

Transformasi Perilaku Content Creator Melalui Eksposur Diksi “Teumeunak” Tiktokers Aceh

Mirna Zahrul Jannah

Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam

zhrjnhmirna@gmail.com

Article:

Received: 18 April, 2025

Accepted: 25 Mei, 2025

Published: 30 Juni, 2025

© 2025 The Author(s).



This is an open-access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license

Correspondence

Address:

zhrjnhmirna@gmail.com

Abstrak: Perkembangan media sosial, khususnya TikTok, telah memunculkan fenomena bahasa baru yang menarik untuk diteliti. Salah satunya adalah penggunaan diksi *teumeunak* (bahasa kasar Aceh) oleh content creator Aceh yang semakin populer di ruang digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan diksi *teumeunak*, dampaknya terhadap transformasi perilaku content creator, respons netizen, serta implikasinya bagi identitas budaya dan norma komunikasi masyarakat Aceh. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan netnografi melalui observasi media, dokumentasi digital, serta analisis tematik. Penelitian ini menggunakan kerangka Teori Perilaku Sosial, Teori Identitas Sosial Tajfel, Teori Komunikasi Konstruktivis, dan teori pragmatik. Informan penelitian terdiri dari lima akun TikTokers Aceh (@cutbul_official, @mamamudastore61, @kun_malek96, @fuadikayma, @duta_baygon) yang aktif menggunakan diksi tersebut, serta netizen pada kolom komentar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *teumeunak* meningkat seiring tingginya respons audiens berupa like dan views. Diksi ini berfungsi sebagai ekspresi emosi, humor, hingga penegasan identitas lokal. Namun, tren ini juga menimbulkan kekhawatiran terhadap normalisasi bahasa kasar dan pergeseran nilai kesantunan berbahasa dalam budaya Aceh yang religius.

Kata kunci: TikTok, Etika Berbahasa, *Teumeunak*, Content Creator, Aceh

Pendahuluan

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin maju, maka teknologi pun mengalami perkembangan yang begitu pesat di media sosial. Bahkan saat ini media sosialpun mulai menyediakan informasi-informasi terbaru dengan cepat dan akurat. Aplikasi tiktok sendiri tergolong ke salah satu media sosial. Tiktok menjadi salah satu aplikasi yang sangat cepat berkembang dan paling banyak di unduh di dunia.¹ Pertama kali lahir pada tahun 2017 sebagai versi internasional, kemudian aplikasi itu mulai populer pada tahun 2020 dengan 313,5 juta unduhan. Pada tahun 2023 1,9 miliar pengguna di seluruh dunia memakai aplikasi tiktok tersebut. Sedangkan pada tahun ini yaitu tahun 2024, pengguna tiktok mencapai sekitar 2,05 miliar secara total, bahkan diperkirakan pada tahun 2029 pengguna akan mencapai sekitar 2,35 miliar.²

Pada april 2024, Indonesia menjadi Negara yang paling banyak menggunakan aplikasi tiktok dengan 127,5 juta pengguna, disusul oleh Amerika serikat dengan 121,52 juta pengguna. Berikutnya ada Brazil dengan 101,8 juta pengguna, dan Meksiko dengan 77,93 juta pengguna dan terakhir Vietnam dengan 69,67 juta pengguna. China sendiri yang merupakan Negara asal dari aplikasi tiktok yang menggunakan nama berbeda yaitu Douyin memiliki lebih dari 755,5 juta pengguna aktif harian.³

Dengan jumlah pengguna yang sangat besar dan tingkat interaksi yang tinggi, TikTok menjadi media yang berpengaruh dalam membentuk tren komunikasi di ruang digital. Karakteristiknya yang mengutamakan konten video singkat, interaktif, dan mudah viral menjadikan platform ini bukan hanya sarana hiburan, tetapi juga ruang produksi dan reproduksi bahasa.

Tindakan berbahasa adalah bagaimana cara seseorang dalam menggunakan atau memilih kalimat untuk mencapai suatu komunikasi. Dalam berbahasa juga dibutuhkan etika atau bagaimana cara kita mengatur penggunaan bahasa yang efektif, hormat, dan sesuai dengan konteks sosial. Hal ini juga mencakup bagaimana kita mempertimbangkan kepentingan, hak, dan perasaan orang lain.⁴

Namun jika dilihat komunikasi di media sosial sekarang ini, terutama media sosial tiktok cenderung bersifat bebas, sehingga membuat masyarakat melupakan etika dalam berbahasa.⁵ Banyak sekali konten video yang dibuat oleh tiktokers dan kemudian di unggah di aplikasi tiktok menggunakan gaya bahasa yang cenderung bebas yang dapat menimbulkan perilaku dan perkataan yang tidak bermoral, tak terkecuali para tiktokers yang berasal dari Aceh.

Salah satu fenomena linguistik yang menonjol di TikTok, khususnya di kalangan pengguna dari Aceh, adalah penggunaan diksi *teumeunak*. Ungkapan yang awalnya bermakna pernyataan sinis, kritik, atau ekspresi emosional ini kini mengalami transformasi menjadi tren bahasa populer yang digunakan secara luas di luar konteks formal. Perubahan

¹Washington Kirkland et al., "The Implications of TikTok Engagement on the Number of Spotify Listeners: A Study on Independent Artists," no. May (2023).

²Sharifah Nadiyah Syed Mukhiar Leong Zhi Lin, "Analisis Motif Dan Kepuasan Masyarakat China Di Malaysia Terhadap Penggunaan Aplikasi Douyin," *Society. Environment. Development* 7, no. 2(71) (2024): 83–92, https://doi.org/10.53115/19975996_2024_02_083_092.

³Amanda Wulan et al., "Peran Dan Fungsi Manajemen Tiktok Dalam Pengolahan Media Sosial Di Era Digital Bagi Generasi Z," *Jurnal Pendidikan Tambusai* 8, no. 1 (2024): 4801–7.

⁴Riza Dwi Meidiaputri and Imam Mukhlis, "Etika Komunikasi Dalam Menggunakan Media Sosial (Suatu Kajian Literatur)," *Cognoscere: Jurnal Komunikasi Dan Media Pendidikan* 1, no. 2 (2023): 21–29, <https://doi.org/10.61292/cognoscere.v1i2.71>.

⁵Adisya Putri Hasanah, "Gaya Komunikasi Pengguna Media Sosial" 4, no. May (2024): 220–33.

fungsi dan frekuensi penggunaan *teumeunak* di TikTok menunjukkan bagaimana media sosial dapat mempengaruhi etika berbahasa dan membentuk persepsi sosial, bahkan berpotensi menggeser norma komunikasi yang berlaku dalam budaya lokal Aceh yang menjunjung kesantunan dan nilai keislaman.

Terutama terkait diksi '*teumeunak*' yang seakan menjadi tren sendiri oleh pengguna tiktok. Mereka melupakan julukan Aceh terkait kota serambi mekkah dimana Aceh dikenal sebagai daerah dengan penerapan hukum syariah yang kuat dan sangat menjaga tradisi islam.⁶

Teumeunak adalah bentuk komunikasi berupa pernyataan yang bertentangan dan biasa digunakan untuk mengekspresikan rasa sinis, kecewa, atau kritik. *Teumeunak* sendiri biasa digunakan dalam konteks yang agak kasar, tidak sopan, makian, umpatan, atau kata kata vulgar. Bisa juga berupa mengejek atau meredahkan orang lain. *Teumeunak* juga biasa digunakan untuk mengekspresikan emosi yang kuat seperti kemarahan, frustrasi, atau ketidakpuasan, yang jika saja tidak digunakan dengan hati hati bisa menyinggung dan menyebabkan konflik atau ketidaknyamanan.⁷

Penelitian ini menarik untuk diteliti karna *pertama*, penelitian ini mengkaji transformasi kata '*teumeunak*' dalam bahasa Aceh dari konotasi negatif menjadi tren populer di Tiktok, yang menunjukkan bagaimana media sosial memengaruhi etika berbahasa dan berpotensi mengubah norma komunikasi lokal. *Kedua*, penelitian ini menyoroti pergeseran nilai-nilai komunikasi di ranah publik digital Aceh, dimana bahasa yang sebelumnya tabu kini diterima, mencerminkan perubahan budaya digital. *Ketiga*, penelitian ini menganalisis respons kompleks dari warganet terhadap penggunaan "*teumeunak*", menunjukkan beragam reaksi berdasarkan konteks, gaya kreator, dan persepsi audiens, yang memberikan wawasan tentang dinamika sosial online.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa kajian dari Husaini tentang bahasa kasar atau makian dalam budaya Aceh sudah pernah dilakukan, misalnya dalam konteks komunikasi sehari-hari masyarakat. Selain itu, penelitian oleh Rahmadi mengenai dampak konten TikTok terhadap remaja Aceh juga sudah dikaji. Bahkan, penggunaan bahasa sarkasme netizen di berbagai platform media sosial turut dibahas dalam penelitian Saadillah sebelumnya.

Namun demikian, terdapat lakuna penelitian yang belum banyak disentuh, yaitu kajian tentang penggunaan diksi *teumeunak* secara khusus oleh content creator Aceh di platform TikTok, serta bagaimana eksposur diksi tersebut memengaruhi transformasi perilaku kreator maupun respons audiens. Penelitian terdahulu lebih berfokus pada bahasa kasar dalam percakapan sehari-hari atau dampak umum konten media sosial, bukan pada diksi *teumeunak* sebagai fenomena linguistik sekaligus kultural di ruang digital.

Dengan demikian, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut, yakni dengan menganalisis transformasi perilaku TikTokers Aceh melalui eksposur diksi *teumeunak*. Fokus penelitian ini menyoroti aspek yang belum terjamah secara mendalam, yaitu interaksi antara bahasa lokal, identitas budaya, dan perilaku digital generasi muda Aceh. Penelitian ini memiliki potensi akademis dan sosial yang cukup besar, mengingat

⁶Muhammad Awin, "Almufi Jurnal Pendidikan (AJP) Produktivitas Dosen Universitas Serambi Mekah Banda Aceh" 3, no. 1 (2023).

⁷Emilda Emilda, Rifka Khairuna, and Ririn Rahayu, "Penggunaan Disfemisme Dalam Tuturan Anak-Anak Di Desa Bangka Jaya Kecamatan Dewantara-Aceh Utara," *UNDAS: Jurnal Hasil Penelitian Bahasa Dan Sastra* 19, no. 1 (2023): 63, <https://doi.org/10.26499/und.v19i1.5270>.

fenomena penggunaan diksi *teumeunak* di TikTok Aceh belum banyak ditelaah secara mendalam dalam kajian komunikasi maupun linguistik. Sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada aspek penggunaan TikTok sebagai media hiburan, strategi pemasaran, atau pengaruhnya terhadap perilaku generasi muda, sementara kajian khusus tentang transformasi bahasa lokal di ranah digital masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini menempati posisi penting sebagai upaya memperkaya khazanah penelitian komunikasi digital, khususnya terkait pergeseran norma etika berbahasa masyarakat Aceh dalam konteks media sosial.

Metode Penelitian

Penelitian dilakukan secara daring dengan mengamati platform TikTok sebagai ruang utama interaksi. Peneliti akan menganalisis content yang berkaitan dengan penggunaan diksi '*teumeunak*' dengan fokus pada penggunaan bahasa, cara penyampaian pesan, dan bagaimana pengguna merespon konten tersebut. data akan dikumpulkan melalui analisis konten dari video-video Tiktok yang dalam content nya terdapat diksi '*teumeunak*'. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Untuk jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian netrografi.

Hasil Penelitian

Temuan penelitian menunjukkan bahwa penggunaan diksi *teumeunak* oleh TikTokers Aceh mengalami peningkatan signifikan setelah konten dengan bahasa tersebut mendapatkan respons positif berupa lonjakan views, likes, komentar, dan share. Temuan ini mengindikasikan adanya transformasi dalam perilaku komunikatif dan cara para kreator membangun persona publik melalui media sosial. Fenomena ini dapat dipahami melalui Teori Perilaku Sosial yang menekankan bahwa perilaku manusia dibentuk dan dipertahankan oleh konsekuensi yang mengikutinya (Skinner, dalam paradigma Behavioral Sociology), serta melalui Teori Pertukaran Sosial (Homans) yang melihat perilaku sebagai hasil perhitungan rasional antara keuntungan (reward) dan kerugian (cost).

Dalam Behavioral Sociology, perilaku dilihat sebagai respons yang dibentuk dari pengalaman masa lalu dan diperkuat oleh konsekuensi (reinforcement atau punishment). Ada hampir semua akun TikTokers Aceh yang diamati (@cutbul_official, @mamamudastore61, @fuadikayma, @kun_malek96, @duta_baygon), frekuensi penggunaan diksi *teumeunak* meningkat drastis setelah konten pertama yang menggunakan diksi tersebut mendapat jumlah views, likes, dan komentar yang jauh lebih tinggi dibandingkan konten sebelumnya yang tidak menggunakannya.

Dengan rincian

- 1) @cutbul_official: sebelum *teumeunak* mendapatkan 65,6K views, sesudah menggunakan diksi *teumeunak* mendapatkan 838,1K views.
- 2) @mamamudastore61: sebelum *teumeunak* sebanyak 7K views, sesudah menggunakan diksi *teumeunak* meningkat hingga 295,4K views.

- 3) @kun_malek96: sebelum penggunaan *teumeunak* hanya mendapatkan ratusan like, sesudah menggunakan diksi *teumeunak* dalam konteks komedi mendapatkan sebanyak 835,5 ribu like dan 793,9 ribu views.

Respons positif inilah yang menjadi reinforcement positif, mendorong kreator mengulang pola bahasa tersebut dalam konten berikutnya. Sesuai prinsip Skinner, perilaku yang mendapatkan penguatan positif akan lebih mungkin diulang. Lonjakan engagement berperan sebagai stimulus penguat yang membuat kreator merasa strategi bahasa ini efektif. Tidak ada bukti adanya hukuman sosial yang signifikan pada mayoritas kasus (kecuali pada @duta_baygon yang mendapatkan hate comments), sehingga reinforcement positif lebih dominan.

Dalam teori *social exchange* ini, individu memilih perilaku dengan mempertimbangkan perbandingan antara keuntungan (reward) dan kerugian (cost). Hal ini dapat dilihat dari tabel berikut :

Reward yang diperoleh kreator	Cost yang mungkin dihadapi
Popularitas meningkat (jumlah followers bertambah).	Potensi kritik publik karena dianggap kasar.
Engagement lebih tinggi (likes, shares, saves)	Risiko stigma sosial (terutama di budaya Aceh yang menjunjung kesopanan).
Citra personal yang unik dan berbeda (branding sebagai kreator “berani” atau “lucu”).	

Tabel 1. Perbandingan Reward dan Cost pada Konten Kreator Tiktok

Berikut pemetaan setiap akun TikTokers Aceh berdasarkan unsur Stimulus – Respons – Reinforcement – Reward – Cost sesuai kerangka Teori Perilaku Sosial.

Akun TikTokers	Stimulus	Respons	Reinforcement	Reward (Keuntungan)	Cost (Kerugian)
@cutbul_official	Komentar netizen mempertanyakan mengapa belum menggunakan <i>teumeunak</i>	Membalas komentar dengan diksi <i>teumeunak</i> secara emosional	Lonjakan views dari 65,6K menjadi 838,1K, <i>likes</i> naik dari 1,7K menjadi 26,6K	Popularitas meningkat, identitas unik terbentuk, engagement lebih tinggi	Potensi kritik karena dianggap kasar

@mamamudastore61	Momen spontan saat <i>makeup</i> dan lipstik masuk ke hidung, komentar penonton yang mendukung gaya kasarnya	Menggunakan diksi <i>teumeunk</i> secara spontan dalam curhat dan monolog	Lonjakan views dari 7K menjadi 295,4K, peningkatan <i>likes</i> dari puluhan menjadi 10,1K	Meningkatkan interaksi, citra autentik dan lucu, promosi dagangan lebih menarik	Risiko dianggap tidak sopan dalam budaya lokal
@fuadikayma	Tren konten komedi lokal, interaksi lucu dengan lawan bicara	Menggunakan diksi <i>teumeunk</i> dalam percakapan komedi	Views naik dari ratusan menjadi 176,4K, <i>likes</i> naik menjadi 9K	Engagement meningkat, membangun branding komedi lokal	Sebagian komentar meniru bahasa kasarnya, berpotensi memperluas normalisasi bahasa kasar
@kun_malek96	Kolaborasi dengan kreator lain dalam situasi lucu	Memasukkan diksi <i>teumeunk</i> ke dialog komedi	Lonjakan views hingga 835,5K–793,9K, <i>likes</i> hingga puluhan ribu	Menarik interaksi massal, meningkatkan <i>followers</i> , sound dipakai ulang oleh banyak akun	Minim, karena kemas humor membuat risiko sosial lebih rendah
@duta_baygon	Komentar netizen yang merendahkan	Membalas dengan diksi <i>teumeunk</i> bernada konfrontatif	Views tinggi (894,2K), banyak <i>share</i> dan komentar	Mendapat perhatian publik, viralitas cepat	Kolom komentar dipenuhi ujaran kebencian dan <i>body shaming</i> , reputasi negatif lebih besar dibanding reward

Tabel 2. Pemetaan Perilaku TikTokers Aceh Berdasarkan Unsur Teori Perilaku Sosial

Pada sebagian besar kreator (misal @cutbul_official, @kun_malek96), keuntungan jauh

lebih besar dibandingkan kerugian, sehingga mereka mempertahankan pola tersebut. Pada kasus @duta_baygon, meskipun reward engagement tinggi, cost dalam bentuk komentar negatif, body shaming, dan hate speech juga tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan mempertahankan perilaku akan sangat bergantung pada penilaian subjektif kreator terhadap keseimbangan reward–cost.

Meski banyak respon positif, penelitian juga menemukan bahwa penerimaan publik terhadap bahasa kasar sangat dipengaruhi oleh konteks penyampaian dan citra personal kreator. Penggunaan *teumeunak* dalam kemasan humor dan interaksi santai cenderung mendapatkan dukungan, sedangkan penggunaan dengan nada konfrontatif memicu respons negatif. Ini sejalan dengan teori bahwa penerimaan pesan tidak hanya ditentukan oleh isi bahasa, tetapi juga kredibilitas komunikator dan persepsi audiens.

Fenomena normalisasi diksi *teumeunak* di kalangan kreator TikTok Aceh menunjukkan adanya pergeseran nilai komunikasi dari yang sebelumnya tabu menjadi lebih diterima di ruang publik digital. Lonjakan interaksi pada konten yang menggunakan diksi tersebut mendorong kreator untuk terus mengulangnya, didukung oleh algoritma yang mengutamakan konten dengan engagement tinggi. Namun, tren ini memunculkan kekhawatiran ketika dilihat dari perspektif komunikasi dan penyiaran Islam yang menekankan pentingnya ucapan santun dan bermanfaat (qaulan ma'rufan). Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam QS. An-Nisa ayat 5:

وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا

“... dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang baik.”⁸

Selain itu, Al-Qur'an juga memperingatkan etika berinteraksi, sebagaimana tertulis dalam QS. Al-Hujurat ayat 11:

مِّنْهُمْ وَلَا خَيْرًا لِّكَ أَنْ عَسَىٰ نِسَاءٌ مِّنْ نِّسَاءٍ وَلَا مِنْهُمْ خَيْرًا يُكُونُوا أَنْ عَسَىٰ قَوْمٌ مِّنْ قَوْمٍ يَسَخَرَ لَا آمَنُوا الَّذِينَ يَأْتِيهَا تَلْمِزُوا أَنفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَزُوا بِالْأَلْقَابِ بِئْسَ الْإِسْمُ الْفُسُوقُ بَعْدَ الْإِيمَانِ وَمَنْ لَّمْ يَتُبْ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ

"Wahai orang-orang yang beriman, janganlah suatu kaum mengolok-olok kaum yang lain (karena) boleh jadi mereka (yang diolok-olokkan itu) lebih baik daripada mereka (yang mengolok-olok) dan jangan pula perempuan-perempuan (mengolok-olok) perempuan lain (karena) boleh jadi perempuan (yang diolok-olok itu) lebih baik daripada perempuan (yang mengolok-olok). Janganlah kamu saling mencela dan saling memanggil dengan julukan yang buruk. Seburuk-buruk panggilan adalah (panggilan) fasik setelah beriman. Siapa yang tidak bertobat, mereka itulah orang-orang zalim."⁹

Ayat-ayat ini menjadi pengingat bahwa bahasa yang digunakan di ruang publik, termasuk media sosial, harus tetap selaras dengan nilai akhlak Islami. Oleh karena itu, meskipun penggunaan *teumeunak* terbukti efektif dalam menarik perhatian audiens,

⁸ R I Departemen Agama, *Al-Qur'an Al-Karim Dan Terjemahannya Dengan Transliterasi* (Semarang: PT. Karya Toha Putra, tt, 2008).

⁹ Departemen Agama.

kreator memiliki tanggung jawab moral untuk mempertimbangkan dampak jangka panjangnya terhadap budaya bahasa dan generasi muda di Aceh, sehingga perkembangan media digital di Aceh tetap sejalan dengan nilai-nilai budaya dan ajaran Islam.

Diskusi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan diksi *teumeunak* oleh TikTokers Aceh semakin sering dipakai setelah mendapatkan banyak like, view, dan komentar dari penonton. Hal ini sesuai dengan Teori Perilaku Sosial, di mana suatu tindakan akan diulang jika mendapat respon positif. Dalam kerangka Teori Pertukaran Sosial, kreator juga melihat bahwa manfaat seperti popularitas dan interaksi lebih besar dibandingkan risiko mendapat kritik. Karena itu, penggunaan *teumeunak* menjadi pilihan yang dianggap menguntungkan bagi kreator.

Jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu, penelitian ini memperkuat temuan Husaini tentang adanya bahasa kasar dalam budaya Aceh, tetapi memberikan tambahan penting bahwa bahasa tersebut kini banyak dipakai di media sosial sebagai tren dan identitas baru. Hasil ini juga berbeda dengan penelitian Rahmadhana yang fokus pada dampak konten terhadap remaja, karena penelitian ini lebih menyoroiti perilaku kreator dalam membentuk pola komunikasi baru.

Fenomena ini muncul karena adanya pertemuan antara budaya lokal dan sistem algoritma TikTok. Algoritma mendorong kreator membuat konten yang disukai penonton, sedangkan budaya Aceh memberi makna khusus pada kata *teumeunak*. Akibatnya, kata ini tidak hanya dipahami sebagai makian, tetapi juga dipakai untuk humor, ekspresi emosi, bahkan sebagai ciri khas identitas digital. Namun, fenomena ini juga menimbulkan dilema. Dari sisi positif, diksi *teumeunak* bisa dilihat sebagai cara melestarikan bahasa lokal dan menegaskan identitas Aceh di dunia digital. Tetapi dari sisi negatif, ada risiko normalisasi bahasa kasar, menurunnya kesantunan dalam komunikasi, dan potensi munculnya konflik sosial. Hal ini menjadi tantangan bagi masyarakat Aceh yang identik dengan nilai religius dan budaya Islami.

Penggunaan diksi *teumeunak* oleh TikTokers Aceh bukan sekadar ekspresi bahasa kasar, melainkan telah menjadi strategi komunikasi digital yang membentuk identitas, menarik interaksi, sekaligus memunculkan dilema antara popularitas dan etika berbahasa dalam budaya Aceh yang religius. Menariknya, penggunaan diksi *teumeunak* juga ditemukan dalam konteks mengecam perbuatan jahat dan keji. Dalam hal ini, bahasa kasar yang biasanya dipandang negatif justru berfungsi sebagai sarana kritik sosial yang menegaskan penolakan moral terhadap tindakan yang dianggap menyimpang. Hal ini menunjukkan bahwa *teumeunak* dapat mengalami pergeseran makna, dari sekadar ungkapan emosi atau humor menjadi alat retorika untuk memperkuat pesan perlawanan. Meski demikian, penggunaannya tetap menimbulkan dilema etis, sebab sebagian masyarakat mungkin menerima bahasa keras sebagai bentuk ketegasan, sementara yang lain tetap memandangnya tidak selaras dengan nilai kesantunan berbahasa dalam budaya Aceh yang religius.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi penting. Pertama, memperlihatkan bahwa perubahan bahasa di media sosial bukan hanya soal kebiasaan

berkomunikasi, tetapi juga menyangkut nilai budaya dan identitas masyarakat. Kedua, penelitian ini bisa menjadi bahan refleksi bagi para kreator untuk lebih bijak dalam memilih bahasa, serta bagi masyarakat agar tetap menjaga norma komunikasi yang sesuai dengan budaya Aceh.

Kesimpulan

Transformasi Perilaku

Penggunaan diksi "teumeunak" (bahasa kasar Aceh) oleh kreator konten TikTok di Aceh mengalami peningkatan signifikan. Hal ini didorong oleh respons positif dari audiens, seperti peningkatan views, likes, komentar, dan shares. Perilaku ini mencerminkan transformasi strategi komunikasi dan pembangunan persona publik di media sosial, sesuai dengan prinsip reinforcement positif dalam Teori Perilaku Sosial dan perhitungan reward-cost dalam Teori Pertukaran Sosial.

Jenis Diksi Teumeunak yang Digunakan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten kreator Aceh di TikTok intens menggunakan berbagai diksi teumeunak seperti "paleh, pap mek ih, bangai!". Variasi diksi tersebut digunakan dalam konteks emosi, curhat personal, humor, maupun konfrontasi, sehingga teumeunak tidak hanya berfungsi sebagai makian, tetapi juga sebagai ekspresi ekspresif dan strategi menarik perhatian audiens di ruang digital.

Respons Netizen

Penerimaan publik terhadap penggunaan "teumeunak" bervariasi dan bergantung pada konteks serta citra kreator. Konten yang menggunakan "teumeunak" dalam konteks humor cenderung mendapat dukungan, sedangkan penggunaan yang bersifat konfrontatif atau kasar lebih mungkin memicu respons negatif. Hal ini menunjukkan bahwa netizen mempertimbangkan berbagai faktor seperti isi bahasa, niat, gaya penyampaian, dan citra personal kreator dalam merespons konten tersebut.

Pergeseran Nilai dan Dampak Jangka Panjang

Normalisasi penggunaan "teumeunak" menunjukkan adanya pergeseran nilai dalam komunikasi, yang dipengaruhi oleh algoritma media sosial yang mengutamakan engagement. Hal ini menimbulkan kekhawatiran tentang dampak jangka panjang terhadap budaya bahasa dan generasi muda Aceh, terutama dari perspektif komunikasi dan penyiaran Islam yang menekankan pentingnya ucapan yang santun dan baik.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad Haidar, Ghani, Wafa Nazli Nur Fadilah, Zahra Nabila Yusuf, Deliza Haura Shafa, Muhammad Alghifari Binadibu, and Pendidikan Bahasa Arab. "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Karakter Siswa Kelas IXB SMPN 29 Bandung." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 3 (2023): 27008–13.

Ahmad Zulkifli. "Pengaruh Sosial Media Tiktok Terhadap Nasib Kebudayaan Nasional." *Ad-Dariyah: Jurnal Dialektika, Sosial Dan Budaya* 2, no. 2 (2021): 34–47. <https://doi.org/10.55623/ad.v2i2.81>.

Akbar, Amin, and Nia Noviani. "Tantangan Dan Solusi Dalam Perkembangan Teknologi

- Pendidikan Di Indonesia.” *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Program Pascasarjana Universitas Pgrri Palembang* 2, no. 1 (2019): 18–25.
- Andi Saadillah, Andi Haryudi, Muhammad Reskiawan, and Alam Ikhsanul Amanah. “Penggunaan Bahasa Sarkasme Netizen Di Media Sosial.” *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, Dan Sastra* 9, no. 2 (2023): 1437–47. <https://doi.org/10.30605/onoma.v9i2.2367>.
- Asdiniah, Euis Nur Amanah, and Triana Lestari. “Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Perkembangan Prestasi Belajar Anak Sekolah Dasar.” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 5, no. 1 (2021): 1675–82.
- Aulia, Kartika, Putrinadiffa Wardinasahira, Nadia Latifa Cintani, Nasywa Agra Nisrina, and Endang Sholihatin. “Dampak Penggunaan Teknologi Internet Melalui Tiktok Akun Gosip Terhadap Etika Berbahasa.” *JURNAL SYNTAX IMPERATIF : Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan* 4, no. 2 (2023): 146–55. <https://doi.org/10.36418/syntax-imperatif.v4i2.230>.
- Awin, Muhammad. “Almufi Jurnal Pendidikan (AJP) Produktivitas Dosen Universitas Serambi Mekah Banda Aceh” 3, no. 1 (2023).
- Azzahrani, Safira, Triyono Lukmantoro, and S Rouli Manalu. “EKSPRESI EMOSI NEGATIF DALAM MEDIA SOSIAL (STUDI PADA KOMUNITAS ‘MARAHAH-MARAHAH’DI TWITTER).” *Interaksi Online* 12, no. 4 (2024): 1016–32.
- Barus, Dina Kusumawati, Sharfina Kumala Dewi Yusuf, Dewa Gede Nata Raditya, Rumanti Mahambara, Fauzan Hafizh Shidiq, Mutia Husna Avezahra, Prameswari Sutijjana, et al. “Riset-Riset Cyberpsychology.” Yogyakarta: Zahir Publishing, 2021.
- David, Martin. “Content Creation: Strategies for Engaging and Impactful Media.” *Global Media Journal* 22, no. 69 (2024): 1–2.
- Departemen Agama, R. I. *Al-Qur’an Al-Karim Dan Terjemahannya Dengan Transliterasi*. Semarang: PT. Karya Toha Putra, tt, 2008.
- Derung, Teresia Noiman. “Perilaku Sosial Komunitas Alma Puteri Dalam Kehidupan Bermasyarakat Di Desa Purworejo Donomulyo.” *Sapa: Jurnal Kateketik Dan Pastoral* 2, no. 2 (2017): 110–33.
- Edwards. “Available Online at : ISSN : 2721-3811 (Media Online) TikToks as Media of Learning English (Experimental Research on the Third Class of Senior High)” 02, no. 02 (2021): 408–19.
- Emilda, Emilda, Rifka Khairuna, and Ririn Rahayu. “Penggunaan Disfemisme Dalam Tuturan Anak-Anak Di Desa Bangka Jaya Kecamatan Dewantara-Aceh Utara.” *UNDAS: Jurnal Hasil Penelitian Bahasa Dan Sastra* 19, no. 1 (2023): 63. <https://doi.org/10.26499/und.v19i1.5270>.
- Etika, Terhadap, and Berbahasa Dan. “Media Sosial Dan Perubahan Pada Anak Remaja: Implikasi Terhadap Berbahasa Dan Karakter” 7 (2023): 338–51.
- Gouwutama, Yunita. “Pengaruh Intensitas Dan Adiksi Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Phubbing Di Provinsi DKI Jakarta.” *JURNAL IPTEKKOM (Jurnal Ilmu*

- Pengetahuan & Teknologi Informasi) 26, no. 1 (2024): 93–111.
- Habibah, Astrid Faidlatul. “Era Masyarakat Informasi Sebagai Dampak Media Baru.” *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis* 3, no. 2 (2021): 350–63.
- Hapsari, Estuning Dewi, Dedi Richi Rizaldy, and Isyaa Akhsanil Khakim. “Analysis of the Meaning of Pragmatics of Fatisanity in Class Discussions.” *Lingua Didaktika: Jurnal Bahasa Dan Pembelajaran Bahasa* 15, no. 2 (2021): 149–59.
- Harahap, Zakiatu Husnil Fuadah, and Rafiuddin Akil. “Sinergi Antara Tradisi Dan Teknologi Informasi: Merawat Tradisi Lokal Melalui Ritual Digital Platform Tiktok.” *Citizen: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia* 5, no. 1 (2025): 361–69.
- Hasanah, Adisya Putri. “Gaya Komunikasi Pengguna Media Sosial” 4, no. May (2024): 220–33.
- Huberrman, James, and Matthew B Miles. *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. Edited by Rebecca Hollam. II. California: Sage Publications Sage CA: Thousand Oaks, CA, 1994.
- Hulu, Imannia. “Analisis Konten Media Sosial Tiktok@ Rijalsystem Dalam Pembentukan Karakter.” KODEUNIVERSITASo41060# UniversitasBuddhiDharma, 2023.
- Husaini, and Mohd Harun. “Makian Dalam Bahasa Aceh (Studi Pada Masyarakat Aceh Barat).” *Jurnal Master Bahasa* 8, no. 2 (2020): 451–59.
- Junita, Devi. “Realitas Keterlibatan Gen Z Dalam Media Sosial Tiktok Perspektif Sosiokultural.” *INTERCODE* 4, no. 1 (2024).
- Justine, Tania, and Moehammad Gafar Yeodtadi. “Personal Branding Content Creator Andre Hendarto on TikTok.” *International Journal of Application on Social Science and Humanities* 1, no. 1 (2023): 792–99.
- Kasih, Arum Rindu Sekar, and Tisa Maharani. “Transformasi Ruang Publik Digital: Studi Kasus Komentor Netizen Dalam Akun Curhat.” *Kajian Linguistik Dan Sastra* 9, no. 1 (2024): 24–42.
- Kelman, Herbert C. “Compliance, Identification, and Internalization Three Processes of Attitude Change.” *Journal of Conflict Resolution* 2, no. 1 (1958): 51–60.
- Kirkland, Washington, Aubrey Mallard, Michael Boling, and William Thompson. “The Implications of TikTok Engagement on the Number of Spotify Listeners: A Study on Independent Artists,” no. May (2023).
- Komunikasi, Intervensi, Perubahan Organisasi, and Keterlibatan Karyawan. “Intervensi Komunikasi Untuk Mengelola Perubahan Organisasi” 3, no. 2 (2023): 209–17.
- Kozinets, Robert. *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. London: SAGE Publications, 2010.
- Labrador, Francisco Javier. “Skinner and the Rise of Behavior Modification and Behavior Therapy.” *The Spanish Journal of Psychology* 7, no. 2 (2004): 178–87.

- Laia, Deka Agustini, Denada Septiani Yesa, Emitiur Malau, and Sri Yunita. "Pengaruh Penyalahgunaan Aplikasi TikTok Terhadap Ancaman Integrasi Nasional." *Journal Of Social Science Research Volume 4* (2024): 12008–15.
- Leong Zhi Lin, Sharifah Nadiah Syed Mukhiar. "Analisis Motif Dan Kepuasan Masyarakat China Di Malaysia Terhadap Penggunaan Aplikasi Douyin." *Society. Environment. Development* 7, no. 2(71) (2024): 83–92. https://doi.org/10.53115/19975996_2024_02_083_092.
- Meidiaputri, Riza Dwi, and Imam Mukhlis. "Etika Komunikasi Dalam Menggunakan Media Sosial (Suatu Kajian Literatur)." *Cognoscere: Jurnal Komunikasi Dan Media Pendidikan* 1, no. 2 (2023): 21–29. <https://doi.org/10.61292/cognoscere.v1i2.71>.
- Mustaqim, Mustaqim. "Paradigma Perilaku Sosial Dengan Pendekatan Behavioristik (Telaah Atas Teori Burrhusm Frederic Skinner)." *Al-Mabsut: Jurnal Studi Islam Dan Sosial* 10, no. 2 (2020): 503–13.
- Nabila, Reza Zahrotun, Naura Galuh Pramesti, and Deanita Putri Imelda ANI. "PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA MELALUI PLATFORM TIKTOK SEBAGAI UPAYA GENERASI MUDA DALAM PELESTARIAN BUDAYA NASIONAL DI ERA DIGITAL." *Prosiding Pekan Ilmiah Pelajar (PILAR)* 5 (2025).
- Nadhira, Ziyah, Agus Rahmat, and Yanti Setianti. "Personal Branding Ira Mirawati Sebagai Content Creator Edukasi Di TikTok." *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* 2, no. 1 (2024): 7–16.
- Nashfati, Nurin. "Efektivitas Fitur For Your Page (FYP) Di Aplikasi TikTok Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Hiburan (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Kesehatan Universitas Hasanuddin)= The Effectiveness of the For Your Page (FYP) Feature in the TikTok Application for Fulfilling Enter." Universitas Hasanuddin, 2023.
- Panayitsa, Aqilla Lajnah, and Panji Al Falah. "Dampak Aplikasi TikTok Terhadap Kebudayaan Indonesia." *Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya* 2, no. 1 (2025): 75–88.
- Pebriani, Anisa, Reni Kurnia Ramadhan, and Aisyah Purwitasari. "Identitas Budaya Dalam Konteks Perubahan Sosial." *Jurnal Nakula: Pusat Ilmu Pendidikan, Bahasa Dan Ilmu Sosial* 2, no. 1 (2024): 235–42.
- Putri, Maylani A C, and C Anggun. "Perubahan Sikap Masyarakat Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Sambiremba Kecamatan Karangrejo Magetan Tinjauan: Teori Pilihan Rasional James S. Coleman." *Skripsi, UIN Sunan Ampel, Surabaya*, 2021.
- Putri, Naraya Nursadrina, Dhini Aprilia Khoirunnisa, Dimas Wahyu Ilhamy, Muhammad Ikhsan, and Eko Purwanto. "Pergeseran Budaya: Media Baru Sebagai Tiktok Dan Aparatus Ideologi." *CONVERSE Journal Communication Science* 2, no. 1 (2025): 20.
- Putri, Riski Dwi, Eko Purwanto, Nazla Keyla, Rapih Nur Kharismatika, and Kholifia Ainun Muthmainah. "Identitas Budaya Dalam Era Digital." *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, no. 4 (2024): 2000–2011.

- Rahma, Novi Katrina, Jill Avila, Yesika Slihaan, and Tria Darwati. "Identitas Digital Dalam Ruang Komunikasi Digital." *Cyber Sastra*. Medan, 2025.
- Rahmadhana, Rahmadi. *Dampak Konten Akun Tiktokers Aceh Terhadap Perilaku Remaja Pengguna Tiktok Di Desa Blang Garot Kecamatan Indrajaya Kabupaten Pidie*, 2023.
- Ramadhan, Jeannifer Oktanaila, Ade Rahmah, Mezaluna Agmi Rahmawati, and Rizqi Nur Khasanah. "The Influence of Digital Technology on Popular Culture." *International Journal of Progressive Sciences and Technologies (IJPSAT)* 35, no. 1 (2022): 516–24.
- Reni, Siti, Masduki Asbari, and Mohamad Biazat Ramadhan. "Attention Economy: Smartphone Dan Media Sosial Candu Manusia Modern?" *Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan* 2, no. 01 SE-Articles (October 30, 2023): 97–102. <https://doi.org/10.70508/literaksi.v2i01.402>.
- Rihan, Mohammad Khaafi Radja, Diah Priharsari, and Buce Trias Hanggara. "Analisis Kesiediaan Berbagai Identitas Digital Berdasarkan Faktor Self-Efficacy, Perceived Severity Dan Gender." *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer* 6, no. 11 (2022): 5380–89.
- Rogers, Everett M, Arvind Singhal, and Margaret M Quinlan. "Diffusion of Innovations 1." In *An Integrated Approach to Communication Theory and Research*, 415–34. Routledge: Routledge, 2019.
- Rosdiana, Susilo Wirawan, Andi Yuniarsy Hartika, Sulistyani Prabu Aji, Febriantika, Christina Rony Nayoan, Frida Lina Br Tarigan, Dewi Arisanti, Ratna Trisilawati, and Rohani Retnauli Simanjunta. *PENERAPAN STRATEGI PERUBAHAN PERILAKU*. Edited by Neila Sulung and Oktavianis. 1st ed. Sumatera Barat: GET PRESS INDONESIA, 2023.
- Sangadji, Fadhila Amalia Putri, Amelia Cahya Syah Fitri, Rusdi Hidayat, and Maharani Ikaningtyas. "Peran Media Sosial TikTok Sebagai Platform Untuk Pengembangan Bisnis Di Era Digital." *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4, no. 1 (2024): 143–49.
- Sari, Nurisma, and Neviyarni S. "Perilaku Prososial Di Era Digital." *Journal on Teacher Education* 6 (2024).
- Skinner, Burrhus Frederic. "Preface to the Behavior of Organisms." *Journal of the Experimental Analysis of Behavior* 50, no. 2 (1988): 355.
- . *Science and Human Behavior*. New York: Simon and Schuster, 1965.
- Sufyanto, Sufyanto. "PANORAMA HISTORY OF SOCIAL EXCHANGE THEORY." *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi* 13, no. 1 (2024): 56–63.
- Syafitri, Lely Nur Hidayah. "Kontribusi Teori Perubahan Kurt Lewin Terhadap Transformasi Belajar." *Jurnal Pendidikan Tunas Bangsa* 2, no. 2 (2024): 45–50.
- Syahri, Firdania Maulida, Nisa Aulia Maharani, and Kholis Ridho. "Dampak TikTok Terhadap Perubahan Perilaku Sosial Dan Nilai Kultural Generasi Z." *Kultura: Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, Dan Humaniora* 2 (2024): 572–79.

Taufik, T. "Pengaruh Pengelolaan Emosi Terhadap Perilaku Agresif Siswa UPTD SMP Negeri 6 Barru." *Jurnal Bimbingan Dan Konseling* 10, no. 1 (2023): 46–62.

Wulan, Amanda, Ahmad Sampurna, Widya Husaini Hasibuan, Rindra Hauzan Fadhal, Irfan Diki Wahyudi, and Rahmatan Lil Alamin Hasibuan. "Peran Dan Fungsi Manajemen Tiktok Dalam Pengolahan Media Sosial Di Era Digital Bagi Generasi Z." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 8, no. 1 (2024): 4801–7.

Zahra, Mutiara Apriliani Nur, Wuri Wulandari, and Yegar Agnes Citra Widya. "Tiktok Sebagai Media Sosial Populer Untuk Komunikasi Bisnis." *Syntax Idea* 5, no. 10 (2023): 1386–94.