

ANALISIS SEMANTIK: DAMPAK BAHASA EMOSIONAL DI MEDIA SOSIAL TERHADAP PERSEPSI GEN Z

Delta O. Silitonga

Universitas Jambi

email: deltaoktarin@gmail.com

Abstract

This study examines the semantic analysis of emotional language used on social media and its impact on user perception. This topic was chosen because of the importance of social media as a primary communication platform where emotional expressions shape interactions and influence public opinion. Using a qualitative descriptive approach, data were collected from posts and comments on Instagram that display emotional language through words, emoticons, and figurative meanings. Semantic analysis and coding methods were used to identify and categorize the meanings contained in emotional language. The results of the study show positive and negative impacts: emotional language strengthens interpersonal relationships and user engagement, but also has the potential to cause misunderstandings and conflicts due to ambiguous or excessive expressions. In conclusion, emotional language greatly influences user perceptions and responses to issues on social media, so that its use is needed more wisely and ethically. These findings provide important insights for social media users and linguistic researchers in understanding the dynamics of online communication.

Keywords: *Semantic analysis, Emotional language, Social media, Perception, Gen Z*

Abstrak

Penelitian ini mengkaji analisis semantik terhadap bahasa emosional yang digunakan di media sosial dan dampaknya terhadap persepsi pengguna. Topik ini dipilih karena pentingnya media sosial sebagai platform komunikasi utama di mana ekspresi emosional membentuk interaksi dan memengaruhi opini publik. Dengan pendekatan deskriptif kualitatif, data dikumpulkan dari postingan dan komentar di Instagram yang menampilkan bahasa emosional melalui kata-kata, emotikon, dan makna kiasan. Analisis semantik dan metode coding digunakan untuk mengidentifikasi serta mengelompokkan makna yang terkandung dalam bahasa emosional. Hasil penelitian menunjukkan dampak positif dan negatif: bahasa emosional memperkuat hubungan interpersonal dan keterlibatan pengguna, namun juga berpotensi menimbulkan kesalahpahaman dan konflik akibat ekspresi yang ambigu atau berlebihan. Kesimpulannya, bahasa emosional sangat memengaruhi persepsi dan respons pengguna terhadap isu-isu di media sosial, sehingga diperlukan penggunaan yang lebih bijak dan etis. Temuan ini memberikan wawasan penting bagi pengguna media sosial dan peneliti linguistik dalam memahami dinamika komunikasi daring.

Kata Kunci: Analisis semantik, Bahasa emosional, Media sosial, Persepsi, Gen Z

I. PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial, terutama Instagram, telah mengubah pola komunikasi masyarakat, termasuk Gen Z, yang merupakan pengguna aktif media sosial. Instagram memungkinkan penyampaian pesan dengan bahasa emosional yang kaya, mencakup kata-kata, emotikon, dan ekspresi kiasan yang memengaruhi interaksi sosial dan opini publik. Bahasa emosional ini berperan sebagai medium ekspresi identitas dan emosi yang dipengaruhi oleh konteks sosial dan budaya pengguna. Dalam perspektif sosiolinguistik modern, Sophia Rahmawati (2023) menekankan bahwa bahasa di media sosial berfungsi sebagai medium

ekspresi identitas dan emosi yang dipengaruhi oleh konteks sosial dan budaya pengguna, di mana tindak tutur ekspresif menjadi kunci dalam memahami bagaimana pesan kampanye pemerintah diterima secara emosional dan kognitif. Pendekatan ini sejalan dengan teori pragmatik yang memandang tindak tutur ekspresif sebagai manifestasi langsung sikap pembicara terhadap suatu keadaan atau peristiwa.

Arsanti dan Setiana (2023) mengungkapkan bahwa media sosial telah membuka peluang aksesibilitas bahasa Indonesia yang lebih luas, sekaligus melahirkan variasi bahasa baru yang dinamis dan beragam, termasuk bahasa gaul dan campuran bahasa daerah yang digunakan dalam interaksi di platform seperti Instagram. Oppusunggu et al. (2024) menambahkan bahwa media sosial menciptakan pergeseran makna kata dalam Bahasa Indonesia, yang menunjukkan fleksibilitas semantik dan adaptasi bahasa terhadap konteks

digital yang terus berkembang. Dari perspektif komunikasi digital, Tagliamonte (2016) menegaskan bahwa media sosial berfungsi sebagai ruang interaktif yang memungkinkan pembentukan dan penyebaran istilah baru secara cepat, sehingga memengaruhi cara masyarakat berkomunikasi dan mengekspresikan diri secara lebih informal dan kreatif. Fenomena ini juga didukung oleh temuan Dinova et al. (2024) yang menunjukkan bahwa bahasa gaul di media sosial menjadi penanda identitas kelompok sosial tertentu, yang memperkaya dinamika interaksi sosial di dunia maya.

Lebih jauh, teori psikologi sosial tentang ekspresi emosional dan interaksi digital juga relevan dalam konteks ini. Konsep emotional contagion yang dikemukakan oleh Ferrara dan Yang menjelaskan bagaimana emosi yang diekspresikan dalam media sosial dapat menular dan memengaruhi keadaan emosional pengguna lain secara tidak sadar, sehingga memperkuat pentingnya analisis tindak tutur ekspresif dalam memahami respons masyarakat terhadap kampanye pemerintah di Instagram. Dengan mengintegrasikan teori sosiolinguistik dan pragmatik modern dari Rahmawati (2023), temuan empiris terkait perkembangan bahasa media sosial dari Arsanti & Setiana (2023) dan Oppusunggu et al. (2024), serta konsep komunikasi digital dan psikologi sosial dari Tagliamonte (2016) dan Ferrara & Yang, penelitian ini bertujuan memberikan pemahaman komprehensif tentang peran media sosial, khususnya Instagram, sebagai medium kampanye pemerintah yang efektif dan responsif terhadap dinamika bahasa dan ekspresi masyarakat digital. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dasar pengembangan strategi komunikasi publik yang lebih adaptif dan berorientasi pada interaksi sosial yang konstruktif di era digital. Artikel yang telah disusun membahas secara komprehensif peran bahasa emosional di media sosial, khususnya Instagram, dalam membentuk persepsi dan respons Gen Z. Namun, terdapat beberapa aspek yang dapat diperluas untuk memperkaya analisis dan memperdalam pemahaman, di antaranya: ragam bahasa slang, pengaruh psikologis dan sosial, dinamika komunikasi lintas platform, serta tantangan etika dan literasi digital.

II. METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa pencatatan komentar dan unggahan dari media sosial Instagram. Data dianalisis menggunakan teknik agih dengan metode lesap untuk mengelompokkan dan mengklasifikasikan kalimat emosional berdasarkan satuan lingual yang menandai emosi

tertentu. Selain itu, analisis semantik dan teknik analisis isi juga digunakan untuk menginterpretasi makna dan pola emosi yang muncul dalam data teks, sehingga menghasilkan deskripsi yang mendalam mengenai ekspresi bahasa emosional di media sosial. Pendekatan ini memungkinkan pemahaman yang komprehensif terhadap penggunaan bahasa emosional dalam konteks media sosial secara kualitatif.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

1. Ragam Bahasa Emosional Gen Z di Media Sosial

Berdasarkan hasil analisis data dari postingan dan komentar Instagram, ditemukan bahwa Gen Z sangat adaptif dalam memanfaatkan berbagai bentuk bahasa emosional. Bahasa emosional yang digunakan tidak hanya berupa kata-kata ekspresif seperti “senang”, “bangga”, “kecewa”, atau “marah”, tetapi juga melibatkan emotikon, simbol, meme, serta bahasa gaul dan kiasan yang berkembang sangat dinamis di ruang digital. Penggunaan emoji dan emotikon menjadi salah satu ciri khas utama komunikasi Gen Z di media sosial. Emoji tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap, tetapi sering kali menggantikan kata-kata untuk mengekspresikan perasaan atau sikap secara instan. Misalnya, emoji , , atau dapat menyampaikan persetujuan, tawa, atau kesedihan tanpa perlu penjelasan verbal. Selain itu, meme dan stiker juga digunakan untuk menambah nuansa humor atau sindiran dalam percakapan daring. Bahasa gaul yang digunakan Gen Z juga sangat kontekstual dan sering kali bersifat sementara (trending). Istilah seperti “gabut”, “healing”, atau “ghosting” menjadi bagian dari percakapan sehari-hari di media sosial dan menandai identitas kelompok serta solidaritas sosial di antara pengguna. Pergeseran makna kata dan penciptaan istilah baru ini menunjukkan fleksibilitas semantik bahasa Indonesia di era digital. Dari data lain yang dikumpulkan, ditemukan berbagai bentuk bahasa emosional yang digunakan oleh Gen Z di Instagram, meliputi:

1. Penggunaan kata-kata positif seperti "senang", "bangga", "dukung" yang memperkuat keterlibatan dan solidaritas sosial.
2. Penggunaan kata-kata negatif seperti "kecewa", "marah", "benci" yang sering muncul dalam konteks kritik atau konflik.
3. Emotikon dan simbol yang memperkuat ekspresi emosional dan makna tersirat.
4. Bahasa gaul dan kiasan yang memperkaya komunikasi dan menandai identitas kelompok.

2. Dampak Bahasa Emosional terhadap Persepsi dan Relasi Sosial

Bahasa emosional di media sosial berperan penting dalam membentuk persepsi Gen Z terhadap isu-isu sosial, politik, dan budaya. Ekspresi positif seperti dukungan, apresiasi, dan motivasi memperkuat keterlibatan sosial dan membangun solidaritas di antara pengguna. Sebaliknya, ekspresi negatif seperti sindiran, sarkasme, atau ujaran kebencian dapat memicu konflik, kesalahpahaman, dan polarisasi kelompok.

Fenomena emotional contagion (penularan emosi) sangat nyata di media sosial. Emosi yang diekspresikan dalam sebuah unggahan atau komentar dapat dengan cepat menyebar dan memengaruhi suasana hati serta respons emosional pengguna lain. Hal ini terjadi karena interaksi di media sosial berlangsung secara real-time dan melibatkan banyak partisipan dalam satu waktu. Di sisi lain, penggunaan bahasa emosional yang ambigu atau berlebihan sering kali

menimbulkan interpretasi yang berbeda-beda. Misalnya, penggunaan emoji tertentu bisa dianggap bercanda oleh sebagian orang, namun bisa juga dianggap meremehkan oleh pihak lain, tergantung pada konteks dan hubungan antar pengguna. Hal ini memperbesar potensi terjadinya konflik atau ketegangan di ruang digital.

3. Pengaruh Psikologis Bahasa Emosional di Media Sosial

Penggunaan bahasa emosional yang intens di media sosial berdampak langsung pada kondisi psikologis Gen Z. Studi menunjukkan bahwa paparan konten emosional, baik positif maupun negatif, dapat memengaruhi suasana hati, tingkat stres, dan kesehatan mental pengguna. Gen Z yang sangat aktif di media sosial cenderung mengalami tekanan emosional akibat ekspektasi sosial, pencarian validasi, dan fenomena FOMO (Fear of Missing Out).

FOMO muncul ketika individu merasa tertinggal dari aktivitas atau tren yang sedang berlangsung di media sosial, sehingga mereka terdorong untuk terus memantau dan berpartisipasi dalam percakapan daring. Hal ini dapat menimbulkan kecemasan, stres, dan bahkan depresi, terutama jika mereka merasa tidak mampu memenuhi standar atau citra ideal yang ditampilkan oleh pengguna lain. Selain itu, pencarian validasi melalui jumlah “like”, komentar, atau pengikut juga menjadi sumber tekanan tersendiri. Gen Z sering kali mengaitkan nilai diri mereka dengan respons yang diterima di media sosial, sehingga kegagalan mendapatkan validasi dapat memicu perasaan rendah diri atau tidak berharga. Paparan berita negatif atau konten traumatis juga memperburuk kondisi psikologis, terutama jika diikuti dengan kebiasaan doomscrolling (mengonsumsi berita buruk secara terus menerus).

4. Perubahan Pola Hubungan dan Identitas Sosial

Media sosial telah mengubah cara Gen Z membangun dan memaknai hubungan sosial. Interaksi yang sebelumnya bersifat langsung dan emosional kini bergeser menjadi lebih digital dan terukur secara kuantitatif (jumlah pengikut, likes, dan komentar). Hubungan sosial di media sosial sering kali dipersepsikan berdasarkan seberapa aktif seseorang berinteraksi di platform tersebut, bukan dari kualitas hubungan yang sebenarnya. Hal ini berimplikasi pada munculnya konflik identitas, di mana Gen Z merasa harus mempertahankan citra digital yang konsisten dengan harapan sosial. Tekanan untuk tampil sempurna dan selalu positif di media sosial dapat menciptakan stres berkelanjutan, terutama jika citra digital yang ditampilkan tidak sesuai dengan diri mereka yang sebenarnya. Konflik identitas ini menjadi salah satu sumber stres yang signifikan di kalangan remaja dan dewasa muda.

5. Adaptasi Bahasa dan Dinamika Komunikasi

Gen Z menunjukkan kemampuan adaptasi bahasa yang tinggi dalam menghadapi perubahan teknologi dan tren komunikasi digital. Mereka tidak hanya menciptakan istilah baru, tetapi juga mengadopsi gaya bahasa afirmatif, pengulangan, aliterasi, dan perangkat retorik untuk memperkuat pesan yang ingin disampaikan. Perpaduan antara bahasa gaul, emoji, meme, dan kode switching (perpindahan bahasa) memperkaya ekspresi diri dan memperkuat identitas kolektif Gen Z di media sosial. Gaya komunikasi yang dinamis ini juga memungkinkan Gen Z untuk menyesuaikan diri dengan berbagai konteks dan audiens, baik dalam interaksi personal maupun publik. Namun, fleksibilitas ini juga menuntut literasi digital yang tinggi agar mereka

mampu memahami dan mengelola potensi risiko komunikasi daring, seperti cyberbullying, misinformasi, dan penyebaran ujaran kebencian.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa bahasa emosional di media sosial berperan sangat sentral dalam membentuk persepsi, relasi sosial, dan identitas Gen Z. Bahasa emosional memperkuat keterlibatan sosial, namun juga berpotensi menimbulkan konflik dan tekanan psikologis jika tidak digunakan secara bijak. Oleh karena itu, diperlukan edukasi literasi digital dan pengembangan strategi komunikasi yang adaptif agar Gen Z mampu memanfaatkan media sosial secara sehat, produktif, dan etis.

B. Pembahasan

Peran Sentral Bahasa Emosional di Media Sosial bagi Gen Z: Implikasi, Tantangan, dan Relevansi terhadap Bahasa Indonesia

1. Bahasa Emosional sebagai Penanda Identitas dan Relasi Sosial Gen Z

Bahasa emosional di media sosial telah menjadi medium utama bagi Gen Z dalam mengekspresikan perasaan, membangun relasi sosial, hingga membentuk identitas diri. Di platform seperti Instagram, TikTok, dan X (Twitter), Gen Z menggunakan kata-kata, emotikon, meme, hingga bahasa gaul untuk menegaskan sikap dan emosi. Penggunaan istilah seperti “healing”, “overthinking”, atau “gabut” tidak hanya memperkaya kosakata, tetapi juga menjadi cerminan kesadaran mereka terhadap isu kesehatan mental, hubungan sosial, dan pencarian jati diri. Bahasa gaul dan istilah unik yang berkembang di media sosial juga berfungsi sebagai penanda identitas kelompok. Gen Z sering kali menciptakan dan menggunakan istilah baru yang hanya dipahami oleh sesama anggota kelompoknya, sehingga memperkuat rasa kebersamaan dan eksklusivitas. Namun, fenomena ini juga membawa konsekuensi terhadap perkembangan bahasa Indonesia, di mana standar penggunaan bahasa yang baku mulai tergerus oleh tren bahasa gaul dan campur kode.

2. Pengaruh Bahasa Emosional terhadap Persepsi dan Dinamika Sosial

Bahasa emosional di media sosial sangat memengaruhi persepsi Gen Z terhadap isu-isu sosial dan politik. Ekspresi positif seperti dukungan, motivasi, dan apresiasi mampu memperkuat solidaritas dan keterlibatan sosial. Sebaliknya, ekspresi negatif, sindiran, atau ujaran kebencian dapat memicu konflik, kesalahpahaman, hingga polarisasi di antara pengguna. Fenomena emotional contagion—di mana emosi menyebar secara tidak sadar di antara pengguna—menjadi nyata di media sosial. Satu unggahan bernada emosional dapat memicu respons emosional serupa dari banyak pengguna lain, memperkuat atau bahkan memperluas dampak emosional tersebut di komunitas digital. Dalam konteks Indonesia, campur kode antara bahasa Indonesia, Inggris, dan bahasa daerah juga memperkaya nuansa ekspresi emosional, namun sekaligus menantang upaya menjaga konsistensi dan kejelasan pesan.

3. Implikasi Psikologis: Antara Keterlibatan Sosial dan Tekanan Mental

Bahasa emosional yang digunakan secara intensif di media sosial membawa dampak psikologis yang signifikan bagi Gen Z. Di satu sisi, ekspresi emosional yang terbuka dapat

memperkuat rasa keterhubungan, mengurangi isolasi, dan membangun komunitas yang suportif. Namun, di sisi lain, tekanan untuk selalu tampil positif, pencarian validasi melalui “like” dan komentar, serta paparan konten negatif dapat memicu kecemasan, stres, bahkan depresi. Fenomena FOMO (Fear of Missing Out) juga sering dialami Gen Z akibat ekspektasi sosial yang tinggi di media sosial. Mereka merasa harus selalu mengikuti tren, merespons pesan, dan menjaga citra diri di ruang digital. Jika tidak mampu memenuhi standar tersebut, mereka rentan mengalami penurunan harga diri dan tekanan psikologis.

4. Bahasa Indonesia di Era Digital: Tantangan dan Peluang

Media sosial telah mendorong terjadinya pergeseran makna kata, penciptaan istilah baru, serta munculnya variasi bahasa yang sangat dinamis dalam bahasa Indonesia. Bahasa gaul, singkatan, dan campur kode kini menjadi bagian tak terpisahkan dari komunikasi sehari-hari Gen Z. Di satu sisi, hal ini menunjukkan fleksibilitas dan adaptasi bahasa Indonesia terhadap perkembangan zaman. Di sisi lain, jika tidak diimbangi dengan edukasi yang tepat, fenomena ini dapat menggerus standar kebahasaan yang baku dan memperlemah identitas bahasa Indonesia. Penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar mulai tergeser oleh tren bahasa gaul dan istilah asing. Di lingkungan pendidikan, kecenderungan Gen Z untuk menggunakan bahasa gaul bahkan dapat menghambat kemampuan mereka dalam menulis dan berbicara secara formal. Namun, di sisi lain, kreativitas bahasa yang berkembang di media sosial juga dapat menjadi sumber inspirasi bagi pengembangan kosakata dan gaya bahasa baru yang lebih inklusif dan relevan dengan kebutuhan zaman.

5. Literasi Digital dan Strategi Komunikasi Adaptif

Dinamika bahasa emosional di media sosial menuntut Gen Z untuk memiliki literasi digital yang tinggi. Literasi digital tidak hanya mencakup kemampuan teknis menggunakan perangkat dan aplikasi, tetapi juga pemahaman kritis terhadap pesan, konteks, dan dampak komunikasi digital. Dengan literasi digital yang baik, Gen Z dapat memilah informasi, mengelola emosi, serta menggunakan bahasa secara bijak dan etis di ruang digital.

Strategi komunikasi adaptif sangat diperlukan agar Gen Z mampu menyesuaikan gaya bahasa dengan konteks, audiens, dan tujuan komunikasi. Hal ini mencakup kemampuan untuk membedakan penggunaan bahasa formal dan informal, memahami makna kiasan dan simbol, serta menghindari ekspresi yang berpotensi menimbulkan konflik atau kesalahpahaman. Edukasi literasi digital harus menjadi bagian dari kurikulum pendidikan, agar Gen Z tidak hanya menjadi pengguna aktif media sosial, tetapi juga komunikator yang cerdas, kritis, dan bertanggung jawab.

6. Rekomendasi: Menjaga Keseimbangan antara Ekspresi Diri dan Etika Berbahasa

Berdasarkan temuan dan analisis di atas, beberapa rekomendasi penting dapat diajukan:

1. Penguatan Literasi Digital: Pendidikan literasi digital harus ditekankan sejak dini, baik di sekolah maupun di lingkungan keluarga. Gen Z perlu dibekali kemampuan untuk memahami, mengelola, dan mengekspresikan emosi secara sehat di media sosial.
2. Pengembangan Kurikulum Bahasa Indonesia: Kurikulum bahasa Indonesia perlu

menyesuaikan dengan perkembangan zaman, tanpa mengorbankan kaidah dan standar kebahasaan yang baku. Penggunaan bahasa gaul dan istilah asing dapat diakomodasi sebagai bagian dari dinamika bahasa, namun tetap harus diimbangi dengan pemahaman terhadap bahasa Indonesia yang baik dan benar.

3. Peningkatan Kesadaran Etika Digital: Gen Z harus didorong untuk selalu mempertimbangkan etika dalam berkomunikasi di media sosial. Penggunaan bahasa emosional harus diarahkan untuk membangun relasi yang positif, menghindari ujaran kebencian, dan mencegah penyebaran hoaks atau informasi yang menyesatkan.
4. Pemberdayaan Komunitas Digital: Komunitas digital dapat menjadi agen perubahan dalam membangun budaya komunikasi yang sehat dan produktif. Melalui kampanye, diskusi, dan kolaborasi, Gen Z dapat saling mendukung dalam mengembangkan gaya komunikasi yang adaptif, inklusif, dan bertanggung jawab.

Secara keseluruhan, bahasa emosional di media sosial memegang peran sentral dalam membentuk persepsi, relasi sosial, dan identitas Gen Z. Bahasa ini memperkuat keterlibatan sosial dan ekspresi diri, namun juga membawa tantangan berupa potensi konflik, tekanan psikologis, dan pergeseran standar kebahasaan. Dalam konteks bahasa Indonesia, fenomena ini menjadi cerminan dinamika budaya digital yang terus berkembang. Oleh karena itu, edukasi literasi digital dan strategi komunikasi adaptif sangat penting agar Gen Z mampu memanfaatkan media sosial secara sehat, produktif, dan etis—sekaligus menjaga eksistensi bahasa Indonesia sebagai identitas nasional di era globalisasi.

IV. SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa bahasa emosional di media sosial Instagram memiliki dampak signifikan terhadap persepsi dan respons Gen Z. Bahasa emosional memperkuat keterlibatan sosial dan identitas kelompok, namun juga berpotensi menimbulkan konflik akibat ambiguitas dan ekspresi berlebihan. Oleh karena itu, penggunaan bahasa emosional yang bijak dan etis sangat diperlukan untuk menjaga komunikasi yang sehat di media sosial. Kontribusi penelitian ini terletak pada pemahaman mendalam tentang peran bahasa emosional dalam komunikasi digital, yang dapat menjadi dasar pengembangan strategi komunikasi publik dan edukasi literasi digital bagi Gen Z.

DAFTAR RUJUKAN

- Arsanti, N., & Setiana, R. (2023). Media sosial dan variasi bahasa Indonesia. *Jurnal Bahasa dan Komunikasi Digital*, 12(2), 45-60.
- Dinova, A., Pratama, D., & Sari, M. (2024). Bahasa gaul sebagai penanda identitas sosial di media sosial. *Jurnal Sociolinguistik Indonesia*, 9(1), 21-34.
- Oppusunggu, J., Lestari, P., & Wulandari, S. (2024). Pergeseran makna kata dalam Bahasa Indonesia di era digital. *Jurnal Bahasa dan Budaya*, 15(1), 55-68.
- Rahmawati, S. (2023). Bahasa sebagai ekspresi identitas dan emosi di media sosial. *Jurnal Linguistik dan Komunikasi*, 7(3), 112-124.
- Tasyarasita, N., Sari, D. P., & Putri, A. (2023). Ragam Bahasa Slang oleh Remaja Gen Z pada Media Sosial TikTok. *Translation and Linguistics (Transling)*, 3(2), 98-109.
- Tagliamonte, S. (2016). *Teen talk: The language of adolescents*. Cambridge: Cambridge

University Press.

Ferrara, E., & Yang, Z. Emotional contagion in social media. *Buletin Ilmiah Ilmu Komputer Dan Multimedia (BIIKMA)*. (2024). Implementasi metode NLP dalam analisis semantik dan emosi di media sosial. *BIIKMA*, 8(1), 77-89.

Jurnal Pendidikan Tambusai. (2024). Analisis dampak metode penelitian terhadap hasil penelitian.

The Columnist. (2024). Pengaruh Media Sosial terhadap Perkembangan Gaya Bahasa Gen Z. Diakses dari <https://thecolumnist.id/read/2024/01/15/pengaruh-media-sosial-terhadap-perkembangan-gaya-bahasa-gen-z>.

Super Radio. (2023). Media Sosial, Dampak Terhadap Komunikasi dan Emosi Generasi Muda. Diakses dari <https://superradio.id/media-sosial-dampak-terhadap-komunikasi-dan-emosi-generasi-muda>.

