Lingua Rima: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Vol. 15 No. 3 November 2026
https://jurnal.umt.ac.id/index.php/lgrm

PEMBENTUKAN NEOLOGISME BAHASA INDONESIA PADA MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM*

Rai Bagus Tridai[1],Tri Pujiati[2]

Universitas Pamulang[1], Universitas Trunodjoyo Madura[2], Indonesia

Email: molikejora12@gmail.com
Received: 2026-10-19| Reviewed: 2026-10-26 | Accepted: 2026-11-20 | Published: 2026-11-26

ABSTRAK

Bahasa terus mengalami perubahan seiring dengan perkembangan masyarakat dan kebutuhan komunikasi penuturnya. Perubahan tersebut ditandai dengan munculnya kosakata baru (neologisme) yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, perubahan sosial budaya, globalisasi, kontak antarbahasa, dan media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk dan jenis neologisme bahasa Indonesia pada media sosial *Instagram* berdasarkan pendekatan linguistik struktural. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan korpus. Data pada penelitian berupa kosakata baru yang ditemukan dalam unggahan, komentar, dan keterangan (*caption*) Instagram selama tahun 2026. Pengumpulan data dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu pengumpulan, identifikasi, dan klasifikasi bentuk neologisme. Analisis data difokuskan pada proses pembentukan kata dengan menggunakan kajian morfologis dan semantik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan neologisme di Instagram mencerminkan kreativitas pengguna dalam membentuk dan menggunakan kosakata baru sebagai bagian dari perkembangan bahasa. Berdasarkan teori Yule, pembentukan neologisme ditemukan melalui enam proses, yaitu *coinage* (penciptaan kata), *borrowing* (peminjaman), *compounding* (pemajemukan), *clipping* (pemendekan), *backformation* (pembentukan balik), dan *acronyms* (akronim). Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial menjadi salah satu ruang produktif bagi perkembangan dan pembentukan kosakata bahasa Indonesia.

Kata Kunci :Linguistik Struktural, Instagram; Neologisne Bahasa; Media Sosial

ABSTRACT

Language continuously evolves in response to societal developments and the communicative needs of its speakers. This evolution is marked by the emergence of new vocabulary (neologisms), influenced by technological advancements, sociocultural changes, globalization, language contact, and social media. This study aims to describe the forms and types of Indonesian neologisms found on Instagram using a structural linguistic approach. This research employs a descriptive qualitative method with a corpus-based approach. The data consist of newly emerging vocabulary identified in Instagram posts, comments, and captions throughout 2026. Data collection involves several stages, including data gathering, identification, and classification of

neologisms. Data analysis focuses on word-formation processes through morphophonological, morphological, and semantic analyses. The findings indicate that the use of neologisms on Instagram reflects users' creativity in forming and employing new vocabulary as part of language development. Based on Yule's theory, neologisms are formed through six processes: coinage, borrowing, compounding, clipping, backformation, and acronyms. These findings suggest that social media serves as a productive platform for the development and formation of new Indonesian vocabulary.

Keywords: *Indonesian Neologisms;Instagram; Social Media; Structural Linguistics*

1. PENDAHULUAN

Penggunaan bahasa di media sosial sekarang ini mengalami kecenderungan untuk menuntun pengguna menggunakan bahasa yang sama. Hal ini berakibat pada munculnya gambaran bentuk identik bahasa ketika individu membuka media sosial. Selanjutnya, seseorang akan secara otomatis mengubah gaya berbahasanya ketika berada di dalam sebuah situasi di media sosial. Kondisi ini sejalan dengan pendapat (Munandar et al., 2025) menguraikan pada konteks komunikasi digital, beberapa generasi seperti generasi milenial, Z, dan alfa menunjukkan bentuk yang sama yaitu kecenderungan bahasa yang memiliki ciri informal, ringkas, dan ekspresif.

Muncul bentuk bahasa baru yang memang berasal dari situasi berbeda, yaitu bukan muncul dari tuntutan kosakata baru yang langsung terjadi. Selama ini (Kridalaksana, 2008) menguraikan bahwa neologisme adalah ungkapan baru yang memang sengaja dikembangkan untuk memperkaya dan memperbarui perbendaharaan kata suatu bahasa. Selanjutnya secara konsep, neologisme dapat dipahami sebagai kata atau ungkapan baru, atau makna baru dari kata yang telah ada, yang muncul untuk memenuhi kebutuhan komunikasi penuturnya (Wahyuningsih 2022).

Kemunculan neologisme dalam bahasa gaul menunjukkan kreativitas masyarakat Indonesia dalam menciptakan kosakata baru yang turut memperkaya khazanah bahasa Indonesia. Menurut (Budiman et al., 2024) bahasa gaul dapat diartikan sebagai sebuah bentuk komunikasi tidak resmi yang berkembang di komunitas tertentu, dan sering digunakan untuk menunjukkan kedekatan, rasa kebersamaan, serta identitas kelompok. Bahasa gaul menjadi alat komunikasi yang efektif dan menyenangkan di kalangan Gen Z karena keunikannya yang berasal dari penyimpangan tata bahasa formal. Sebagian besar kosakata dalam bahasa gaul tercipta dari proses terjemahan, singkatan, dan pelesetan (Syahri et al., 2024). Umumnya, bahasa gaul remaja bersifat

singkat, dinamis, dan penuh kreativitas. Fenomena ini banyak ditemukan di kalangan remaja yang aktif membentuk dan menggunakan istilah-istilah baru untuk mengungkapkan gagasan, perasaan, serta pemikiran mereka. Proses pemahaman pada saat membaca bahasa baru menjadi kegiatan psikologis yang kompleks. Triadi & Keni (2025) menjelaskan bahwa pada saat proses membaca hal baru pemahaman sangat identik sekali dengan kegiatan-kegiatan yang memperlihatkan pikiran seseorang dalam kegiatan psikologi masing-masingnya

Neologisme tersebut dapat muncul melalui proses pemendekan kata, penggabungan unsur bahasa, perubahan makna, maupun penyerapan istilah dari bahasa asing. Kreativitas berbahasa ini tidak terlepas dari pengaruh perkembangan teknologi, media sosial, dan interaksi antarkelompok masyarakat yang memungkinkan penyebaran istilah baru berlangsung dengan cepat.

Fenomena tersebut mencerminkan salah satu karakteristik bahasa, yaitu dinamis, yang memungkinkan bahasa terus mengalami perubahan seiring dengan perkembangan masyarakat sebagai penggunanya. Bahasa gaul tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga menjadi sarana untuk menunjukkan identitas kelompok, membangun kedekatan sosial, dan mengekspresikan kreativitas. Meskipun demikian, penggunaan neologisme dalam bahasa gaul perlu dipahami berdasarkan konteks komunikasi dan situasi penggunaannya. Dalam komunikasi informal, istilah-istilah tersebut dapat memperkaya variasi ekspresi bahasa, sedangkan dalam konteks sosial, penggunaan ragam kosakata baru berhubungan dengan komunitas sosial tempat satu individu berada. (Octawidyanata, 2016) Menjelaskan bahwa seorang individu akan meningkatkan dan ikut serta dalam status-status kelompok sosial tempat ia bernaung. Hal tersebut sejalan dengan pendapat (Mulawarman, & Nurfitri 2017) yang mendefinisikan media sosial terdiri dari dua kata: media sebagai alat komunikasi dan sosial sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Pernyataan ini menegaskan bahwa pada kenyataannya, media dan semua perangkat lunak merupakan “sosial” atau dalam makna bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial

Kemunculan istilah baru merupakan salah satu bentuk fenomena neologisme yang mencerminkan kreativitas masyarakat dalam mengembangkan kosakata dan makna bahasa. Salah satu contohnya adalah istilah *stecu* yang populer sejak awal 2025 melalui lagu berjudul *Stecu Stecu*. Lagu tersebut berasal dari Ternate, Maluku Utara, dan dipopulerkan oleh penyanyi muda Faris Adam. Istilah *stecu* merupakan akronim dari *setelan cuek* yang digunakan untuk

menggambarkan sikap seseorang yang terkesan dingin, santai, atau tidak menunjukkan respons emosional secara berlebihan. Seiring dengan penyebarannya melalui media sosial, istilah ini mengalami perkembangan penggunaan dan pemaknaan sesuai dengan konteks komunikasi masyarakat. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa popularitas suatu istilah tidak hanya dipengaruhi oleh bentuk kebahasaannya, tetapi juga oleh budaya populer dan interaksi sosial yang mendorong penyebarannya. Dalam penelitian ini, istilah *stecu* ditempatkan sebagai contoh fenomena neologisme yang bersifat umum, bukan sebagai data utama yang dianalisis. Istilah tersebut digunakan untuk memberikan gambaran awal mengenai kemunculan dan penyebaran kosakata baru di media sosial. Sitanggang (dalam Huwaida et al., 2025)menyatakan bahwa perkembangan teknologi digital dan globalisasi bahasa telah membawa interaksi, tetapi juga menjadi ruang produktif bagi pembentukan variasi bahasa baru yang mencerminkan kebutuhan komunikatif penuturnya.

Selain melalui lagu dan budaya populer, kemunculan neologisme juga dapat dipengaruhi oleh peristiwa sosial dan komunikasi publik. Salah satu contohnya adalah ungkapan pokoknya yang berasal dari pernyataan seorang pejabat negara dan kemudian digunakan secara luas dalam percakapan di media sosial. Dalam perkembangannya, ungkapan tersebut dapat digunakan untuk menyindir situasi ketika keberadaan sesuatu ditegaskan tanpa disertai penjelasan yang memadai. Perubahan fungsi dan pemaknaan ini memperlihatkan bahwa ungkapan yang semula muncul dalam konteks tertentu dapat memperoleh makna baru ketika digunakan kembali oleh masyarakat dalam konteks yang berbeda. Dengan demikian, fenomena neologisme tidak hanya berkaitan dengan penciptaan bentuk kata baru, tetapi juga mencakup perkembangan makna dan fungsi ungkapan yang dipengaruhi oleh konteks sosial, budaya, serta interaksi digital.

Pada penelitian ini, pembentukan neologisme akan dianalisis menggunakan teori Yule yang menjelaskan bahwa pembentukan kosakata (*word formation*) dapat berlangsung melalui beberapa proses, yaitu *coinage*, *borrowing*, *compounding*, *blending*, *clipping*, *backformation*, *conversion*, dan *acronyms*. Proses-proses tersebut memungkinkan terbentuknya kata baru melalui penciptaan bentuk leksikal, penggabungan unsur kata, pemendekan, peminjaman dari bahasa lain, maupun perubahan kategori gramatikal. Dalam kajian neologisme, konsep pembentukan kata ini dapat digunakan sebagai landasan untuk mengidentifikasi dan mengklasifikasikan kosakata baru yang muncul dalam komunikasi digital. Selain itu, pembentukan neologisme dalam bahasa Indonesia

juga dapat dikaji melalui perspektif morfologi yang dikemukakan oleh Kridalaksana. Perspektif tersebut membantu menjelaskan karakteristik pembentukan kata dengan mempertimbangkan struktur dan kaidah morfologis bahasa Indonesia. Selanjutnya, *compounding* dilakukan dengan menggabungkan dua kata atau lebih, sementara blending menggabungkan sebagian unsur dari beberapa kata. Adapun clipping merupakan pemendekan kata, backformation adalah pembentukan kata melalui penghilangan unsur yang dianggap sebagai afiks, conversion merupakan perubahan kategori gramatikal tanpa perubahan bentuk, dan *acronyms* adalah pembentukan akronim dari huruf awal atau bagian kata tertentu. Proses-proses tersebut menunjukkan bahwa neologisme dapat terbentuk melalui berbagai mekanisme kebahasaan sesuai dengan kebutuhan komunikasi masyarakat.

Dalam komunikasi digital, proses pembentukan neologisme berkembang seiring dengan kreativitas pengguna bahasa dan intensitas interaksi di media sosial. Proses ini mengakibatkan banyaknya bahasa gaul yang muncul. Pengguna dapat menciptakan istilah baru, meminjam kata dari bahasa lain, menggabungkan unsur kata, atau menggunakan bentuk singkat untuk menyampaikan pesan secara lebih praktis. Selain itu, perubahan kategori gramatikal juga dapat menghasilkan penggunaan kata yang berbeda dari fungsi sebelumnya. Meskipun demikian, tidak semua kata yang terbentuk melalui proses tersebut dapat dikategorikan sebagai neologisme. Kebaruan bentuk atau penggunaannya perlu diperhatikan untuk menentukan apakah suatu istilah dapat dikaji sebagai kosakata baru dalam konteks tertentu. Sari & Abidin (2024) menjelaskan bahwa penggunaan bahasa gaul berperan penting dalam pola komunikasi sirkuler, terutama di kalangan mahasiswa, di mana tindak tutur dan umpan balik membantu membangun identitas kelompok sosial serta tujuan individu.

Neologisme juga dapat muncul melalui perubahan makna kata yang telah ada, yang dikenal sebagai neologisme semantis. Perubahan tersebut dapat berupa perluasan, penyempitan, atau pergeseran makna, termasuk penggunaan metaforis yang berkembang dalam konteks komunikasi tertentu. Dalam media sosial, suatu kata atau ungkapan dapat memperoleh makna baru karena digunakan secara berulang oleh kelompok masyarakat tertentu. Oleh karena itu, kajian neologisme tidak hanya berfokus pada proses pembentukan kata, tetapi juga mempertimbangkan perubahan makna, konteks penggunaan, serta penerimaan istilah oleh masyarakat. Dengan menggabungkan

analisis bentuk dan makna, fenomena neologisme dalam komunikasi digital dapat dipahami secara lebih menyeluruh sebagai bagian dari dinamika perkembangan bahasa.

Proses pembentukan kosakata di media sosial umumnya berawal dari penggunaan kata cakapan atau kata nonbaku dalam komunikasi sehari-hari. Kosakata tersebut muncul sebagai bentuk kreativitas berbahasa masyarakat untuk mengekspresikan perasaan, menyampaikan pendapat, atau mengikuti tren yang berkembang. Selain itu, pembentukan kosakata juga dapat dipengaruhi oleh interferensi bahasa, yaitu masuknya unsur bahasa lain ke dalam penggunaan suatu bahasa akibat kontak antarbahasa. Fenomena ini dapat terlihat pada penggunaan kosakata bahasa asing, bahasa daerah, atau gabungan beberapa bahasa dalam komunikasi di media sosial. Penggunaan unsur bahasa lain tersebut dapat memunculkan bentuk kata atau ungkapan baru yang kemudian menyebar luas di kalangan pengguna.

Apabila kosakata yang berasal dari kontak antarbahasa digunakan secara luas dan terus-menerus, kosakata tersebut berpotensi mengalami integrasi bahasa, yaitu proses penyerapan unsur bahasa lain yang telah diterima dan disesuaikan dengan sistem bahasa penerima. Proses ini dapat terjadi melalui penyesuaian bentuk tulisan, pelafalan, atau makna sehingga unsur tersebut menjadi bagian dari kosakata bahasa Indonesia. Contohnya, kata *alay* berkembang dalam komunikasi informal dan tercatat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi ruang penyebaran dan perkembangan kosakata, baik melalui kreativitas penutur maupun kontak antarbahasa. Namun, tidak semua kata nonbaku atau unsur bahasa asing yang populer di media sosial akan menjadi kata baku karena proses integrasi dan pembakuan memerlukan pertimbangan kebahasaan tersendiri.

2. KAJIAN PUSTAKA (*LITERATURE REVIEW*)

Neologisme dalam Perkembangan Bahasa

Bahasa merupakan sistem yang dinamis dan terus mengalami perkembangan seiring dengan perubahan sosial, budaya, teknologi, serta kebutuhan komunikasi masyarakat. Salah satu wujud perkembangan tersebut adalah munculnya neologisme, yaitu kata atau ungkapan baru yang terbentuk untuk menamai konsep, menyampaikan gagasan, atau memenuhi kebutuhan ekspresi penutur. Neologisme tidak hanya berkaitan dengan penciptaan bentuk leksikal yang benar-benar baru, tetapi juga dapat berupa kata yang telah ada dan memperoleh makna baru dalam konteks

penggunaan tertentu. Dalam kajian bahasa Indonesia, (Satriani, 2021) mengidentifikasi neologisme di media sosial ke dalam kategori morfosemantis, morfologis, semantis, dan peminjaman. Temuan ini memperlihatkan bahwa perkembangan kosakata berlangsung melalui perubahan struktur kata maupun perubahan makna.

Dalam konteks komunikasi digital, kemunculan neologisme berkaitan erat dengan kebutuhan pengguna untuk menyampaikan pesan secara ringkas, ekspresif, dan sesuai dengan konteks interaksi. (Wahyuningsih, 2022), melalui kajian korpus terhadap istilah baru pada masa pandemi COVID-19 dalam bahasa Indonesia dan bahasa Korea, menunjukkan bahwa neologisme dapat dikaji berdasarkan kelompok makna dan konteks penggunaannya.

Media Sosial sebagai Ruang Pembentukan Neologisme

Media sosial merupakan ruang komunikasi digital yang memungkinkan pengguna memproduksi, menyebarkan, dan mengadaptasi bentuk-bentuk bahasa dalam waktu relatif singkat. Interaksi melalui unggahan, komentar, dan keterangan gambar (*caption*) menyediakan konteks bagi munculnya kosakata baru, termasuk istilah yang awalnya digunakan oleh kelompok tertentu kemudian menyebar kepada pengguna yang lebih luas. Penelitian Lubis & Bahri, (2022) menghasilkan temuan mengenai kata-kata cakapan pada media sosial berbahasa Indonesia, penelitian ini menemukan bahwa proses coinage menjadi salah satu bentuk yang dominan dalam data yang mereka analisis. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kreativitas pengguna berperan dalam membentuk istilah yang dianggap menarik dan sesuai dengan tren komunikasi digital. Penelitian Shahlee & Ahmad (2022) mengenai proses morfologis, neologisme di media sosial juga menunjukkan bahwa akronim merupakan salah satu proses pembentukan kata baru yang banyak digunakan dalam data penelitian mereka.

Berdasarkan kedua penelitian tersebut, dapat diketahui bahwa media sosial menjadi ruang yang produktif bagi pembentukan kosakata baru melalui berbagai proses kebahasaan, seperti *coinage* dan akronim. Meskipun demikian, kedua penelitian tersebut belum secara khusus mengkaji bentuk dan proses pembentukan neologisme dalam komunikasi pengguna Instagram. Padahal, Instagram memiliki karakteristik komunikasi tersendiri melalui unggahan, komentar, dan *caption* yang memungkinkan munculnya serta menyebarnya kosakata baru dalam berbagai konteks interaksi. Selain itu, diperlukan kajian yang tidak hanya mengidentifikasi proses pembentukan kata, tetapi juga mempertimbangkan aspek morfologis, morfofonologis, dan

semantis dalam memahami karakteristik neologisme. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini diarahkan untuk mengidentifikasi, mengklasifikasikan, dan mendeskripsikan bentuk serta proses pembentukan neologisme dalam penggunaan bahasa Indonesia di Instagram. Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus kajian terhadap neologisme berbahasa Indonesia di Instagram dengan menghubungkan proses pembentukan kata dan karakteristik kebahasaan istilah yang ditemukan dalam data penelitian.

Proses Pembentukan Kata dan Neologisme

Pembentukan kata (*word formation*) merupakan landasan penting untuk mengidentifikasi mekanisme terbentuknya neologisme. (Yule, 2019) menjelaskan sejumlah proses pembentukan kata dalam bahasa, antara lain *coinage, borrowing, compounding*, *blending*, *clipping*, *backformation*, *conversion*, dan *acronyms*. *Coinage* merujuk pada penciptaan kata baru; *borrowing* merupakan peminjaman unsur dari bahasa lain; compounding menggabungkan dua kata atau lebih; *blending* menggabungkan bagian dari dua kata atau lebih; clipping memendekkan kata; *backformation* membentuk kata melalui penghilangan unsur yang dianggap sebagai afiks; *conversion* mengubah kategori gramatikal tanpa mengubah bentuk; sedangkan *acronyms* membentuk kata dari huruf atau bagian kata tertentu.

Berkaitan dengan uraian tersebut, Chaer (2008), menguraikan proses morfologis merupakan proses pembentukan kata dari satuan bentuk dasar melalui mekanisme tertentu sehingga menghasilkan bentuk kata baru. Proses tersebut dapat berupa afiksasi, reduplikasi, komposisi, dan proses pembentukan lainnya. Sementara itu, Sitorismi (2025) menemukan bahwa neologisme menjadi salah satu bentuk slang yang banyak ditemukan dalam takarir Instagram yang ditelitinya.

Kerangka tersebut relevan untuk mengklasifikasikan neologisme yang ditemukan dalam unggahan Instagram. (Lubis & Bahri 2022) menggunakan klasifikasi proses pembentukan kata untuk mengkaji kosakata cakapan dalam keterangan media sosial. Kedua penelitian tersebut mendukung penggunaan analisis pembentukan kata untuk menguraikan pola kreativitas leksikal pengguna media sosial. Meski demikian, satu istilah dapat memperlihatkan lebih dari satu proses pembentukan, sehingga klasifikasi perlu didasarkan pada karakteristik data dan kriteria analisis yang ditetapkan secara konsisten. Simpen (2015) menyatakan proses pembentukan kata secara

internal yang lazim terjadi dalam bahasa Indonesia mencakup: afiksasi, reduplikasi, pemajemukan, pemendekan, dan derivasi balik.

Pendekatan Linguistik Struktural dan Morfofonologi

Pendekatan linguistik struktural memandang bahasa sebagai suatu sistem yang unsur-unsurnya saling berhubungan dan dapat dianalisis berdasarkan pola serta distribusinya. Dalam penelitian neologisme, pendekatan ini digunakan untuk mengidentifikasi struktur kata, hubungan antarkomponen pembentuk kata, dan perubahan bentuk yang muncul dalam penggunaan bahasa. Analisis struktural memungkinkan peneliti mengelompokkan data berdasarkan ciri kebahasaan yang dapat diamati, sehingga proses pembentukan istilah baru dapat dijelaskan secara sistematis. Analisis morfofonologi dapat melengkapi pendekatan tersebut karena pembentukan kosakata baru terkadang melibatkan perubahan struktur morfologis sekaligus penyesuaian bunyi. (Nazman, et al., 2023) dalam penelitian mengenai inovasi leksikal pada unggahan Twitter berbahasa Melayu, menemukan bahwa pemendekan kata dan penyesuaian fonologis berperan dalam pembentukan kosakata di media sosial. Meskipun objek penelitian mereka berbeda dari bahasa Indonesia dan platform yang digunakan bukan Instagram, hasil tersebut menunjukkan bahwa perubahan bentuk tulisan dapat dianalisis dengan mempertimbangkan keterkaitan antara proses pembentukan kata dan aspek fonologis. Oleh sebab itu, dalam penelitian ini, analisis morfofonologis digunakan untuk mengidentifikasi perubahan bentuk bunyi dan struktur kata pada neologisme yang ditemukan, sedangkan klasifikasi proses pembentukan kata digunakan untuk menjelaskan mekanisme terbentuknya istilah tersebut

3. METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menggambarkan bentuk dan proses pembentukan neologisme bahasa Indonesia yang ditemukan pada media sosial Instagram selama tahun 2026. Pendekatan kualitatif dipilih karena data penelitian berupa kata dan istilah yang perlu dianalisis berdasarkan bentuk, proses pembentukan, serta konteks penggunaannya. Penelitian ini tidak bertujuan menguji hipotesis, melainkan mendeskripsikan fenomena kemunculan istilah baru dalam komunikasi digital. (Moleong, 2009) metode ini digunakan untuk mendeskripsikan dan memahami fenomena bahasa berdasarkan data berupa kata, ungkapan, atau tuturan yang ditemukan dalam konteks penggunaannya

Data penelitian berupa kata atau istilah yang dikriteriakan sebagai neologisme, seperti akronim, singkatan, pemendekan, gabungan kata, kata serapan, serta kata yang mengalami perkembangan makna. Sumber data berasal dari konten akun publik Instagram yang menggunakan bahasa Indonesia, meliputi caption, komentar, unggahan, Instagram Story, dan Reels yang dipublikasikan selama tahun 2026. Data dipilih berdasarkan kesesuaiannya dengan fokus penelitian, yaitu kemunculan dan pembentukan istilah baru dalam bahasa gaul di media sosial. Data yang berbentuk istilah tidak hanya terdiri dari satu kata, sangat mungkin data berbentuk kata majemuk, frasa atau mungkin sebuah klausa. Daftar kata kunci dan tagar yang benar-benar digunakan adalah yang memang bentuk kosakata baru berdasarkan masifnya penggunaan di media sosial atau baru masuk menjadi bentuk bahasa Indonesia di KBBI.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi nonpartisipatif, dokumentasi, dan teknik catat. Peneliti mengamati konten Instagram tanpa terlibat langsung dalam interaksi yang berlangsung. Kata atau istilah yang relevan kemudian didokumentasikan melalui tangkapan layar (screenshot) dan dicatat bersama informasi mengenai konteks penggunaan serta sumber kontennya. Data yang terkumpul selanjutnya diseleksi dan dikelompokkan berdasarkan bentuk serta proses pembentukannya agar memudahkan analisis. Proses ini dilaksanakan selama tiga bulan, yaitu mulai Juli hingga September 2026. Rentang waktu tersebut ditetapkan sebagai periode pengamatan dan pengumpulan konten Instagram yang relevan dengan fokus penelitian. Data yang ditemukan selama periode pengamatan selanjutnya diseleksi berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan untuk memperoleh data yang sesuai pola pengambilan data linguistik korpus Egbert, Larsson & Biber (2020) menekankan pentingnya perancangan korpus, penentuan satuan pengamatan, pemilihan data, serta interpretasi pola kebahasaan.

Analisis data menggunakan model interaktif (Miles et al., 2014), yang meliputi tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Pada tahap reduksi, data diseleksi dan diklasifikasikan berdasarkan bentuk serta proses pembentukan neologisme. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk tabel dan uraian deskriptif yang memuat istilah, konteks penggunaan, proses pembentukan, dan maknanya. Proses pembentukan istilah tersebut merujuk pada teori Yule tentang kriteria proses pembentukan sebuah kata. Tahap terakhir dilakukan dengan menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis serta memeriksa kembali kesesuaian data, konteks, dan teori yang digunakan. Dalam keseluruhan proses tersebut, peneliti

bertindak sebagai instrumen utama untuk mengumpulkan, mengklasifikasikan, dan menganalisis data sehingga hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

HASIL

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang dilakukan peneliti, diperoleh sebanyak 26 data. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan pengamatan pada postingan dan kolom komentar. Istilah yang diketahui merupakan sebuah bentukan baru dianalisis dengan mencari keterkaitan makna berdasarkan konteksnya. Selain itu, peneliti juga menganalisis proses pembentukannya. Adapun uraian data sebagai berikut.

Tabel 1. *Data Penelitian*

No data	Data	Konteks
D01	Minus aura	Kondisi ketika seseorang melakukan hal bodoh dan mempermalukan diri sendiri.
D02	Orang *have*	Istilah orang *have* digunakan untuk menggambarkan seseorang yang dianggap kaya, biasanya karena memiliki barang-barang mahal atau bermerek (branded). Istilah ini juga sering digunakan sebagai sindiran terhadap seseorang yang menunjukkan kekayaannya melalui barang-barang yang dimiliki.
D03	bhapp	Istilah ini digunakan untuk menunjukkan rasa setuju atau sepakat atau dapat berbentuk reaksi antusias ketika terdapat sebuah tarawan
D04	Pokoknya ada	Istilah pokoknya berasal dari pernyataan seorang pejabat negara ketika menjelaskan sumber dana penyelenggaraan suatu acara. Istilah ini kemudian digunakan oleh pengguna *Instagram* sebagai ungkapan sindiran untuk merujuk pada sesuatu yang bersifat rahasia atau tidak dijelaskan secara terperinci.
D05	Jujur janggal	Istilah jujur janggal merupakan salah satu ungkapan bahasa gaul yang digunakan oleh kalangan muda di media sosial untuk mengomentari situasi yang dianggap bertentangan, tidak lazim, atau absurd, tetapi tetap berkaitan dengan pengalaman sehari-hari.
D06	Orang aring	orang aring merupakan plesetan dari orang bingung. Istilah ini digunakan untuk menggambarkan seseorang yang mengalami kebingungan, keraguan, atau kesulitan dalam menentukan tindakan ketika menghadapi situasi tertentu.
D07	Di luar Nurul	Istilah di luar Nurul merupakan plesetan dari frasa di luar nalar yang digunakan di media sosial untuk menggambarkan sesuatu yang dianggap aneh, tidak masuk akal, atau tidak biasa. Istilah ini umumnya digunakan untuk mengekspresikan rasa heran atau takjub terhadap suatu keadaan dengan nuansa humor.
D08	Menyala abangku	Istilah ini berbentuk frasa yang digunakan untuk menyampaikan pujian, dukungan, apresiasi, atau kekaguman terhadap pencapaian, tindakan, maupun penampilan seseorang.

D09	Atur seberengsek mungkin	Frasa atur seberengsek mungkin merupakan ungkapan informal yang digunakan untuk menggambarkan situasi yang kacau, tidak teratur, atau dilakukan tanpa memedulikan aturan. Namun, dalam konteks tertentu, ungkapan ini juga digunakan sebagai sindiran atau peringatan agar seseorang tidak bertindak secara berlebihan atau melampaui batas.
D10	SDM rendah	Istilah SDM rendah (sumber daya manusia rendah) memiliki konteks di media sosial sebagai bentuk kritik atau sindiran terhadap seseorang yang dianggap kurang beretika atau menunjukkan perilaku yang tidak sesuai dengan norma sosial. Istilah ini biasanya muncul pada unggahan yang memperlihatkan perilaku negatif, seperti membuang sampah sembarangan, menyerobot antrean, atau merusak fasilitas umum.
D11	Plot Twist	Istilah plot twist digunakan untuk menggambarkan kejadian yang tidak terduga dan berbeda dari perkiraan awal. Di media sosial, istilah ini sering digunakan dalam cerita pengalaman pribadi, meme, atau candaan untuk menunjukkan perubahan situasi yang mengejutkan. Selain itu, plot twist juga digunakan ketika muncul fakta baru dalam suatu peristiwa viral yang mengubah pandangan masyarakat terhadap peristiwa tersebut.
D12	konoha	Istilah Konoha digunakan oleh pengguna Instagram sebagai nama samaran untuk merujuk pada Indonesia. Istilah ini biasanya digunakan sebagai bentuk sindiran atau satire ketika menyampaikan kritik terhadap pemerintah, tokoh publik, atau lembaga tertentu. Penggunaan istilah tersebut juga menjadi cara bagi masyarakat untuk menyampaikan kritik secara tidak langsung melalui media sosial.
D13	gemoy	Istilah gemoy di media sosial Instagram populer sebagai julukan bagi Prabowo Subianto. Istilah ini tidak hanya digunakan untuk menggambarkan kesan lucu atau menggemaskan, tetapi juga sebagai bentuk sindiran terhadap citra dan gaya komunikasi politiknya. Makna istilah ini bergantung pada konteks penggunaannya, baik sebagai pujian maupun kritik.
D14	Wakanda	Istilah ini di Instagram digunakan sebagai nama samaran untuk menyebut Indonesia. Istilah ini biasanya dipakai oleh pengguna Instagram untuk menyindir atau mengkritik kondisi sosial dan politik di Indonesia secara tidak langsung, dengan gaya humor atau sarkasme.
D15	FYP	FYP merupakan akronim dari *For You Page*, yaitu halaman rekomendasi konten yang muncul sesuai dengan minat pengguna. Di dalam penggunaanya, istilah FYP di Instagram biasanya digunakan untuk menyebut konten yang diharapkan muncul di halaman rekomendasi agar dapat dilihat oleh lebih banyak orang.
D16	First bang	Istilah *first bang* di Instagram biasanya digunakan oleh pengguna Instagram untuk menyebut atau menandai seseorang yang memberikan komentar paling awal pada sebuah unggahan. Istilah ini menunjukkan bahwa seseorang menjadi komentator pertama sebagai bentuk respons cepat terhadap konten yang dipublikasikan.
D17	OOTD	OOTD merupakan akronim dari Outfit of the Day, yaitu pakaian yang dikenakan seseorang pada hari tersebut. Di Instagram, istilah OOTD biasanya digunakan untuk mengunggah foto atau video yang menampilkan pakaian dan gaya berpakaian seseorang.
D18	YGY (Ya Ga Ya)	Istilah YGY merupakan singkatan dari "Ya, Ga Ya" yang digunakan pengguna Instagram untuk meminta persetujuan atau penegasan dari followersnya terhadap suatu pernyataan yang dibuat.

D19	Meditasi Horizontal	Meditasi horizontal merupakan istilah pengganti kata rebahan agar terdengar lebih eksklusif dan intelektual. Istilah ini memberi kesan bahwa rebahan bukan sekadar bermalas-malasan, melainkan juga kegiatan untuk beristirahat, memulihkan energi, dan menenangkan pikiran.
D20	Inner Circle	Istilah *Inner Circle* di Instagram digunakan oleh pengguna untuk menandai lingkaran pertemanan terdekat atau kelompok orang yang dipercaya oleh seseorang. Istilah ini biasanya digunakan untuk menandai teman dekat yang dapat mengakses *story* atau informasi pribadi yang dibagikan secara terbatas.
D21	Vibe	Istilah "vibe" di Instagram digunakan untuk menggambarkan suasana, perasaan, atau kesan yang muncul dari seseorang, tempat, maupun konten.
D22	Cringe	Istilah *cringe* di Instagram digunakan untuk menggambarkan sesuatu yang dianggap memalukan atau membuat seseorang tidak nyaman saat melihatnya. Istilah ini digunakan oleh pengguna Instagram untuk menanggapi perilaku, ucapan, atau konten yang dianggap berlebihan.
D23	Cegil	Istilah ini merupakan singkatan dari cewek gila yang digunakan oleh para pengguna Instagram untuk menyebut perempuan yang bertingkah unik, spontan, atau berlebihan.
D24	Delulu	Istilah ini merupakan singkatan dari *delusional* yang digunakan oleh pengguna Instagram untuk menggambarkan seseorang yang memiliki harapan atau khayalan yang berlebihan.
D25	Rizz	Istilah ini di Instagram digunakan oleh para pengguna untuk menggambarkan kemampuan seseorang dalam menarik perhatian atau memikat orang lain.
D26	Fakboy	Istilah ini di Instagram digunakan untuk menyebut laki-laki yang suka mempermainkan perasaan perempuan, terutama dalam hubungan percintaan, dan biasanya tidak serius dalam menjalin hubungan.

4. DISKUSI

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti melanjutkan analisis terhadap bentuk bahasa yang mengalami proses *coinage*, *borrowing*, *compounding, clipping*, *backformation, conversion,* dan *acronyms.* Adapun uraiannya sebagai berikut:

Pembentukan Neologisme Berdasarkan Konsep *Coinage*

Coinage menurut (Yule, 2019) merupakan proses pembentukan kata baru yang sebelumnya belum dikenal atau belum digunakan secara umum dalam suatu bahasa. Berdasarkan konsep tersebut, peneliti mengidentifikasi data D03 (*bhapp*), D12 (*Konoha*), D13 (*gemoy*), D14 (*Wakanda*), dan D25 (*rizz*) sebagai istilah yang menunjukkan kreativitas pengguna Instagram dalam membentuk atau menggunakan kosakata dengan makna tertentu dalam komunikasi digital. Meskipun demikian, setiap istilah perlu dianalisis berdasarkan asal-usul dan proses pembentukannya agar pengelompokan data sesuai dengan konsep pembentukan kata menurut Yule.

Istilah *rizz* berkaitan dengan kata *charisma*, yang berarti daya tarik atau kemampuan memikat orang lain. Hubungan tersebut menunjukkan bahwa *rizz* bukan sepenuhnya kata yang diciptakan tanpa dasar kata sebelumnya. Istilah ini lebih tepat dianalisis sebagai bentuk slang yang mengalami perubahan bentuk dari kata *charisma*, sehingga tidak dapat langsung dikategorikan sebagai *coinage*. Sementara itu, istilah *bhapp* digunakan untuk menunjukkan persetujuan atau respons antusias terhadap suatu tawaran maupun pernyataan. Namun, asal-usul dan proses pembentukannya belum dapat dipastikan berdasarkan konteks penggunaan saja. Oleh karena itu, diperlukan informasi lebih lanjut untuk menentukan apakah istilah tersebut termasuk *coinage* atau proses pembentukan kata lainnya.

Istilah *Konoha* dan *Wakanda* berasal dari nama tempat fiktif yang telah dikenal melalui karya budaya populer. Dalam komunikasi digital di Indonesia, kedua istilah tersebut mengalami pergeseran penggunaan menjadi nama samaran untuk merujuk pada Indonesia, khususnya dalam konteks sindiran sosial dan politik. Dengan demikian, keduanya lebih tepat dianalisis sebagai penggunaan nama yang memperoleh makna kontekstual baru daripada sebagai *coinage* dalam pengertian pembentukan kata baru. Adapun istilah *gemoy* digunakan sebagai ungkapan yang menggambarkan sesuatu yang dianggap menggemaskan dan juga populer sebagai julukan bagi Presiden Prabowo Subianto.

Pembentukan Neologisme Berdasarkan Konsep *Borrowing*

Borrowing menurut Yule merupakan proses pembentukan kata dengan cara meminjam kata dari bahasa lain untuk digunakan dalam suatu bahasa. Pada uraian data, proses ini terlihat pada data 11, 20, 21, dan 22, yaitu istilah *plot twist, inner circle, vibe*, dan *cringe.* Keempat istilah tersebut termasuk bentuk *borrowing* karena berasal dari bahasa Inggris dan digunakan oleh warganet dalam komunikasi di media sosial Instagram.

Istilah *plot twist* digunakan untuk menggambarkan perubahan atau kejadian yang tidak terduga dalam suatu cerita maupun situasi. Istilah *inner circle* merujuk pada kelompok orang terdekat yang memiliki hubungan akrab atau kepercayaan khusus. Sementara itu, *vibe* digunakan untuk menggambarkan suasana, kesan, atau energi yang dirasakan dari seseorang maupun suatu keadaan. Adapun *cringe* digunakan untuk menggambarkan perasaan malu, canggung, atau tidak nyaman ketika melihat perilaku atau tindakan tertentu. Dalam bahasa Inggris, *to cringe* memiliki

makna merasa malu, canggung, atau tidak nyaman ketika melihat atau mengalami sesuatu yang dianggap memalukan atau janggal.

Penggunaan keempat istilah tersebut menunjukkan bahwa pengguna *Instagram* menggunakan kosakata bahasa Inggris untuk menyampaikan makna yang dianggap sesuai dengan konteks komunikasi digital. Makna istilah-istilah tersebut secara umum masih berkaitan dengan maknanya dalam bahasa asal. Dengan demikian, berdasarkan teori Yule, keempat istilah tersebut dapat dikategorikan sebagai b*orrowing* karena kosakata bahasa Inggris digunakan dalam komunikasi di *Instagram* tanpa perubahan bentuk yang signifikan.

Pembentukan Neologisme Berdasarkan Konsep *Compounding*

Compounding atau compound words merupakan proses pembentukan kata melalui penggabungan dua kata atau lebih sehingga menghasilkan bentuk dengan makna tertentu. Makna yang dihasilkan dapat berkaitan dengan makna unsur-unsur pembentuknya atau membentuk makna baru yang berbeda dari makna masing-masing unsur tersebut. Hasil proses membaca pemahaman sangat identik sekali dengan kegiatan-kegiatan yang memperlihatkan pikiran seseorang dalam kegiatan psikologi masing-masingnya

Berdasarkan konsep tersebut, istilah yang menunjukkan proses compounding ditemukan pada data D01, D02, D07, D16, D19, dan D26, yaitu minus aura, orang have, di luar Nurul, *first bang, meditasi horizontal*, dan *fakboy*. Istilah-istilah tersebut menunjukkan penggunaan gabungan unsur bahasa untuk membentuk ungkapan yang memiliki makna tertentu dalam komunikasi di *Instagram*. Istilah *first* bang terdiri atas kata *first* yang berarti ‘pertama’ dan bang yang merupakan sapaan informal. Sementara itu, minus aura menggabungkan kata minus dan aura untuk menggambarkan seseorang yang dianggap kehilangan daya tarik atau menunjukkan perilaku yang memalukan. Adapun orang *have* merupakan gabungan kata orang dalam bahasa Indonesia dan *have* dalam bahasa Inggris yang digunakan untuk menggambarkan seseorang yang dianggap kaya atau memiliki barang-barang bermerek. Ketiga istilah tersebut menunjukkan penggunaan unsur leksikal yang berbeda untuk membentuk ungkapan dengan makna khusus dalam konteks komunikasi digital.

Selanjutnya, istilah di luar Nurul merupakan permainan bahasa yang menyerupai ungkapan di luar nalar. Istilah ini digunakan untuk menggambarkan sesuatu yang dianggap tidak masuk akal dengan nuansa humor. Sementara itu, meditasi horizontal merupakan gabungan kata meditasi dan

horizontal yang digunakan sebagai ungkapan humor untuk menyebut aktivitas rebahan. Istilah ini memberikan kesan seolah-olah kegiatan beristirahat tersebut merupakan aktivitas yang lebih formal atau intelektual. Adapun istilah *fakboy* dapat dianalisis melalui dua unsur pembentuknya, yaitu fak dan boy. Unsur *fak* merupakan bentuk penulisan tidak baku yang merujuk pada kata bahasa Inggris *fuck,* sedangkan *boy* berarti 'laki-laki'. Dalam penggunaannya di I*nstagram*, f*akboy* merujuk pada laki-laki yang dianggap suka mempermainkan perasaan perempuan dan tidak serius dalam menjalin hubungan.

Secara keseluruhan, istilah-istilah tersebut menunjukkan kreativitas pengguna *Instagram* dalam memanfaatkan penggabungan unsur bahasa, pencampuran bahasa, dan permainan kata untuk menghasilkan ungkapan yang menarik serta memiliki makna khusus. Namun, pengategorian setiap istilah sebagai compounding perlu mempertimbangkan proses pembentukannya. Misalnya, di *luar Nurul* lebih menonjolkan permainan bunyi dan perubahan ungkapan, sedangkan *fakboy* perlu dikaji berdasarkan bentuk asal dan proses penggabungan unsurnya agar klasifikasinya sesuai dengan konsep compounding menurut Yule.

Pembentukan Neologisme Berdasarkan Konsep *Clipping*

Clipping menurut Yule merupakan proses pembentukan kata dengan memendekkan kata yang lebih panjang melalui penghilangan sebagian bentuk kata asalnya tanpa menghilangkan hubungan maknanya. Dalam komunikasi di media sosial Instagram, proses ini menghasilkan istilah yang lebih ringkas dan mudah digunakan. Berdasarkan 26 data neologisme yang dianalisis, data D24 delulu dapat dikategorikan sebagai bentuk istilah dari proses clipping. Istilah ini berasal dari kata bahasa Inggris, yaitu *delusional*, yang berarti memiliki keyakinan atau anggapan yang tidak sesuai dengan kenyataan. Di *Instagram*, delulu digunakan untuk menggambarkan seseorang yang memiliki harapan atau angan-angan berlebihan, terutama dalam konteks percintaan dan kehidupan sehari-hari.

Perubahan delusional menjadi delulu menunjukkan pemendekan sekaligus perubahan bentuk kata. Meskipun lebih ringkas dan memiliki ciri khas bahasa gaul, proses pembentukannya tidak sekadar menghilangkan sebagian kata asal. Oleh karena itu, delulu dapat dipandang sebagai bentuk slang yang berkaitan dengan pemendekan kata, tetapi pengategorian sebagai clipping perlu dilakukan secara hati-hati berdasarkan konsep Yule. Data ini menunjukkan kreativitas pengguna Instagram dalam mengembangkan kosakata yang sesuai dengan karakter komunikasi digital.

Pembentukan Neologisme Berdasarkan Konsep *backformation*

Backformation menurut Yule adalah proses pembentukan kata baru dengan menghilangkan bagian dari kata yang sudah ada, biasanya bagian yang dianggap sebagai afiks (imbuhan). Proses ini umumnya menghasilkan kata baru yang memiliki kelas kata berbeda dari kata asalnya. Berdasarkan 26 data yang telah dianalisis, data D25 (rizz) memiliki hubungan dengan kata *charisma,* yang berarti daya tarik atau kemampuan memikat orang lain, perubahan *charisma* menjadi *rizz* dapat dikategorikan sebagai *backformation*.

Pembentukan Neologisme Berdasarkan Konsep *Acronyms*

Acronyms menurut Yule merupakan proses pembentukan kata melalui penggabungan huruf-huruf awal dari beberapa kata yang membentuk istilah baru. Istilah yang dihasilkan dapat dilafalkan sebagai sebuah kata. Berdasarkan konsep tersebut, data neologisme yang termasuk kategori ini adalah D15 (FYP), D17 (OOTD), dan D18 (YGY). Istilah FYP merupakan singkatan dari *For You Page*, sedangkan OOTD merupakan singkatan dari *Outfit of the Day*, dan YGY digunakan sebagai singkatan dari ungkapan *Ya, Ga Ya* dalam komunikasi di media sosial Instagram.

Penggunaan istilah tersebut menunjukkan bahwa pengguna *Instagram* cenderung memilih bentuk bahasa yang singkat dan praktis untuk mempermudah komunikasi digital. Hal ini berkaitan dengan karakteristik media sosial yang memungkinkan pengguna berkomunikasi secara cepat, ringkas, dan spontan. Penggunaan singkatan juga membantu pengguna menyampaikan pesan dengan lebih efisien tanpa harus menuliskan ungkapan secara lengkap. Selain itu, singkatan seperti FYP, OOTD, dan YGY dapat menjadi bagian dari kebiasaan berbahasa yang berkembang di kalangan pengguna media sosial sehingga mudah dikenali dan digunakan dalam berbagai konteks komunikasi. Dengan demikian, pembentukan istilah melalui singkatan mencerminkan kreativitas pengguna dalam menyesuaikan penggunaan bahasa dengan kebutuhan komunikasi digital yang mengutamakan kecepatan dan kepraktisan.

5. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis terhadap 26 data, dapat disimpulkan bahwa penggunaan neologisme di *Instagram* merupakan bentuk perkembangan kosakata yang menunjukkan

kreativitas pengguna dalam membentuk dan menggunakan istilah baru. Pembentukan neologisme tersebut dianalisis berdasarkan teori Yule yang mencakup enam proses, yaitu *coinage, borrowing, compounding, clipping, backformation,* dan *acronyms.* Keenam proses tersebut memiliki karakteristik yang berbeda, seperti penciptaan istilah baru, peminjaman kata dari bahasa lain, penggabungan kata, pemendekan kata, dan pembentukan akronim. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa neologisme tidak hanya berkaitan dengan pembentukan kata, tetapi juga dengan perkembangan penggunaan bahasa dalam komunikasi digital.

Penggunaan neologisme di *Instagram* juga dipengaruhi oleh karakteristik komunikasi digital yang mengutamakan kecepatan, kepraktisan, dan kreativitas dalam menyampaikan pesan. Oleh karena itu, pengguna cenderung memilih istilah yang singkat, mudah dipahami, dan sesuai dengan konteks komunikasi. Selain itu, penggunaan bahasa gaul, pencampuran bahasa Indonesia dan bahasa Inggris, serta permainan kata menunjukkan bahwa neologisme memiliki beragam fungsi dalam komunikasi. Istilah-istilah tersebut dapat digunakan untuk menyampaikan humor, sindiran, perasaan, maupun penilaian terhadap suatu keadaan. Makna beberapa istilah juga berkembang mengikuti tren, budaya populer, dan situasi sosial di masyarakat. Dengan demikian, neologisme di *Instagram* mencerminkan hubungan antara kreativitas berbahasa dan dinamika kehidupan sosial penggunanya.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji neologisme dengan cakupan data yang lebih luas, baik dari segi jumlah istilah, platform media sosial, maupun periode pengumpulan data. Peneliti berikutnya juga dapat membandingkan penggunaan neologisme di *Instagram* dengan platform lain, seperti *TikTok, X*, dan *YouTube*, untuk mengetahui persamaan dan perbedaan proses pembentukan kata di setiap platform. Selain itu, penelitian dapat diarahkan pada perkembangan makna, fungsi sosial, serta faktor-faktor yang memengaruhi kemunculan dan penyebaran neologisme. Penelusuran asal-usul kata dan analisis konteks penggunaannya juga perlu dilakukan secara mendalam agar proses pembentukan kata dapat diklasifikasikan secara lebih tepat berdasarkan teori yang digunakan. Melalui kajian tersebut, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih luas mengenai perkembangan kosakata dan kreativitas berbahasa dalam komunikasi digital.

DEKLARASI PENGGUNAAN KECERDASAN BUATAN

Penulis menyatakan bahwa dalam proses penyusunan naskah ini, ChatGPT digunakan untuk membantu merangkum temuan literatur awal dan menyunting tata bahasa. Setelah menggunakan alat tersebut, penulis meninjau, menyunting, dan memverifikasi seluruh konten secara menyeluruh untuk memastikan ketepatan dan kesesuaiannya. Penulis bertanggung jawab penuh atas seluruh isi, keakuratan informasi, dan keabsahan naskah yang disusun.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Pamulang atas dukungan pendanaan yang diberikan sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik. Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam kelancaran pelaksanaan penelitian ini.

DEKLARASI KONFLIK KEPENTINGAN

Penulis menyatakan bahwa tidak terdapat konflik kepentingan, baik secara finansial, personal, maupun profesional, yang dapat memengaruhi pelaksanaan penelitian, proses penulisan, maupun publikasi naskah ini.

DAFTAR PUSTAKA

Budiman, B., Panggabean, A., & Rahma, A. (2024). Pengaruh perkembangan ragam bahasa terhadap perkembangan kognitif anak di era 4.0. El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat, *4*(2), 615–622. https://doi.org/10.47467/elmujtama.v4i2.3921

Chaer, A. (2008). *Morfologi Bahasa Indonesia (Pendekatan Proses).* Rineka Cipta.

Egbert, J., Larsson, T., & Biber, D. (2020). *Doing Linguistics with a Corpus: Methodological Considerations for the Everyday User*. https://doi.org/10.1017/9781108888790

Huwaida, M. A., Melasarianti, L. M., & Riyanton, M. (2025). Fenomena neologisme jenis borrowing dalam konten TikTok tahun 2025. *Jurnal Basataka (JBT), 8*(2), 1857–1867. https://doi.org/10.36277/basataka.v8i2.1169

Kridalaksana, H. (2008). *Pembentukan Kata Dalam Bahasa Indonesia*. Gramedia Pustaka Utama.

Lubis, F. K., & Bahri, S. (2022). Colloquial Words in Indonesian Social Media. *Randwick International of Social Science Journal, 3*(2):291–299. https://doi.org/10.47175/rissj.v3i2.436

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook (3rd Ed.)*. SAGE Publications

Moleong, L. J. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi revisi).* PT Remaja Rosdakarya.

Mulawarman, & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial Beserta Implikasinya Ditinjau Dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi 25*(1):36–44. https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.22759

Munandar, A., Fadli, B. M., & Yani, M. (2025). Penggunaan bahasa Indonesia pada generasi milenial di media sosial: Sebuah kajian sosiolinguistik. *BAHTRA: Jurnal Pendidikan*

Bahasa dan Sastra, 6(1), 21–28. https://doi.org/10.56842/bahtra.v6i1.629

Nazman, N. N., Ting, S. H., & Chuah, K. M. (2023). Lexical innovation processes of youth netspeak on Malay Twitter posts. *GEMA Online® Journal of Language Studies, 23*(1), 40–59. https://doi.org/10.17576/gema-2023-2301-03

Octawidyanata, M. R. (2016). *Teori Identitas Sosial Dalam Dinamika Kelompok.* Pustaka Pelajar.

Sari, O. V., & Abidin, S. (2024). 'Konstruksi Bentuk-Bentuk Komunikasi dan Identitas Diri Konten Kreator Dio Prayogi pada Media Sosial TikTok Dalam Dunia Virtual'. *Scientia Journal 6*(2), 1-9. https://doi.org/10.33884/scientiajournal.v6i2.8377

Satriani, S. (2021). Neologisme Dalam Media Sosial: Kajian Morfosemantik. *Jurnal Ilmu Budaya 9*(1) 177–184. https://doi.org/10.34050/jib.v9i1.12631

Shahlee, S., & Ahmad, S. (2022). Morphological Processes of Social Media Neologisms. *Development in Language Studies 2*(1):19–29.

Simpen, I. W. (2015). Dinamika Pembentukan Kata Bahasa Indonesia. *RETORIKA: Jurnal Ilmu Bahasa 1*(2):319–330. https://doi.org/ 10.22225/jr.1.2.2015.319-330

Sitorismi, A. A. (2025). Bahasa Slang Dalam Media Sosial: Studi Kasus Pada Takarir Unggahan Akun Instagram @gojekindonesia'. *Mimesis* 6(1). https://doi.org/110.12928/mms.v6i1.11979

Syahri, F. N., Putri, R. T., Sihite, L. M., & Siallagan, L. (2024). Penggunaan bahasa gaul (slang) dalam bahasa Indonesia yang dipengaruhi oleh bahasa Inggris. *MESIR: Journal of Management Education Social Sciences Information and Religion 1*(2):211–217. https://doi.org/10.57235/mesir.vli2.2909

Triadi, R. B., & Pradianti, K. (2025). *Psikolinguistik*. UNPAM PRESS.

Wahyuningsih, S. (2022). Istilah baru era pandemi covid-19 di bahasa Indonesia dan bahasa Korea: Kajian Neologisme Pendekatan Linguistik Korpus. *JLA (Jurnal Lingua Applicata) 5*(2). https://doi.org/110.22146/jla.70955.

Yule, G. (2019). *The Study of Language (7th Ed.)*. Cambridge University Press.