dan tenang dalam komunikasi yang bergantung sepenuhnya pada atmosfer lingkungan atau suasana hati penutur tanpa adanya keberpihakan nilai. Begitu pula pada reduplikasi *Hanya-hanya* dan klausa *Kakutei enshutsu*, konotasi netral berfungsi untuk menggambarkan kondisi kebingungan

yang polos atau sekadar memprediksi hasil berdasarkan pola tertentu, sehingga pesan yang disampaikan tetap berada pada koridor ekspresi fungsional yang objektif namun tetap memiliki nuansa rasa yang moderat.

### Konotasi negatif

Data ini masuk konotasi negatif karena mengandung nilai rasa ketidaksukaan, ejekan, sindiran, atau perasaan tertekan. Mohon Kerjasamanya

1.	マンネリ化 ( <i>Mannerika</i> )
	‘Terjebak dalam kebiasaan’
	Data ini masuk konotasi negatif karena mengandung nilai rasa kejenuhan dan stagnasi yang tidak menyenangkan.
2.	脳筋 ( <i>Noukin</i> )
	‘Otak otot’
	Data ini masuk konotasi negatif karena mengandung nilai rasa hinaan terhadap orang yang dianggap kurang cerdas.
3.	リア充 ( <i>Riajuu</i> )
	‘Nyata penuh’
	Data ini masuk konotasi negatif karena membawa nilai rasa kecemburuan atau sindiran sinis dari masyarakat internet.
4.	好きすぎて、しんどい ( <i>Suki sugite, shindoi</i> )
	‘Karena terlalu suka, rasanya berat’
	Data ini masuk konotasi negatif karena meski dasarnya “suka”, penggunaan kata “Shindoi” (melelahkan) memberikan nilai rasa penderitaan emosional.

Analisis konotasi negatif berdasarkan teori Verhaar pada kata tersebut berfokus pada muatan nilai rasa yang mengandung ketidaksukaan, ejekan, sindiran, hingga tekanan emosional. Pada aspek afiksasi dan klitsasi seperti *Mannerika*, *Jirakei*, dan *Keruka* muncul asosiasi makna yang merujuk pada rasa jenuh, waspada terhadap bahaya kepribadian seseorang, hingga rasa jijik dan kecemasan terhadap situasi buruk.

Selanjutnya, pada ranah derivasi, komposisi, serta frasa seperti *Baguru*, *Noukin*, *Riajuu*, dan *Shiran kedo*, konotasi negatif terlihat sangat kuat melalui penggunaan sarkasme yang menyamakan kekonyolan manusia dengan kerusakan mesin, hinaan terhadap kecerdasan, hingga sikap lepas tangan atau ketidakinginan untuk bertanggung jawab. Terakhir, pada tingkat kalimat seperti *Suki sugite*, *Shindoi*, dan *Gyakugire sate*, *tsunda*, meskipun mengandung kata yang tampak positif, penggunaan istilah *Shindoi* (melelahkan) dan *Tsunda* (skakmat) memberikan nilai rasa penderitaan emosional serta perasaan kalah dalam konflik sosial yang memojokkan subjek subjek. Secara keseluruhan, kelompok data ini diklasifikasikan sebagai

konotasi negatif karena setiap bentuk lingualnya membawa efek psikologis yang menyakitkan, merendahkan keberanian subjek, atau menciptakan keterasingan sosial.

## Pembahasan

Peneliti melakukan analisis interpretatif terhadap hasil temuan yang telah dipaparkan sebelumnya guna menjawab rumusan masalah mengenai struktur dan makna afektif slang Jepang pada media sosial secara mendalam. Pembahasan ini tidak hanya berfokus pada kategorisasi data secara teknis morfologis dan sintaksis, namun juga mengkaji signifikansi temuan melalui lensa semantik afektif serta hubungannya dengan dinamika budaya digital Generasi Z Jepang periode 2020-2025.

teoretis, dominasi proses pembentukan kata melalui mekanisme komposisi menunjukkan adanya kecenderungan kuat dalam komunikasi digital untuk mengutamakan efisiensi tanpa mereduksi kedalaman makna. Dalam kerangka morfologi, penggabungan dua leksikon mandiri yang mengalami reduksi (clipping), seperti pada data *Noukin* (Otak Otot) dan *Kuribocchi* (Natal Sendirian), membuktikan bahwa kreativitas linguistik Gen Z Jepang berorientasi pada pemadatan informasi. Peneliti menemukan bahwa penggunaan komposisi dalam medium media sosial berfungsi sebagai instrumen komunikasi primer yang memungkinkan audiens menangkap konsep sosial yang kompleks hanya melalui satu unit lingual yang ringkas. Hal ini menegaskan bahwa *slang* bukan sekadar penyimpangan kaidah, melainkan strategi adaptif terhadap keterbatasan ruang ekspresi di platform seperti X (Twitter) dan Instagram.

Implementasi teori semantik afektif lebih lanjut membantu peneliti dalam mengurai beban emosional yang terkandung dalam setiap struktur bahasa. Ditemukan pola yang konsisten di mana struktur reduplikasi seperti *Pien-pien* dan *Ase-ase* memiliki keterkaitan erat dengan representasi makna konotatif positif yang merujuk pada konsep *kawaii* (keimutan). Peneliti menganalisis bahwa pengulangan bunyi secara ritmis berfungsi sebagai penanda afektif yang bersifat "memperhalus" emosi; kesedihan dalam *Pien-pien* atau kegugupan dalam *Ase-ase* tidak ditampilkan sebagai ancaman sosial, melainkan sebagai bentuk ekspresi diri yang estetik dan mengundang simpati. Sebaliknya, struktur komposisi dan akronim yang bersifat kaku justru cenderung membawa nilai rasa konotasi negatif, seperti pada data *Riajuu* dan *Gekimuzu*. Disparitas ini menunjukkan bahwa bentuk fisik sebuah kata dalam slang Jepang memiliki korelasi langsung dengan posisi psikologis penggunaannya: bentuk yang cair/berulang digunakan untuk kedekatan, sementara bentuk yang padat/kaku digunakan untuk labelisasi, kritik, dan sarkasme.

Poin krusial yang menjadi nilai kebaruan (novelty) dalam penelitian ini adalah analisis terhadap keterkaitan antara anomali sintaksis dengan intensitas

emosional. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang sering kali memandang kesalahan tata bahasa sebagai bentuk degradasi bahasa, penelitian ini menemukan bahwa konstruksi seperti ...shika katan dan Suki-sugite, shindoi melibatkan aspek hiperbola emosional yang disengaja. Melalui analisis semantik, ditemukan bahwa penggunaan kata kerja *shindoi* (lelah/sesak) untuk mendeskripsikan rasa suka, atau penggunaan klausa negatif untuk memuji, berfungsi sebagai penanda gramatikal yang memperkuat interpretasi terhadap urgensi perasaan pembicara. Temuan ini menegaskan bahwa slang Gen Z Jepang merupakan sistem tanda multidimensi yang memanfaatkan "kerusakan" tata bahasa standar untuk mengonstruksi identitas digital yang lebih ekspresif dan autentik.

Adapun temuan pada kategori derivasi seperti kata Bazuru mengindikasikan adanya kesamaan pola kognitif kaum muda global dalam mengadaptasi teknologi asing ke dalam sistem linguistik lokal. Peneliti menganalisis bahwa fleksibilitas morfologis Jepang dalam menyerap unsur asing (klitisasi dan verbalisasi) merupakan cerminan dari identitas budaya Gen Z yang kosmopolitan namun tetap mempertahankan akar gramatikal *Nihongo*. Secara kolektif, hasil pembahasan ini menegaskan bahwa setiap kosakata slang bukan sekadar tren sesaat, melainkan entitas linguistik yang otonom dan sangat dipengaruhi oleh lingkungan sosiokultural digitalnya. Analisis interpretatif ini pada akhirnya memberikan pemahaman komprehensif bahwa setiap satuan lingual dalam slang Jepang bukan sekadar gerakan jari di layar ponsel, melainkan sebuah konstruksi budaya yang membawa identitas, nilai rasa, dan cara pandang Generasi Z terhadap dinamika dunia mereka yang serba cepat.

## PENUTUP

### Simpulan

terhadap struktur dan makna afektif slang Jepang yang digunakan oleh Generasi Z pada berbagai platform media sosial periode 2020-2025, dapat disimpulkan bahwa fenomena kebahasaan ini merupakan manifestasi dari kreativitas linguistik yang sangat dinamis dan adaptif terhadap teknologi. Secara struktural, pembentukan slang tersebut didominasi oleh proses morfologis yang mengutamakan efisiensi komunikasi tanpa mengabaikan aspek estetika bahasa. Proses komposisi atau penggabungan leksikon menjadi metode yang paling produktif, di mana para pengguna muda cenderung memadatkan konsep sosial yang kompleks menjadi satu unit kata yang ringkas guna menyesuaikan diri dengan karakteristik media sosial yang serba cepat. Selain itu, ditemukan pula pola sintaksis yang unik berupa anomali atau penyimpangan tata bahasa standar yang sengaja dilakukan untuk memberikan penekanan pada intensitas emosional. Hal ini membuktikan bahwa slang Gen Z Jepang bukan sekadar bentuk degradasi bahasa, melainkan sebuah

sistem tanda yang memiliki aturan fungsional tersendiri dalam ruang siber.

Dari perspektif semantik afektif, penelitian ini berhasil mengungkap adanya korelasi sistematis antara bentuk fisik sebuah kata dengan beban emosional atau "nilai rasa" yang dibawanya. Terdapat pola yang konsisten di mana struktur bahasa yang bersifat cair dan ritmis, seperti pada kategori reduplikasi, hampir seluruhnya merepresentasikan makna konotatif positif yang berkaitan dengan konsep keimutan (*kawaii*) dan upaya membangun kedekatan sosial. Sebaliknya, struktur bahasa yang bersifat padat dan kaku, terutama yang dihasilkan dari proses komposisi teknis dan akronim, cenderung membawa muatan afektif negatif yang berfungsi sebagai instrumen kritik sosial, sindiran sinis, maupun ekspresi frustrasi. Penemuan ini menegaskan bahwa setiap pilihan struktur dalam slang Jepang memiliki tujuan strategis untuk merepresentasikan identitas emosional pembicaraannya. Secara kolektif, slang ini berfungsi sebagai kode budaya yang menyatukan kelompok Generasi Z sekaligus membedakan mereka dari kelompok generasi lainnya melalui penggunaan bahasa yang sarat akan makna implisit dan kontekstual.

#### Saran

Mengingat keterbatasan jangkauan penelitian ini yang hanya berfokus pada media sosial populer dalam rentang waktu tertentu, disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk memperluas cakupan data dengan menyentuh platform digital yang lebih spesifik atau komunitas subkultur tertentu yang mungkin memiliki variasi slang yang lebih esoteris. Penelitian masa depan diharapkan dapat menggunakan pendekatan sosiolinguistik yang lebih komparatif, misalnya dengan membandingkan evolusi slang Gen Z dari tahun ke tahun untuk melihat bagaimana pergeseran teknologi memengaruhi kecepatan usangnya suatu kosakata. Selain itu, penting juga bagi para akademisi dan praktisi pendidikan bahasa Jepang untuk mulai mengintegrasikan pemahaman mengenai bahasa gaul kontemporer ini ke dalam kurikulum pembelajaran, agar para pembelajar asing tidak hanya menguasai bahasa Jepang formal (*Hyoujungo*), tetapi juga mampu memahami nuansa komunikasi nyata yang digunakan oleh masyarakat Jepang di era digital saat ini.

Bagi masyarakat luas dan pengguna media sosial, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan baru bahwa penggunaan slang tidak selalu bermakna negatif, melainkan merupakan bagian dari evolusi bahasa yang memperkaya cara manusia berinteraksi. Peneliti menyarankan agar penggunaan slang tetap dilakukan dengan memperhatikan konteks

dan situasi lawan bicara agar tidak menimbulkan misinterpretasi afektif yang merugikan. Akhirnya, diperlukan adanya dokumentasi yang lebih sistematis dan berkelanjutan terhadap kosakata slang yang terus muncul, mengingat sifatnya yang sangat ephemeral atau mudah hilang. Dengan pendokumentasian yang baik, perkembangan bahasa Jepang dapat terus dipantau sebagai cerminan dari perubahan sosial dan cara pandang bangsa Jepang terhadap dunia yang kian terdigitalisasi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Baresova, I. (2015). Creativity and innovation in word formation by Japanese young people. *Lingua et Communicatio*, 165–183. [https://www.researchgate.net/publication/283491042\\_Creativity\\_and\\_Innovation\\_in\\_Word\\_Formation\\_by\\_Japanese\\_Young\\_People](https://www.researchgate.net/publication/283491042_Creativity_and_Innovation_in_Word_Formation_by_Japanese_Young_People)
- Chaer, A. (2008). *Morfologi bahasa Indonesia: Pendekatan proses*. Rineka Cipta.
- Kemp, S. (2021). *Digital 2021: Global Overview Report. We Are Social & Hootsuite*. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>
- Lailu, N. (2022). *Penggunaan wakamono kotoba remaja Jepang* [Skripsi, Universitas Darma Persada]. Academia.edu. [https://www.academia.edu/73280803/Penggunaan\\_Wakamono\\_Kotoba\\_Remaja\\_Jepang](https://www.academia.edu/73280803/Penggunaan_Wakamono_Kotoba_Remaja_Jepang)
- Leonette, S. (2021). Konteks penggunaan ragam slang bahasa Jepang dalam internet: Kajian sosiolinguistik. *Jurnal Skripsi Mahasiswa*. [https://www.researchgate.net/publication/355394701\\_Konteks\\_Penggunaan\\_Ragam\\_Slang\\_Bahasa\\_Jepang\\_dalam\\_Internet\\_Kajian\\_Sosiolinguistik](https://www.researchgate.net/publication/355394701_Konteks_Penggunaan_Ragam_Slang_Bahasa_Jepang_dalam_Internet_Kajian_Sosiolinguistik)
- Maslakha, A. (2020). Analisis wakamono kotoba dalam YouTube channel Nihongo Mantappu [Skripsi, Universitas Negeri Surabaya].
- Matsumoto, K., Yoshida, M., Tsuchiya, S., Kita, K., & Ren, F. (2016). Slang analysis based on variant information extraction focusing on the time series topics. *International Journal of Advanced Intelligence*, 8(1), 84–98. [https://tokushima.repo.nii.ac.jp/record/2006914/files/ijai\\_8\\_1\\_84.pdf](https://tokushima.repo.nii.ac.jp/record/2006914/files/ijai_8_1_84.pdf)
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Miyake, K. (2007). How young Japanese express their emotions visually in mobile phone messages: A

sociolinguistic analysis. *Journal of the Japan Association for Digital Humanities*. [https://www.academia.edu/20584296/How\\_Young\\_Japanese\\_Express\\_Their\\_Emotions\\_Visually\\_in\\_Mobile\\_Phone\\_Messages\\_A\\_Sociolinguistic\\_Analysis](https://www.academia.edu/20584296/How_Young_Japanese_Express_Their_Emotions_Visually_in_Mobile_Phone_Messages_A_Sociolinguistic_Analysis)

- Parera, J. D. (2004). *Teori semantik*. Erlangga.
- Sari, R. P. (2023). The formation of Japanese wakamono kotoba and Indonesian bahasa gaul. *Japanese Research on Linguistics, Literature, and Culture*, 5(2), 110–125. [https://www.researchgate.net/publication/362290772\\_The\\_Formation\\_of\\_Japanese\\_Wakamono\\_Kotoba\\_and\\_Indonesian\\_Bahasa\\_Gaul](https://www.researchgate.net/publication/362290772_The_Formation_of_Japanese_Wakamono_Kotoba_and_Indonesian_Bahasa_Gaul)
- Sudaryanto. (2015). *Metode dan aneka teknik analisis bahasa: Pengantar penelitian wahana kebudayaan secara linguistis*. Sanata Dharma University Press.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sutedi, A. (2011). *Dasar-dasar linguistik bahasa Jepang*. Humaniora.
- Takahashi, T. (2014). The language of social media. *Dalam The Language of Social Media* (hlm. 165–183). Palgrave Macmillan. [https://doi.org/10.1057/9781137029317\\_9](https://doi.org/10.1057/9781137029317_9)
- Verhaar, J. W. M. (2012). *Asas-asas linguistik umum*. Gadjah Mada University Press.
- Yamashita. (2022). Clipping and blending words in Japanese internet slang: Philosophical perspective. *Global Journal of Science and Research*. [https://www.researchgate.net/publication/385702624\\_Clipping\\_and\\_Blending\\_Words\\_in\\_Japanese\\_Internet\\_Slang\\_Philosophical\\_Perspective](https://www.researchgate.net/publication/385702624_Clipping_and_Blending_Words_in_Japanese_Internet_Slang_Philosophical_Perspective)