

**PEMAKNAAN ISTILAH BAHASA KORPORAT OLEH GENERASI Z
MELALUI KONTEN PARODI TIKTOK @LUTFI_AFANSYAH**

SONIA EMILIA PUTRI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana Generasi Z memaknai istilah bahasa korporat yang direpresentasikan dalam konten parodi TikTok @lutfi_afansyah. Penelitian ini menggunakan Teori Interaksi Simbolik yang memandang bahwa makna terbentuk melalui proses interaksi sosial. Istilah bahasa korporat merupakan berbagai ungkapan yang umum digunakan dalam komunikasi di lingkungan kerja dan kini banyak ditampilkan dalam konten parodi di media sosial. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan lima informan Generasi Z dan satu informan ahli, serta didukung data sekunder berupa transkripsi sinjar Raditya Dika yang memuat pernyataan Lutfi Afansyah sebagai pembuat konten. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dengan dukungan triangulasi sumber dan *member checking*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z memaknai istilah bahasa korporat sebagai simbol profesionalitas, penanda identitas profesional, serta sarana menjaga kesopanan dan membangun kedekatan dalam komunikasi kerja. Pemaknaan tersebut terbentuk melalui paparan media sosial, pengalaman pendidikan, magang, dunia kerja, dan interaksi dengan orang lain. Selain sebagai hiburan, konten parodi TikTok @lutfi_afansyah juga dimaknai sebagai media yang membantu Generasi Z mengenali, memahami, dan menginterpretasikan penggunaan istilah bahasa korporat dalam komunikasi profesional.

Kata kunci: Istilah Bahasa Korporat, Generasi Z, Interaksi Simbolik

GENERATION Z'S INTERPRETATION OF CORPORATE JARGON THROUGH TIKTOK PARODY CONTENT BY @LUTFI_AFANSYAH

SONIA EMILIA PUTRI

ABSTRACT

This study aims to examine how Generation Z interprets corporate jargon through the parody content of the TikTok account @lutfi_afansyah. The study employs Symbolic Interaction Theory, which views meaning as something constructed through social interaction. Corporate jargon refers to expressions commonly used in workplace communication and has increasingly been represented through parody content on social media. This research adopted a descriptive qualitative method with a case study approach. Primary data were collected through in-depth interviews with five Generation Z informants and one expert informant, supported by secondary data in the form of a transcript from a podcast hosted by Raditya Dika featuring statements from Lutfi Afansyah as the content creator. Data were analyzed through data reduction, data display, and conclusion drawing, with source triangulation and member checking employed to ensure data trustworthiness. The findings indicate that Generation Z interprets corporate jargon as a symbol of professionalism, a marker of professional identity, and a means of maintaining politeness and building rapport in workplace communication. These meanings are shaped through exposure to social media, educational experiences, internships, work experience, and social interactions. Beyond serving as entertainment, the parody content on TikTok @lutfi_afansyah is also interpreted as a medium that helps Generation Z recognize, understand, and interpret the use of corporate jargon in professional communication.

Keywords: Corporate Jargon, Generation Z, Symbolic Interaction