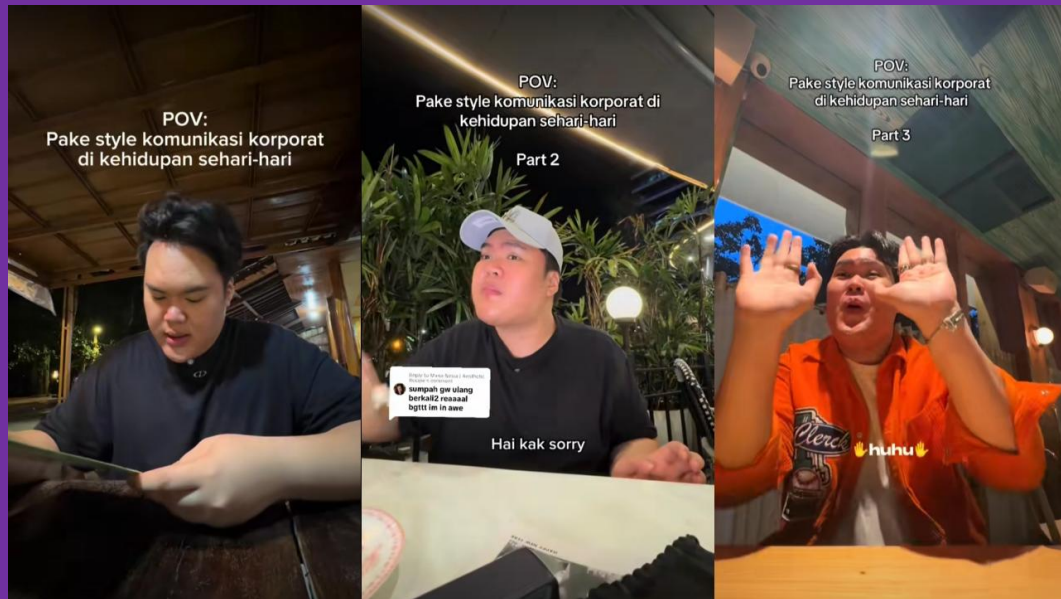




Sumber: Tangkapan layar konten parodi TikTok @lutfi_afansyah

Judul Tugas Akhir Skripsi:

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

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Sonia Emilia Putri

NIM : 2210411138



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIK UNIVERSITAS PEMBANGUNAN
NASIONAL VETERAN JAKARTA

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Sonia Emilia Putri

NIM : 2210411138

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 30 Juni 2026

Yang menyatakan,



Sonia Emilia Putri

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sonia Emilia Putri
NIM : 2210411138
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

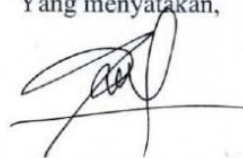
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

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

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,
Pada tanggal : 5 Agustus 2026
Yang menyatakan,



Sonia Emilia Putri

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : SONIA EMILIA PUTRI
NIM : 2210411138
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI
JUDUL : PEMAKNAAAN ISTILAH BAHASA KORPORAT OLEH
GENERASI Z MELALUI KONTEN PARODI TIKTOK
@LUTFI_AFANSYAH

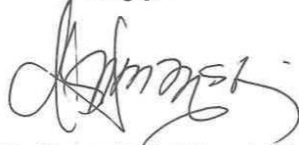
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



Luqman Hakim, M.Hum

Penguji 1



Dr. Kusumajanti, S.Sos., M.Si.

Penguji 2



Ratu Laura Mulia B. P., S.Psi. M.Sc

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Uljanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di: Jakarta
Tanggal Ujian: 24 Juli 2026

**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

KATA PENGANTAR

Di balik skripsi ini, terdapat perjalanan panjang yang dipenuhi dengan proses belajar, keraguan, doa, dan harapan yang akhirnya dapat dilalui atas izin, rahmat, dan pertolongan Allah Swt. Dengan penuh rasa syukur, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pemaknaan Istilah Bahasa Korporat oleh Generasi Z melalui Konten Parodi TikTok @lutfi_afansyah” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan sampai pada tahap ini tanpa doa, dukungan, bimbingan, serta bantuan dari banyak pihak. Setiap bentuk perhatian, sekecil apa pun, memiliki arti yang besar dalam perjalanan penyelesaian penelitian ini. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis menyampaikan apresiasi kepada:

1. Bapak Dr. S. Bakti Istiyanto, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
2. Ibu Uljanatunnisa, S.Sos., MA selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
3. Mas Luqman Hakim, M.Hum selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan dengan penuh kesabaran. Terima kasih atas setiap diskusi, masukan, dan kepercayaan yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
4. Ibu Dr. Kusumajanti, S.Sos., M.M., M.Si selaku Dosen Penguji I dan Kak Ratu Laura Mulia B. P. S.Psi. M.Sc selaku Dosen Penguji II yang telah berkenan meluangkan waktu untuk menguji serta memberikan kritik, saran, dan masukan yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta yang telah memberikan ilmu, bantuan, serta dukungan kepada penulis selama menempuh perkuliahan.
6. Seluruh informan penelitian serta Mbak Lailatus Sholihah, S.Hum., M.Hum. selaku informan ahli yang telah bersedia meluangkan waktu, berbagi pengalaman, serta memberikan informasi dan perspektif yang sangat berarti bagi kelancaran dan penyelesaian penelitian ini.
7. Bunda dan Ayah, yang tidak pernah berhenti mendoakan, mendukung, dan percaya kepada penulis dalam setiap proses yang dilalui. Terima kasih atas kasih sayang, pengorbanan, serta segala bentuk dukungan yang selalu menjadi kekuatan bagi penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Sabrina, Nazwa, Azzahra, Dhea, Wulan, Chika, Nick, dan Akmal yang telah menjadi bagian dari perjalanan penulis selama masa perkuliahan. Terima kasih telah hadir dengan cara masing-masing dan menjadikan setiap proses terasa lebih bermakna.
9. Dekotil (Amanda, Anisa, Rahma, Raissa, Ramanda, dan Yasmin), yang telah menjadi sahabat penulis sejak bangku Sekolah Menengah Pertama hingga hari ini. Terima kasih karena selalu memilih untuk tetap hadir, saling menguatkan, dan memberikan dukungan dalam setiap fase kehidupan yang penulis lalui.

10. Amaliyah yang telah menjadi sahabat penulis sejak Sekolah Menengah Atas. Terima kasih karena selalu hadir melalui doa, perhatian, dan dukungan meskipun dari jarak jauh.
11. Keluarga Besar Tim Protokol FISIP UPN Veteran Jakarta periode 2025, khususnya Kirana, Salsa, dan Shalu, yang telah mewarnai perjalanan perkuliahan penulis dengan begitu banyak pengalaman, pembelajaran, kebersamaan, dan cerita yang akan selalu dikenang.
12. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan doa, dukungan, bantuan, serta kebaikan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik bagi pengembangan ilmu komunikasi maupun bagi pembaca yang memiliki ketertarikan pada topik penelitian ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iii
PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.4.1 Tujuan Teoretis.....	9
1.4.2 Tujuan Praktis	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.5.1 Manfaat Akademik	9
1.5.2 Manfaat Praktis	9
1.6 Sistematika Penelitian	10
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Teori dan Konsep Penelitian.....	18
2.2.1 Interaksi Simbolik	18
2.2.2 Media Sosial, TikTok, dan Generasi Z.....	22
2.2.3 <i>Code-Mixing</i> atau Campur Kode	24
2.3 Kerangka Pemikiran	30

BAB III	31
METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Objek dan Subjek Penelitian	31
3.2 Jenis Penelitian.....	33
3.3 Teknik Pengumpulan Data	34
3.3.1 Wawancara	35
3.4 Sumber Data	36
3.4.1 Data Primer	36
3.4.2 Data Sekunder	36
3.5 Teknik Analisis Data	37
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	37
3.7 Jadwal Penelitian.....	38
BAB IV	40
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Deskripsi Subjek Penelitian	40
4.2 Hasil Penelitian	42
4.2.1 Pembentukan Pemahaman Generasi Z terhadap Istilah Bahasa Korporat.....	42
4.2.2 Pemaknaan Istilah Bahasa Korporat sebagai Simbol Profesionalitas.....	52
4.2.3 Pemaknaan terhadap Konten Parodi TikTok @lutfi_afansyah	65
4.2.4 Negosiasi dan Pergeseran Makna melalui Interaksi Sosial dan Media Digital	76
4.3 Pembahasan.....	88
4.3.1 Makna Istilah Bahasa Korporat sebagai Hasil Interaksi Sosial	88
4.3.2 Pembentukan dan Perubahan Makna Istilah Bahasa Korporat melalui Interaksi Sosial.....	96
BAB V.....	102
KESIMPULAN DAN SARAN.....	102
5.1 Kesimpulan.....	102
5.2 Saran.....	104
5.2.1 Saran Praktis	104
5.2.2 Saran Teoretis.....	104
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN.....	111

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 2 Daftar Beberapa Istilah Bahasa Korporat dalam Unggahan @lutfi_afansyah	26
Tabel 3 Profil Informan Penelitian	33
Tabel 4 Jadwal Pelaksanaan Wawancara Penelitian.....	36
Tabel 5 Jadwal Pelaksanaan Penelitian	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Tampilan Konten Parodi Istilah Bahasa Korporat pada Akun TikTok @lutfi_afansyah	1
Gambar 2 Distribusi Penduduk Indonesia Berdasarkan Generasi	3
Gambar 3 Contoh Konten Parodi Istilah Bahasa Korporat pada Akun @lutfi_afansyah	29

DAFTAR BAGAN

Bagan 1 Alur Kerangka Pemikiran Penelitian	30
Bagan 2 Alur Pembentukan Pemahaman Generasi Z terhadap Istilah Bahasa Korporat	51
Bagan 3 Variasi Pemaknaan Istilah Bahasa Korporat sebagai Simbol Profesionalitas	65
Bagan 4 Variasi Pemaknaan Informan terhadap Konten Parodi TikTok @lutfi_afansyah	76
Bagan 5 Proses Negosiasi dan Pergeseran Makna melalui Interaksi Sosial dan Media Digital	88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara.....	111
Lampiran 2 Transkrip Wawancara	114
Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara	163
Lampiran 4 Bukti <i>Member Checking</i>	164
Lampiran 5 Hasil Turnitin.....	169