

MANAJEMEN STRATEGI JARGON

Dr. Jan Hoesada, Komite Kerja KSAP

PENDAHULUAN

Makalah bertujuan membuka tabir rahasia cara mencipta jargon nan optimal bagi negara, pemerintah cq. kabinet, K/L, pmda, desa, badan usaha, dan lembaga nirlaba. Makalah, seperti biasa, naif, dan dangkal, hadirin sidang pembaca terkasih dimohon mencari sumber lain yang lebih afdol. Makalah diharapkan berguna bagi mata kuliah ilmu pemasaran dan ilmu psikologi massal berbagai perguruan tinggi.

Teknologi jargon lazim digunakan pemerintahan untuk mencapai tujuannya secara lebih efektif dan efisien. Jargon adalah sarana pemersatu, penggerak, dan akselerator organisasi pemerintahan yang dipilih secara sistematis dan sangat berhati-hati, bukan *impromptu* berdasar selera/preferensi/euforia sesaat dengan ciri kedangkalan pemahaman pimpinan akan dampak psikologis dan dampak kebahasaan suatu jargon terpilih. Jargon menyebabkan fokus dan akselerasi (*booster*) proses mencapai tujuan.

Artikel berjudul *70 Jargon Keren Singkat Penuh Makna, Jadikan Sebagai Motto Hidup*, antara lain mengungkapkan berbagai hal sebagai berikut.

Jargon merupakan kosakata atau kata-kata khusus yang biasanya digunakan oleh sekelompok orang dalam lingkungan tertentu. Seperti dalam sebuah organisasi yang biasanya memiliki jargon khusus untuk menunjukkan identitas atau membangkitkan semangat setiap anggotanya. Jargon ini umumnya dibuat dengan kata-kata singkat dan mudah diingat.

Meskipun begitu, jargon juga bisa berhubungan dengan hal umum. Jargon juga bisa dipahami sebagai slogan, motto, atau semboyan yang dapat digunakan oleh siapa saja, termasuk jika Anda memiliki kumpulan kata-kata khusus atau sebuah kosakata yang menjadi motto atau slogan untuk menjalani hidup dan keluarga. Terdapat berbagai macam jargon keren dengan kata-kata singkat namun mempunyai makna bijak dan pesan inspiratif.

Bagi Anda yang sedang mencari inspirasi, beberapa jargon keren sebagai berikut dapat menjadi sumber gagasan. Jargon bukan hanya bermakna khusus, beberapa jargon berikut juga mempunyai kalimat yang unik dan pesan lucu. Jargon juga dialih bahasa ke dalam bahasa Indonesia, misalnya istilah *phubbing* menjadi mabuk gawai.

Dilansir dari Brilio.com, berikut beberapa jargon keren singkat penuh makna yang bisa menjadi inspirasi dan motto hidup.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), jargon diartikan sebagai “kosakata khusus yang digunakan dalam bidang kehidupan (lingkungan) tertentu”.

Jargon adalah kosakata khusus yang dipergunakan di bidang kehidupan (lingkungan) tertentu. Jargon biasanya tidak dipahami oleh orang dari bidang kehidupan yang lain. Misalnya, "jargon komputer" berarti istilah-istilah yang berhubungan dengan komputer secara khusus dan hanya dipahami oleh orang-orang yang berhubungan dengan bidang komputer. Jargon bersifat teknis terbatas dalam bidang ilmu, profesi, atau kelompok tertentu dan hanya dipahami kalangan terbatas.

Asal Usul Kosakata Jargon sebagai berikut.

Jargon berasal dari bahasa Prancis, yang diyakini berasal dari kosakata Latin *gaggire* yang berarti "mengobrol", yang digunakan untuk menggambarkan pembicaraan yang tidak dipahami oleh pendengar "luar lingkaran". Kata ini mungkin juga berasal dari jargon Prancis Kuno yang berarti "obrolan burung".

Bahasa Inggris Pertengahan juga memiliki kata kerja *jargounen* yang berarti "mengobrol", atau "berkicau", yang berasal dari bahasa Prancis Kuno. Penggunaan pertama kata tersebut berasal dari *The Canterbury Tales* yang ditulis oleh Geoffrey Chaucer antara tahun 1387 dan 1400. Chaucer menyebut jargon sebagai ucapan burung atau suara yang menyerupai burung.

Dalam sejarah kolonial, jargon dipandang sebagai alat komunikasi untuk menjembatani senjang antara dua penutur yang tidak berbicara dalam bahasa yang sama. Jargon identik dengan *pidgin* dalam menamai penggunaan bahasa tertentu.

Pidgin adalah bentuk bahasa campuran yang disederhanakan, muncul sebagai alat komunikasi praktis (*lingua franca*) antara kelompok yang tidak memiliki bahasa ibu yang sama, sering kali untuk perdagangan. *Pidgin* tidak memiliki penutur asli dan memiliki tata bahasa yang sederhana.

Sejarah pernah mencatat bahwa jargon kemudian mulai memiliki konotasi negatif dengan tata bahasa yang kurang koheren atau omong kosong karena dianggap sebagai bahasa yang "rusak" dari banyak bahasa berbeda tanpa komunitas penuh yang dapat disebut sebagai bahasa mereka sendiri.

Pada tahun 1980-an, para ahli bahasa mulai membatasi penggunaan jargon ini agar kata tersebut lebih umum mendefinisikan penggunaan bahasa teknis atau khusus.

Kumpulan Jargon Keren Singkat Penuh Makna (menurut sumber tersebut) sbb:

1. "Belajar dari kegagalan adalah hal yang bijak."
2. "Berbuat baiklah tanpa perlu alasan."
3. "Diamku lebih berarti daripada kata-kata yang tak bermakna."
4. "Disiplin diri adalah sebenar-benarnya wujud kebebasan yang hakiki."
5. "Genggamlah dunia sebelum dunia menggenggammu."
6. "Hidup adalah pelajaran tentang kerendahan hati."
7. "Hidup hanya bisa dimengerti dengan melihat ke belakang, tetapi ia terus berlanjut ke depan."
8. "Hidup kita mulai berakhir saat kita berdiam diri tentang apa pun masalah yang ada di sekitar."
9. "Jangan hanya menunggu, tapi ciptakan waktumu sendiri."
10. "Jika kamu benar-benar menginginkan sesuatu, lambat laun kamu pasti akan segera menemukan caranya."
11. "Jika orang lain bisa, maka aku juga bisa."
12. "Karyamu akan menempati bagian tersendiri dalam hidupmu."
13. "Kebanyakan kegagalan berasal dari takut gagal."
14. "Kebiasaan kecil yang baik akan menghasilkan kualitas jiwa yang baik pula."
15. "Kegagalan terjadi karena terlalu banyak berencana tapi sedikit berpikir."
16. "Kesuksesan tidak akan bertahan jika dicapai dengan jalan pintas."
17. "Sampai singa tahu bagaimana caranya menulis, tiap cerita akan selalu menyanjung pemburu."
18. "Segala hal yang merisaukanmu, sebenarnya adalah hal kamu ciptakan sendiri."
19. "Setiap kesulitan selalu ada kemudahan. Setiap masalah pasti ada solusi."
20. "Sukses terdiri dari rentetan kegagalan, tanpa kehilangan antusiasme."

21. "Yang membedakan orang sukses dan tidak adalah soal ketekunan."
22. "Jadilah pribadi yang tekun, tapi jangan jadi pribadi yang ulet. Nanti orang lain gatal-gatal."
23. "Nonton film dewasa kok malah pusing, ternyata isinya: tagihan, cicilan, kerja keras, kontrol diri, pengorbanan, dan tanggung jawab."
24. "Setiap anak adalah seniman sampai dia bilang bahwa dia bukan seniman."
25. "Bagaimanapun keadaannya, hargailah kedua orang tuamu. Mereka begitu hebat hingga bisa lulus tanpa bantuan Google."
26. "Bahagia itu sederhana, yang suka bikin rumit itu komentar netizen."
27. "Di kala kau menangis usaplah air matamu. Dan ingatlah padaku. Karena aku, penjual tisu."
28. "Hidup itu sederhana. Goreng, angkat, lalu tiriskan."
29. "Hiduplah seperti bawang. Sekalipun diiris, diulek, dipotong, ia tak menangis. Sebaliknya, orang yang memotongnyalah yang akan menangis."
30. "Diamku lebih berarti daripada kata-kata yang tak bermakna."
31. "Jangan lihat ke belakang karena sudah lewat. Jangan lihat ke depan karena belum terjadi. Lihat saja ke bawah, siapa tahu nemu uang."
32. "Jika ada perampok yang datang ke rumahku dan mencari harta berharga ataupun uang, aku hanya akan tertawa dan membantu mereka mencarinya."
33. "Ku olah kata, kubaca makna, kuikat dalam alinea, kubingkai dalam bab sejumlah lima, jadilah mahakarya, gelar sarjana kuterima, orang tua, calon istri/suami dan calon mertua pun bahagia."
34. "Masa depan itu bagaimana nanti, masa depan itu nanti bagaimana, jadi bingung."
35. "Pergi karena tugas, pulang karena beras."
36. "Saya datang, saya bimbingan, saya ujian, saya revisi, dan saya menang."
37. "Tiada doa yang lebih indah selain doa agar skripsi ini cepat selesai."
38. "Aturan lima untuk lima. Jika suatu hal tidak akan berguna untukmu dalam lima tahun ke depan, jangan menghabiskan waktu lebih dari lima menit mengurus hal itu."
39. "Banyak orang gagal karena mereka tak menyadari kalau langkah mereka telah mendekati kesuksesan sedikit lagi. Tapi mereka memutuskan untuk berhenti dan menyerah."
40. "Dalam setiap kegagalan, kekuatan mental kita yang tengah diuji. Sebaliknya, dalam kesuksesan, kerendahan hati kitalah yang tengah diuji."
41. "Jangan membandingkan hidupmu dengan hidup orang lain. Kamu hanya tak tahu apa yang terjadi di balik layar sukses mereka."
42. "Jangan mencoba untuk memperbaiki apa yang datang pada hidupmu. Perbaikilah dirimu dalam melihat sesuatu yang datang, dan kamu akan baik-baik saja."
43. "Jika kamu tidak mengikuti apa yang ada di hatimu, kamu mungkin akan berakhir menghabiskan sisa waktumu dengan berharap pada yang sudah terlewat."
44. "Kesuksesan menuntut kesediaan untuk tetap merangkak naik saat lebih mudah berjalan turun. Untuk terus melanjutkan perjuangan, saat rasanya lelah ingin berhenti dan menyerah."
45. "Kunci untuk mewujudkan impian bukanlah dengan fokus pada kesuksesan tapi pada arti. Bahkan langkah kecil dan kemenangan kecil sepanjang perjalananmu bisa memberikan arti yang lebih hebat."
46. "Sesungguhnya tidak ada yang namanya rahasia kesuksesan. Sukses merupakan buah dari persiapan matang, dibarengi kerja keras, kesiapan menghadapi kegagalan, serta kesediaan untuk terus bangkit dan belajar (lagi)."

47. "Setelah kesempatan ketiga, keempat, kelima, kamu akan segera sadar bahwa ia telah bergerak meninggalkanmu dan tak pernah berubah."
48. "Tidak ada yang namanya kebetulan. Kesempatan datang karena diciptakan. Jadi, jangan terus-terusan berpangku tangan."
49. "Tiap kali ada pintu kebahagiaan yang tertutup, pintu yang lain akan otomatis terbuka. Sayangnya, banyak orang yang terlalu fokus pada pintu yang tertutup hingga mengabaikan pintu lain yang terbuka."
50. "Untuk meraih kesuksesan, hal yang harus kita tanggalkan adalah batasan. Sementara hal yang harus kita hilangkan adalah sikap malas dan tak berani bertanggung jawab."

Jargon dalam Bahasa Inggris dan Artinya:

51. *"Better late than never."* (Lebih baik telat daripada tidak sama sekali)
52. *"Don't be afraid of being different, be afraid of being the same as everyone else."* (Jangan takut untuk menjadi berbeda, takutlah untuk menjadi sama seperti yang lainnya)
53. *"Don't forget beautiful sunsets needs cloudy skies."* (Jangan lupa bahwa *sunset* yang indah membutuhkan awan yang kelabu)
54. *"Education is not the learning of facts, but the training of the mind to think."* (Belajar bukanlah mempelajari sebuah fakta, tetapi melatih pikiran untuk berpikir)
55. *"It's an impossibility to be perfect but it's possible to do the best."* (Sebuah ketidakmungkinan untuk menjadi yang sempurna tetapi sangat memungkinkan untuk melakukan yang terbaik)
56. *"Never regret a day in your life; good days give happiness, bad days give experiences, worst day give lessons, and best day give memories."* (Jangan pernah menyesali suatu hari dalam hidupmu. Hari yang baik memberikan kebahagiaan, hari terburuk memberi pelajaran, hari terbaik memberi kenangan.)
57. *"Slow progress is better than no progress."* (Peningkatan yang lamban lebih baik daripada tidak ada peningkatan)
58. *"So many people who love you. Don't focus on the people who don't."* (Ada banyak sekali manusia yang mencintaimu. Jangan fokus kepada mereka yang tidak)
59. *"Study now be proud later."* (Belajar hari ini, berbanggalah di kemudian hari)
60. *"Success isn't given it's earned."* (Kesuksesan bukanlah sebuah pemberian tetapi diciptakan)
61. *"The best view comes after the hardest climb."* (Pemandangan menakjubkan datang setelah pendakian melelahkan)
62. *"We will never know the real answer before we try."* (Kita tidak akan pernah tahu jawabnya sebelum kita mencoba)
63. *"Where focus goes energy flows."* (Di mana ada kefokusannya maka disitu lah energi akan mengalir)
64. *"Work hard in silence. Success be your noise."* (Bekerja keras dengan diam. Kesuksesan menjadi suaramu)
65. *"Your life is as good as your mindset."* (Hidupmu sebaik pola pikirmu)
66. *"You're your's yourself not theirs or anyone else."* (Kamu adalah dirimu, kepunyaanmu, bukan milik orang lain)
67. *"Do something today that your future self will thank you for."* (Lakukan sesuatu hari ini agar dapat bersyukur di masa depan nanti)

68. "*I hear and I forget. I see and I remember. I do and I understand.*" (Aku mendengar dan aku lupa. Aku melihat lalu aku mengingat, aku mengerjakan maka aku paham)
69. "*The roots of education are bitter, but the fruit is sweet.*" (Akar dari belajar adalah kepahitan tetapi berbuah manis)
70. "*Your life isn't yours if you always care what others think.*" (Hidupmu tidak sepenuhnya milikmu jika kamu terlampau peduli pikiran orang lain).

PERBEDAAN/PERSAMAAN & TUMPANG-TINDIH JARGON DENGAN ISTILAH LAIN BUKAN JARGON

Ringkasan AI menyatakan bahwa jargon dan slogan adalah frasa singkat yang digunakan untuk tujuan komunikasi, namun berbeda fungsi:

Jargon adalah istilah khusus kelompok/profesi tertentu (teknis/tertutup), sedangkan slogan adalah kalimat persuasif untuk promosi produk atau kampanye (publik/terbuka). Persamaannya, keduanya pendek, mudah diingat, dan bertujuan membangun identitas.

Berikut adalah rincian persamaan dan perbedaan jargon dan slogan:

1. Persamaan Jargon dan Slogan
 - Bentuk: Keduanya berupa frasa atau kalimat yang singkat, padat, dan ringkas.
 - Tujuan Komunikasi: Keduanya bertujuan meningkatkan pengenalan (*awareness*) terhadap identitas tertentu.
 - Mudah Diingat: Keduanya dirancang agar membekas di benak audiens.
 - Identitas: Berfungsi membedakan kelompok atau merek dari yang lain.
2. Perbedaan Jargon dan Slogan

Fitur	Jargon	Slogan
Pengertian	Kosakata khusus bidang/profesi tertentu.	Frasa persuasif untuk promosi/kampanye.
Target Audiens	Internal (profesi/komunitas).	Eksternal (publik/konsumen).
Tujuan	Komunikasi teknis, efisiensi.	Pemasaran, <i>branding</i> .
Karakter	Tertutup, sulit dimengerti orang awam.	Terbuka, menarik, mudah diingat.
Sifat	Cenderung tetap dalam komunitas.	Sering berubah sesuai kampanye.
Contoh	"ROI", "B2B", "LIFO" (bisnis).	"Just Do It" (Nike), "Semakin di Depan" (Yamaha).

Sebagai ringkasan, jargon digunakan untuk komunikasi internal agar lebih efisien (misal: "Sistem *input* sedang *down*"), sementara slogan digunakan untuk komunikasi eksternal agar produk dikenal (misal: "*I'm lovin' it*"-McDonald's).

Bahasa Inggris dari istilah slogan adalah slogan itu sendiri. Istilah lain yang sering digunakan bergantian, terutama dalam konteks periklanan (*advertising*) dan *branding*, adalah *tagline*, *strapline*, atau motto.

- Slogan: Frasa pendek yang mudah diingat dan digunakan untuk menarik perhatian dalam periklanan, sering kali untuk kampanye tertentu (*campaign slogan*).

- *Tagline*: Ungkapan khas yang dirancang untuk memperkuat identitas merek secara ringkas, sering digunakan di Amerika Serikat.
- *Strapline*: Istilah yang lebih umum digunakan di Inggris (British English) untuk menyebut tagline.
- *Motto*: Semboyan atau frasa yang mencerminkan keyakinan/tujuan utama.

Contoh penggunaan: Nike memiliki slogan terkenal, "*Just Do It*".

Tentang poster adalah sbb:

Dikutip *e-paper* dalam file.upi.edu oleh Laksmi Dewi, bahwa poster merupakan media gambar yang bersifat persuasif karena menampilkan suatu tema yang menimbulkan perasaan kuat terhadap orang yang melihatnya. Poster digunakan untuk mempromosikan produk, layanan, atau acara tertentu.

Biasanya, poster berisi gambar atau ilustrasi yang menarik perhatian yang didukung oleh teks yang singkat dan mudah dipahami.

Persamaan iklan, slogan, dengan poster adalah sebagai berikut:

Memiliki Pesan yang Singkat, Menarik, dan Mudah diingat.

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa iklan, slogan, dan poster menggunakan kata-kata sebagai salah satu unsur di dalamnya. Di mana kata-katanya akan membawa pesan tertentu.

Oleh sebab itu, ciri khas kebahasaan iklan, slogan, dan poster adalah menarik, singkat, padat, dan jelas. Hal ini bertujuan untuk membuat pesan mudah diingat dan mudah diidentifikasi dengan merek atau produk tertentu.

- Persuasif. Persamaan iklan, slogan, dengan poster yaitu iklan adalah persuasif cq membujuk khalayak umum untuk berbuat sesuatu atau agar memenuhi permintaan pemasang iklan.
- Menampilkan Suatu Merek atau Produk. Menampilkan merek atau produk yang dipromosikan termasuk persamaan iklan, slogan, dan poster. Baik melalui gambar, teks, maupun kombinasi keduanya, iklan, slogan, dan poster akan berusaha untuk menarik perhatian publik dan membangun kesadaran merek tentang produk atau layanan yang ditawarkan.
- Menampilkan Desain Visual yang Menarik. Selain pesan yang singkat dan mudah diingat, desain visual juga menjadi salah satu persamaan iklan serta poster. Keduanya menggunakan gambar, ilustrasi, warna, dan *font* yang menarik perhatian konsumen. Desain visual yang menarik dapat membuat iklan dan poster lebih efektif dalam menarik perhatian dan mempengaruhi konsumen untuk membeli atau menggunakan produk yang ditawarkan.
- Meningkatkan Kesadaran Merek (*Brand*). Tujuan utama dari iklan, slogan, dan poster adalah untuk meningkatkan kesadaran merek tentang produk atau layanan yang ditawarkan. Dengan menampilkan merek atau produk secara terus-menerus dan membangun pesan yang mudah diingat, iklan, slogan, dan poster dapat membantu membangun kesadaran merek yang kuat di kalangan konsumen.

Kesimpulan sbb: Jika disimpulkan, sama dalam hal menggunakan kata-kata menarik, singkat, padat, jelas, mudah diingat, bersifat persuasif, menampilkan suatu merek ataupun produk yang dipromosikan, dan sebagai media komunikasi dan diskusi yang direspon masyarakat.

Contoh Slogan

- Contoh slogan pendidikan: "Pendidikan adalah salah satu pintu awal untuk meraih kesuksesan."

- Contoh slogan lingkungan: "Menyelamatkan bumi itu sama saja dengan menyelamatkan diri kita."

Dari persamaan-persamaan di atas, dapat disimpulkan bahwa meskipun iklan, slogan, dan poster memiliki bentuk yang berbeda, namun keduanya memiliki persamaan dalam konsep dan tujuannya dalam mempromosikan merek dan produk. Oleh karena itu, kombinasi iklan, slogan dan poster dapat digunakan secara efektif dalam strategi pemasaran maupun untuk memperkenalkan sesuatu.

Pameo adalah sbb:

Pameo (pemeo) adalah jenis peribahasa yang digunakan sebagai semboyan untuk membangkitkan semangat, atau sebaliknya, kata-kata sindiran/olokan yang lucu. Pameo sering kali berisi peringatan, ejekan, atau prinsip yang diungkapkan secara ringkas.

Ciri-ciri dan Contoh Pameo:

- Sebagai Semboyan Semangat:
 - Bersatu kita teguh, bercerai kita runtuh.
 - Esa hilang, dua terbilang.
 - Gantungkan cita-citamu setinggi bintang.
- Sebagai Sindiran/Olokan (Bidal):
 - Hidup segan, mati tak mau.
 - Malu bertanya, sesat di jalan.
 - Bagai kerakap di atas batu.

Pameo sering kali disamakan dengan bidal dan memiliki fungsi untuk memberikan peringatan atau ejekan kepada seseorang atau suatu keadaan.

Persamaan/perbedaan Jargon vs Pameo sbb:

Berikut adalah perbedaan makna antara istilah **Pameo** dan **Jargon** dalam bentuk tabel berdasarkan KBBI dan penggunaan bahasa:

Fitur	Pameo	Jargon
Definisi Dasar	Peribahasa/ucapan yang dijadikan semboyan untuk membangkitkan semangat.	Kosakata khusus/teknis yang digunakan dalam bidang, profesi, atau kelompok tertentu.
Fungsi Utama	Motivasi, semboyan, sindiran, atau peringatan.	Mempermudah komunikasi teknis antar anggota kelompok.
Karakteristik	Sering berupa frasa panjang, berima, atau kiasan.	Sering berupa singkatan, akronim, atau istilah teknis yang sulit dipahami orang awam.
Konteks Penggunaan	Umum, sosial, sering digunakan dalam pidato/percakapan.	Sangat spesifik (dunia medis, hukum, IT, bisnis).
Contoh	"Gantungkan cita-citamu setinggi bintang".	"Klik tayang", "menyolder", "terminologi".

Persamaan/perbedaan antara jargon, istilah, peribahasa, dan akronim sbb:

Selanjutnya, ringkasan AI menyatakan bahwa perbedaan antara jargon, istilah, peribahasa, dan akronim berdasarkan definisi dan konteks penggunaannya:

1. Jargon

- Definisi: Kata-kata teknis atau frasa khusus yang digunakan oleh kelompok, profesi, atau komunitas tertentu.
- Tujuan: Efisiensi komunikasi di dalam kelompok dan kadang untuk menonjolkan identitas atau keunikan kelompok tersebut.
- Ciri: Seringkali sulit dipahami oleh orang luar kelompok (eksklusif).
- Contoh: "Revisi" (dunia pendidikan), "*Burn rate*" (dunia *startup*), "Sidak" (istilah teknis yang juga akronim).

2. Istilah

- Definisi: Kata atau frasa yang mengungkapkan makna, konsep, proses, atau keadaan khas dalam bidang ilmu, seni, atau profesi tertentu.
- Tujuan: Memberikan kepastian makna teknis yang akurat dan tidak ambigu.
- Ciri: Lebih formal dan terstandarisasi daripada jargon.
- Contoh: "Inflasi" (ekonomi), "Diagnosis" (medis), "Fonem" (linguistik).

3. Peribahasa

- Definisi: Ungkapan tradisional yang bersifat turun-temurun, berisi kiasan, nasihat, prinsip tingkah laku, atau aturan moral.
- Tujuan: Menyampaikan pesan moral, sindiran, atau nasihat dengan gaya bahasa sastra/kiasan.
- Ciri: Susunannya tetap, bermakna kiasan (idiomatik).
- Contoh: "Ada udang di balik batu", "Tong kosong nyaring bunyinya", "Sediakan payung sebelum hujan".

4. Akronim

- Definisi: Kependekan yang berupa gabungan huruf awal, suku kata, atau bagian lain dari deret kata yang dilafalkan sebagai kata yang wajar.
- Tujuan: Mempersingkat kata atau frasa yang panjang agar lebih efisien.
- Ciri: Dibaca sebagai satu kata, bukan dieja huruf demi huruf.
- Contoh: "Puskesmas" (Pusat Kesehatan Masyarakat), "Sembako" (Sembilan Bahan Pokok), "Rudal" (Peluru Kendali).

Ringkasan Perbedaan

Fitur	Jargon	Istilah	Peribahasa	Akronim
Bentuk	Kata/Frasa	Kata/Frasa	Kalimat/Frasa (Kiasan)	Singkatan (Kata)
Konteks	Kelompok/ Profesi	Bidang Ilmu/Teknis	Budaya/Nasihat	Umum/Administrasi
Pemahaman	Eksklusif (Sulit)	Spesifik (Tepat)	Kiasan (Makna tersirat)	Efisien (Mudah)
Fungsi	Identitas kelompok	Akurasi konsep	Pesan moral/sindiran	Pemendekan

Perbedaan Utama:

- Jargon vs Istilah: Jargon lebih ke bahasa gaul teknis (internal), istilah lebih ke bahasa baku teknis.
- Jargon vs Akronim: Jargon adalah *makna/istilahnya*, akronim adalah *cara penulisan/pemendekannya*. Banyak jargon yang berbentuk akronim (contoh: *Sidak*).
- Peribahasa berbeda sama sekali karena berbentuk kalimat kiasan, bukan kata teknis atau singkatan.

Ikrar dan jargon adalah dua hal yang berbeda dalam hal fungsi, kedalaman makna, dan konteks penggunaannya. Secara singkat, ikrar adalah janji atau pengakuan bersungguh-sungguh, sedangkan jargon adalah kata-kata khusus atau slogan yang digunakan untuk tujuan komunikasi tertentu, seperti promosi atau mempererat solidaritas kelompok.

Berikut adalah rincian perbedaan antara ikrar dan jargon berdasarkan hasil penelusuran:

1. Ikrar

- Pengertian: Janji, janji setia, atau pengakuan sungguh-sungguh yang diucapkan oleh seseorang atau kelompok. Dalam hukum, ini bisa berarti pengakuan hak orang lain.
- Karakteristik: Bersifat formal, sakral, mengikat secara moral atau hukum, dan mendalam.
- Tujuan: Mengikat komitmen, menunjukkan kesetiaan, atau menegaskan sebuah janji.
- Contoh: Ikrar Sumpah Pemuda, Ikrar Wakaf, Ikrar Pernikahan (Sighat Taklik).

2. Jargon

- Pengertian: Kosakata khusus yang digunakan dalam bidang kehidupan, lingkungan, atau kelompok tertentu.

Fitur	Ikrar	Jargon
Makna	Janji/Pengakuan sungguh-sungguh	Kata khusus/Slogan
Sifat	Formal, Sakral, Mengikat	Komunikatif, Branding, Santai/Formal
Tujuan	Komitmen & Kesetiaan	Efisiensi & Promosi/Semangat
Kedalaman	Mendalam (Hati & Jiwa)	Permukaan/Komunikasi
Konteks	Upacara, Hukum, Perjanjian	Bisnis, Politik, Kelompok/Klub
	• Karakteristik: Seringkali singkat, menarik, tidak harus formal, dan terkadang hanya dipahami oleh kelompok tertentu. • Tujuan: Mempermudah komunikasi teknis, membangun branding, meningkatkan semangat kelompok, atau pemasaran. • Contoh: "Lebih Cepat Lebih Baik" (Jusuf Kalla), "Jokowi adalah Kita".	

Tabel Perbedaan Ikrar dan Jargon sbb:

Ringkasnya, ikrar melibatkan komitmen jiwa, sedangkan jargon lebih kepada kata-kata penyemangat atau branding.

Berikut adalah analisis persamaan dan perbedaan antara jargon, ikrar, sumpah, dan janji berdasarkan hasil pencarian:

1. Definisi Singkat

- Jargon: Kosakata khusus yang digunakan oleh kelompok tertentu (profesi, hobi, komunitas) untuk mempermudah komunikasi teknis.
- Ikrar: Pernyataan komitmen atau janji yang diucapkan, seringkali formal, untuk berpegang teguh pada nilai tertentu.
- Sumpah: Pernyataan resmi yang dibuat dengan saksi (seringkali Tuhan atau kekuatan yang lebih tinggi) dan melibatkan komitmen suci.
- Janji: Komitmen atau kesanggupan antar individu atau kepada diri sendiri, biasanya tidak melibatkan saksi Ilahi seformal sumpah.

2. Persamaan

- Komitmen: Keempatnya mencerminkan bentuk komitmen, baik komitmen terhadap kelompok (jargon), prinsip (ikrar), Tuhan (sumpah), atau individu lain (janji).
- Diucapkan/Dinyatakan: Sumpah, janji, dan ikrar umumnya diucapkan secara lisan untuk menegaskan niat.
- Tujuan: Ikrar, sumpah, dan janji bertujuan mengikat seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu.

3. Perbedaan Utama sbb:

Fitur	Jargon	Ikrar	Sumpah	Janji
Konteks	Teknis/Khusus	Formal/Ideologis	Suci/Hukum/Formal	Pribadi/Umum
Saksi	Tidak ada	Umum/Khalayak	Tuhan/Negara	Individu lain
Konsekuensi	Salah paham	Sanksi	Sanksi	Sanksi
		Sosial/Moral	Moral/Agama/Hukum	Moral/Kepercayaan
Sifat	Komunikasi	Penguatan Nilai	Pengikatan Diri Suci	Komitmen Individu

4. Perbedaan Khusus: Sumpah vs Janji

- Sumpah: Dibuat kepada manusia dengan Allah sebagai saksi, atau di hadapan atasan/pejabat resmi menurut agama.
- Janji: Komitmen antar individu yang bisa saja tidak membawa nama Tuhan atau saksi formal.
- Ikrar: Sering dianggap sebagai janji yang dilengkapi dengan sumpah.

Kesimpulan: Jargon adalah alat komunikasi kelompok, sedangkan ikrar, sumpah, dan janji adalah alat komitmen. Sumpah adalah yang paling tinggi tingkat pengikatnya (suci/hukum), diikuti oleh ikrar (ideologis/moral), dan janji (individual/sosial).

CONTOH JARGON BANGSA/NEGARA

Ringkasan AI menyatakan bahwa jargon, frasa ikonik, atau semboyan dalam konstitusi/dokumen dasar negara berfungsi untuk menegaskan jati diri, filosofi pemerintahan, dan tujuan utama bangsa tersebut. Berikut adalah contoh nyata jargon konstitusi dari berbagai negara:

1. Amerika Serikat: "*We the People*" (Kami Rakyat)

- Konteks: Tiga kata pertama dalam Pembukaan Konstitusi AS (1787). Pada mata uang tercetak "*In God We Trust*".
- Makna: Menegaskan prinsip *Popular Sovereignty* (Kedaulatan Rakyat), bahwa pemerintahan didirikan oleh rakyat, dari rakyat, dan untuk rakyat, bukan oleh raja atau elite.

2. Prancis: "*Liberté, Égalité, Fraternité*" (Kebebasan, Kesetaraan, Persaudaraan)

- Konteks: Semboyan Republik Prancis yang tercantum dalam Pasal 2 Konstitusi Prancis (1958) sebagai prinsip dasar negara.
 - Makna: Berasal dari Revolusi Prancis, menggambarkan nilai-nilai utama yang dijunjung tinggi negara tersebut.
3. Filipina: "*For the Good of All*" (Untuk Kebaikan Bersama)
 - Konteks/Derajat: Tercantum dalam Pembukaan Konstitusi Filipina.
 - Makna: Menekankan bahwa tujuan tertinggi negara adalah kesejahteraan umum (*general welfare*), bukan kepentingan kelompok tertentu.
 4. Jerman: "*Die Würde des Menschen ist unantastbar*" (Martabat Manusia Tidak Dapat Diganggu Gugat)
 - Konteks/Derajat: Pasal 1 Ayat 1 dari *Grundgesetz* (Undang-Undang Dasar Jerman) pasca-Perang Dunia II.
 - Makna: Ini adalah jargon/prinsip paling dasar, menegaskan komitmen Jerman pada hak asasi manusia sebagai fondasi utama hukum, menolak sejarah otoriter masa lalu.
 5. Afrika Selatan: "*Freedom, Equality, and Human Rights*" (Kebebasan, Kesetaraan, dan HAM)
 - Konteks/Derajat: Konstitusi Afrika Selatan (1996) yang lahir pasca-apartheid.
 - Makna: Fokus pada keadilan sosial dan penghapusan diskriminasi sebagai fondasi negara baru.
 6. Liberia: "*The Love of Liberty Brought Us Here*" (Cinta Kemerdekaan Membawa Kami ke Sini)
 - Konteks: Semboyan negara yang juga tertanam kuat dalam narasi konstitusionalnya.
 - Makna: Mencerminkan sejarah Liberia yang didirikan oleh mantan budak dari Amerika.
 7. Indonesia: "*Bhinneka Tunggal Ika*" (Berbeda-beda tapi Tetap Satu)
 - Konteks: Semboyan negara yang diatur dalam Pasal 36A UUD 1945.
 - Makna: Jargon yang menegaskan persatuan di atas segala keberagaman ras, suku, agama, dan budaya di Indonesia.

Ringkasan AI menyatakan bahwa Bhinneka Tunggal Ika sering disebut sebagai semboyan atau jargon nasional Indonesia.

Berikut adalah butir penting mengenai posisi Bhinneka Tunggal Ika:

- Definisi dan Fungsi: *Bhinneka Tunggal Ika* adalah semboyan negara yang berarti "Berbeda-beda tetapi Tetap Satu". Ini mendasari pluralitas dan keberagaman agama, suku, serta budaya di Indonesia, sehingga NKRI sampai hari ini selamat dari bahaya terpecah menjadi puluhan negara (kecil).
- Lebih dari Sekadar Jargon/Slogan: Meskipun sering digunakan sebagai semboyan, Bhinneka Tunggal Ika diharapkan tidak hanya menjadi slogan belaka, melainkan panduan jiwa yang diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari, dan masuk dalam pedoman penghayatan Pancasila.
- Landasan Persatuan: Semboyan ini adalah dasar untuk mewujudkan persatuan dan kesatuan nasional.
- Asal-usul: Istilah ini berasal dari bahasa Sansekerta, yang dirinci dari kata *bhinna* (berbeda), *ika* (itu), *tunggal* (satu), dan *ika* (itu).

Kesimpulan, *Bhinneka Tunggal Ika* adalah jargon/semboyan resmi negara yang memiliki makna mendalam bagi integrasi nasional.

Tentang Pancasila adalah sbb:

Ringkasan AI menyatakan bahwa Pancasila *bukanlah sebuah jargon*, melainkan sebagai dasar negara, ideologi, dan falsafah hidup bangsa Indonesia nan resmi yang harus diimplementasikan oleh semua kabinet/presiden, sebagai dasar alokasi APBN dan tupoksi K/L dalam kehidupan nyata. Pancasila sesungguhnya adalah fondasi ekonomi berkeadilan dan pemersatu bangsa yang harus dihayati dan diamalkan, bukan sekadar jargon dihafal/diucapkan.

Berikut adalah butir penting mengenai posisi Pancasila:

- Bukan Sekadar Jargon: Pancasila sering dikritik turun harkat menjadi slogan atau jargon, sarana bertanam tebu di bibir, khususnya dalam konten politik atau kampanye pemilu, walau esensinya jauh melampaui persepsi keliru itu, penerapan pancasila harus masuk rencana kerja & APBN tiap kabinet .
- Dasar Filosofis (Philosophical Foundation): Pancasila adalah *philosophische grondslag* atau *weltanschauung* (pandangan hidup) yang dirumuskan oleh pendiri bangsa.
- Pentingnya Implementasi: Pancasila harus diimplementasikan secara konsisten dalam seluruh aspek kehidupan NKRI, termasuk dalam perilaku sosial, dunia maya, dan kebijakan ekonomi, butir belanja dalam APBN/D tahunan.
- Kritik Sosial: Kritik muncul ketika nilai-nilai Pancasila sekadar diucapkan oleh pejabat publik, namun tidak berdampak pada kehidupan sosial sehari-hari.

Pancasila sering disalahgunakan sehingga jatuh harkat sebagai jargon yang dangkal, namun fungsinya yang sesungguhnya adalah sebagai fondasi ekonomi berkeadilan sosial dan pandangan hidup NKRI.

8. Swiss: "*Freiheit, Gleichheit, Brüderlichkeit*" (Variasi Jerman)

- Konteks: Konstitusi Swiss.
- Makna: Menekankan pada pentingnya demokrasi dan kedaulatan wilayah.

Jargon-jargon bangsa/negara tersebut di atas sering disebut sebagai frasa konstitusional yang mengikat secara moral dan politis, dasar warga negara memahami inti dari dokumen hukum yang kompleks.

JARGON YANG KONON BERTERIMA INTERNASIONAL

Ringkasan AI menyatakan bahwa jargon yang berterima secara internasional adalah istilah, frasa, atau slogan yang dipahami, digunakan, dan diakui maknanya melampaui batas negara dan bahasa, seringkali didorong oleh budaya pop, bisnis, atau teknologi global.

Berikut adalah contoh nyata jargon berterima internasional:

1. Jargon Bisnis & Profesional (Bahasa Inggris)

- "*Thinking out of the box*": Berpikir kreatif atau inovatif, tidak terbatas pada aturan konvensional. Misalnya APBN tahunan di ikat dalam sasaran jangka menengah dan panjang negara.
- "*Win-win solution*": Penyelesaian masalah yang menguntungkan semua pihak yang terlibat, misalnya APBN bantuan sosial dan kesejahteraan sosial harus adil merata.
- "*ASAP (As Soon As Possible)*": Ungkapan untuk meminta sesuatu dilakukan secepat mungkin, misalnya bantuan pascabencana alam.

- *"Circle back"*: Jargon untuk mendiskusikan kembali suatu topik di waktu mendatang.
2. Jargon Teknologi & Startup
 - *"Scalable"*: Istilah untuk bisnis atau teknologi yang bisa ditingkatkan skalanya dengan mudah.
 - *"Unicorn"*: Sebutan untuk perusahaan rintisan (startup) yang bernilai di atas US\$ 1 miliar.
 - *"User-friendly"*: Istilah yang menandakan produk atau aplikasi ramah pengguna cq mudah digunakan oleh siapa saja.
 3. Jargon Pop Culture & Slogan Perusahaan
 - *"Just Do It"* (Nike): Slogan yang dipahami secara global sebagai dorongan untuk beraksi segera tanpa ragu.
 - *"I'm Lovin' It"* (McDonald's): Jargon yang menandakan kepuasan atau kesenangan pelanggan.
 - *"Because you're worth it"* (L'oreal): Slogan yang melambangkan penghargaan pada pelanggan.
 4. Jargon Komunikasi & Internet (Bahasa Inggris)
 - *"You're welcome"*: Respon standar global untuk ucapan terima kasih.
 - *"No problem"*: Jawaban santai yang diterima secara internasional untuk menggantikan "sama-sama" atau "Tks kembali".
 - *"OMG"* (*Oh My God*): Ekspresi terkejut yang digunakan di berbagai belahan dunia melalui pesan singkat.

Jargon-jargon tersebut seringkali menjadi bahasa universal dalam industri tertentu atau masyarakat umum, karena efisiensinya dalam menyampaikan makna yang kompleks secara singkat.

Pada dunia akuntansi, ringkasan AI menyatakan bahwa frasa "One World, One Standard" (Satu Dunia, Satu Standar) tergolong sebagai jargon atau slogan pemasaran/ideologis dalam dunia akuntansi internasional, khususnya yang berkaitan dengan IFRS (*International Financial Reporting Standards*).

Berikut adalah penjelasan mengapa frasa tersebut dianggap jargon/slogan:

- Bukan Standar Teknis: *"One World, One Standard"* bukanlah nama standar akuntansi resmi yang dikeluarkan oleh IASB (International Accounting Standards Board), adalah jargon yang digunakan untuk menggambarkan visi atau tujuan jangka panjang IFRS cq komunikasi LK antarbangsa di muka bumi.
- Tujuan IFRS: Frasa ini merepresentasikan tujuan untuk mencapai konvergensi standar akuntansi global, di mana semua negara diharapkan menggunakan satu set standar pelaporan keuangan yang sama, yaitu IFRS, guna mempermudah perbandingan laporan keuangan antarbangsa.
- Konteks Konvergensi: Istilah ini sering muncul dalam diskusi mengenai usaha menyatukan standar akuntansi yang berbeda (seperti IFRS dan US GAAP) menjadi satu set standar yang terkonvergensi.
- Pemasaran Global: Slogan ini menekankan manfaat transparansi, konsistensi, dan efisiensi pasar modal global bila semua LK bangsa-bangsa berbasis IFRS.

JARGON KABINET NKRI 2026

Ringkasan AI menyatakan bahwa jargon utama kabinet Prabowo Subianto adalah "Kabinet Merah Putih" yang mengusung semangat keberlanjutan dari pemerintahan sebelumnya. Fokus utamanya mencakup Asta Cita (delapan misi), swasembada pangan dan energi, hilirisasi industri, serta peningkatan pertumbuhan ekonomi menuju Indonesia Emas 2045.

Jargon dan Prinsip Kabinet Merah Putih:

- Kabinet Merah Putih: Nama resmi kabinet yang mencerminkan persatuan dan semangat nasionalisme.
- Asta Cita: Delapan misi utama pemerintahan Prabowo-Gibran, meliputi penguatan ideologi, pertahanan, kemandirian bangsa (pangan, energi, air), hilirisasi, pembangunan desa, serta reformasi politik dan hukum.
- Keberlanjutan: Menegaskan komitmen untuk melanjutkan program-program strategis pemerintahan Presiden Joko Widodo.
- *Ing Ngarsa Sung Tulada*: Asas kepemimpinan yang ditekankan Prabowo kepada anggota kabinet, artinya di depan memberi teladan.
- *Swasembada Pangan dan Energi*: Fokus utama kemandirian nasional.
- Menuju *Indonesia Emas 2045*: Visi jangka panjang untuk menjadikan Indonesia sebagai salah satu kekuatan ekonomi dunia.
- Efisiensi dan Hasil: Meski dijuluki kabinet gemuk, Prabowo menekankan hasil nyata daripada jumlah kementerian.

Asta Cita juga menekankan pembangunan dari desa, pemberantasan kemiskinan, korupsi, serta pemberdayaan manusia melalui pendidikan dan kesehatan.

JARGON KAMPANYE POLITIK

Sebagai contoh, OK OCE (One Kecamatan One Center of Entrepreneurship) sering dianggap sebagai sebuah jargon atau slogan kampanye politik dan bisnis.

Berikut adalah poin-poin penjelasannya berdasarkan informasi yang ada:

- Jargon/Slogan Politik & Bisnis: OK OCE bermula sebagai jargon kampanye yang dirancang untuk menarik perhatian publik (branding) dan mencerminkan visi penciptaan lapangan kerja.
- Gerakan Kewirausahaan: Setelah kampanye, OK OCE bertransformasi menjadi ekosistem inkubasi bisnis berbasis komunitas yang bertujuan meningkatkan kualitas hidup masyarakat Indonesia.
- Istilah Khas: OK OCE digunakan sebagai istilah khusus (jargon) dalam dunia UMKM dan komunitas pendampingan usaha yang didirikan oleh Sandiaga Uno.

Singkatnya, OK OCE awalnya adalah jargon kampanye, namun berkembang menjadi sebuah gerakan sosial kewirausahaan yang aktif.

JARGON NEGATIF

Jargon bernuansa SARA, pelecehan lisan atau *verbal abuse* halus/kasar memiliki berbagai persamaan istilah (sinonim) dan jargon yang umum digunakan untuk menggambarkan tindakan merendahkan, menyakitkan bagi alamat sergahan lisan.

Berikut adalah beberapa persamaan jargon dan istilah terkait pelecehan lisan:

1. Istilah Umum & Sinonim:

- Kekerasan Verbal (*Verbal Abuse*): Tindakan menyakiti orang lain dengan kata-kata, seperti berteriak, menghina, atau mengejek.
 - Pelecehan Seksual Verbal: Komentar bernada seksual atau nonseksual yang tidak diinginkan pendengar.
 - Cercaan/Omelan: Ucapan yang mendiskreditkan alamat/tujuan secara agresif.
 - Penghinaan/Celaan: Kata-kata yang merendahkan diri seseorang.
2. Jargon Spesifik (Terutama di Ruang Publik):
- *Catcalling*: Siulan, panggilan, atau komentar bernada seksual/merendahkan di ruang publik (sering dianggap "candaan" padahal pelecehan), misalnya menyuji orang lewat.
 - *Rape Jokes/Seksist Humor*: Lelucon bernuansa kekerasan seksual atau seksis yang membuat korban tidak nyaman, misalnya mengancam/menyentuh korban.
 - *Street Harassment*: Pelecehan lisan dan perbuatan yang terjadi di jalanan atau tempat umum.
 - Kekerasan Simbolik: Penggunaan/pengucapan istilah sosiologis bernuansa SARA dan gender sebagai praktik kekerasan nonfisik, termasuk ucapan berkonotasi menindas target karena adanya relasi dengan pihak berkuasa.

Jargon-jargon tersebut berfokus pada dampak psikologis dan emosional yang ditimbulkan oleh ucapan pelaku ujaran kepada korban untuk mengganggu fisik-mental dan rasa aman target.

JARGON MILENIAL

Jargon milenial digunakan generasi milenial atau bahasa gaul milenial, misalnya:

1. YGY. Yang terbaru dan lagi banyak dipakai. YGY adalah singkatan Ya *Guys* Ya, Ya Ges Ya, atau Ya Gaes ya.
2. Sabi. Biasa digunakan dalam percakapan di media sosial atau *chatting*. Sabi sendiri artinya adalah bisa atau mampu. Misalnya ketika ditantang sesuatu oleh teman, kita bisa membalasnya "sabi lah!".
3. TBL. Salah satu istilah yang populer yakni TBL yang merupakan singkatan dari "Takut Banget Loh".
4. *Ghosting*. *Ghosting* adalah istilah dalam percintaan yang digunakan saat seseorang meninggalkan pasangan atau calon pacarnya tanpa adanya alasan yang jelas.
5. *Spill*. "*Spill* dong!". Jika ada yang mengatakan hal itu, itu berarti ia memintamu memberitahukan tentang sesuatu. Biasanya ini digunakan untuk mengungkapkan cerita tentang aib seseorang.
6. OOT. Lagi bicara topik A, tapi tiba-tiba ingin membicarakan hal lain. Biasanya ini disebut OOT yang merupakan singkatan dari *out of topic*.
7. *Salty*. *Salty* adalah bahasa slang hasil dari garam (salt). Biasanya digunakan untuk mengomentari (pernyataan kesal) atas pernyataan (tweet atau komentar) di media sosial. Ahli bahasa Indonesia, yaitu Ivan Lanin, salty merupakan di-*salty*-in = disindir; dicela. Tampaknya "asin" (*salty*) dimaknai sebagai celaan. Terkadang ditemukan ungkahan di media sosial dengan keterangan "*no salty* yah" yang berarti jangan mencela yah.
8. Pargoy. Istilah yang berawal dari anak-anak TikTok. Pargoy merupakan singkatan dari *party goyang*. Karena kebanyakan anak TikTok senang berjoget mengikuti irama lagu tertentu.

9. *Insecure*. Istilah ini sih artinya kurang lebih sama dengan pengertiannya dalam bahasa Inggris yakni merasa kurang aman. Biasanya digunakan dalam konteks percakapan orang yang sedang merasa kurang percaya diri.
10. Bund. Kependekan dari kata bunda. Biasanya digunakan untuk menyapa teman lain dalam bentuk yang berbeda. "Lagi sibuk, apa sih bund?".
11. *Bestie*. Sebutan untuk sahabat. Biasanya disematkan di antara pertemanan perempuan.
12. Gemoy. Plesetan dari kata gemas. Biasanya dikatakan saat melihat sesuatu yang lucu atau menggemaskan.
13. POV. POV singkatan istilah dalam bahasa Inggris yakni *Point of View*.
14. Ngab. Ngab adalah sapaan yang populer di media sosial. Artinya adalah Bang. Sama seperti sapaan bro yang berarti brother.
15. *Hyung*. Panggilan untuk kakak laki-laki dalam bahasa Korea.
16. Jamet. Jamet awalnya adalah singkatan dari jajal metal biasanya digunakan untuk orang-orang yang dianggap berpenampilan seperti personil band metal. Baik pakaian, aksesoris, maupun riasan yang digunakan sama sekali tidak memberikan kesan keren. Jamet diartikan sebagai norak. Jika dulu dikenal sebagai 'alay', kini menjadi jamet.
17. SBL. SBL merupakan singkatan dari Sebel Banget Loh.
18. NBL. NBL merupakan singkatan dari Ngakak Banget Loh.
19. LBH. LBH merupakan singkatan dari Love Banget Loch. Ditujukan sebagai ungkapan perasaan saat seseorang menyukai sesuatu.
20. Ngokey. Ini merupakan slang dari kata okay alias oke.
21. PAP. PAP merupakan singkatan dari *post a picture* biasa digunakan ketika meminta sebuah foto.
22. GA. GA adalah singkatan dari *Give Away* karena saat ini banyak akun yang melakukan *giveaway* untuk berinteraksi dengan para *followers*-nya.
23. Moots. Moots adalah kata lain dari 'mutual' dan berarti dua akun yang saling mengikuti satu sama lain. Istilah ini populer di Twitter.
24. Sambat. Bahasa gaul dari bahasa Jawa yang berarti mengeluh.
25. RL. RL merupakan singkatan dari kata '*Real Life*' yang berarti kehidupan nyata.
26. *Tweet*. *Tweet* adalah pesan yang diunggah di media sosial Twitter.
27. *Thread*. *Thread* merupakan tweet berseri atau bersambung yang membahas topik tertentu. Biasanya digunakan untuk membahas sesuatu yang tidak bisa dijelaskan lewat satu *tweet*.
28. JB. JB atau JBBB merupakan istilah yang memiliki arti join bareng. Biasa digunakan di Twitter saat ada sebuah obrolan atau thread lalu kamu ingin ikut nimbrung atau membalasnya.
29. *Alter*. Istilah *alter* merujuk pada kepribadian yang berbeda dengan yang biasa ditampilkan. Misalnya ada akun *alter*, maka itu merupakan akun yang membuat pemiliknya bisa menunjukkan kepribadian lain yang berbeda.
30. Nder. Nder merupakan kependekan dari *sender* yang artinya pengirim atau pembuat tweet. Ketika ada orang lain berkomentar, ia akan memanggil pembuat *tweet* tersebut dengan panggilan *nder*.
31. SJW. Singkatan dari *Social Justice Warrior* atau pejuang keadilan sosial. Disematkan pada orang yang melakukan pembelaan atas sesuatu yang tidak adil. Namun kerap juga dijadikan julukan bagi orang yang selalu merasa benar secara berlebihan dan menganggap orang yang berlawanan dengan ideologinya selalu salah.

32. Menfess. Singkatan dari *mention confess* yang merupakan pesan yang ingin disampaikan kepada seseorang tanpa mengungkapkan identitas pengirim.
33. Spill The Tea. *Spill The Tea* atau tumpahkan tehnya merupakan istilah yang dipakai untuk mengungkap sesuatu yang belum banyak diketahui oleh banyak orang.
34. BU. BU merupakan singkatan dari butuh uang.
35. BM. BM merupakan singkatan dari banyak mau.

Ringkasan AI mengungkapkan bahwa jargon atau slang yang dipopulerkan oleh generasi milenial (kelahiran 1980-an hingga pertengahan 1990-an/awal 2000-an) sering kali berfokus pada ekspresi diri, kehidupan digital, dan gaya hidup santai. Meskipun banyak di antaranya kini dianggap "*cringe*" atau ketinggalan zaman oleh Gen Z, istilah-istilah ini sempat mendominasi budaya internet dunia.

Berikut adalah beberapa jargon milenial paling populer di dunia:

1. *Adulting*. Istilah ini digunakan untuk menggambarkan perilaku bertanggung jawab seperti orang dewasa, seperti membayar tagihan, mencuci baju, atau memasak, yang sering kali dianggap berat oleh milenial.
2. YOLO (*You Only Live Once*). Dipopulerkan oleh lagu Drake, frasa ini menjadi pembenaran untuk mengambil risiko atau melakukan sesuatu yang gila, sering kali digunakan saat merencanakan liburan spontan atau pembelian impulsif.
3. FOMO (*Fear of Missing Out*). Rasa takut tertinggal tren atau acara seru yang sedang diikuti orang lain di media sosial. Hal ini memicu milenial untuk selalu *up-to-date*.
4. *Slay*. Dulu populer digunakan untuk memuji seseorang yang melakukan sesuatu dengan sangat baik, terlihat memukau, atau sangat percaya diri.
5. *Lit*. Kata yang digunakan untuk menggambarkan sesuatu yang sangat keren, seru, atau menakutkan (misalnya, "Pesta tadi malam *lit* banget!").
6. *Ghosting*. Fenomena memutuskan komunikasi secara tiba-tiba tanpa penjelasan, biasanya dalam konteks kencan, dengan cara menghilang begitu saja.
7. *Basic*. Sebutan untuk seseorang yang menyukai hal-hal yang populer, umum, atau pasaran tanpa keunikan khusus (contoh: menyukai *pumpkin spice latte* di musim gugur).
8. *On Fleek*. Istilah yang awalnya digunakan untuk menggambarkan alis yang terbentuk sempurna, namun kemudian dipakai untuk memuji penampilan yang *flawless*.
9. *Bae*. Panggilan sayang untuk kekasih atau orang terdekat, singkatan dari "*Before Anyone Else*".
10. *I Did a Thing*. Frasa yang digunakan saat memposting foto hasil pencapaian, pembelian besar, atau perubahan hidup (contoh: membeli mobil baru atau menato diri).

Jargon Milenial khas Indonesia antara lain:

- Mantul: Mantap betul.
- Baper: Bawa perasaan.
- Woles: Santai (kebalikan dari selow).

Istilah-istilah tersebut sering muncul dalam budaya *pop* dan media sosial, membentuk cara berkomunikasi generasi tersebut.

Jargon wanita milenial sebagai berikut.

Berdasarkan tren budaya pop dan pemberdayaan perempuan terkini, jargon yang paling populer dan sering digunakan oleh milenial serta Gen Z di dunia, khususnya dalam konteks

wanita, sering kali berfokus pada kekuatan, kemandirian, dan dukungan antarsesama (*women empowerment*).

Berikut adalah beberapa jargon milenial wanita paling populer:



- "*Girl Boss*" / "*Girlboss*": Jargon ini merujuk pada perempuan yang memegang kendali atas hidup dan kariernya sendiri, sering kali sukses dalam bisnis.
- "*Women Empowerment*": Istilah fundamental yang menekankan pada kekuatan, ketangguhan, dan inspirasi perempuan sebagai fondasi kemajuan.
- "*Girl Power*": Ungkapan klasik yang terus bertahan untuk menunjukkan solidaritas dan kekuatan perempuan.
- "*Support System*": Sering digunakan dalam konteks wanita mendukung wanita lain (pertemanan, karier, emosional).
- "*Self-Care*" / "*Self-Love*": Jargon yang menekankan pentingnya menjaga kesehatan mental dan fisik diri sendiri sebelum membantu orang lain.

Dalam konteks yang lebih spesifik seperti yang sering terlihat di media sosial, istilah-istilah ini sering dikaitkan dengan perjuangan, kesetaraan, dan kesuksesan, baik di Indonesia maupun global.

Jargon Pria Milenial sbb:

Bagaimana jargon khas pria milenial? Berdasarkan tren budaya pop dan slang internet saat ini, berikut adalah jenis pria yang populer dan menjadi jargon di kalangan milenial serta Gen Z, seringkali dikaitkan dengan perilaku atau persona mereka di media sosial:

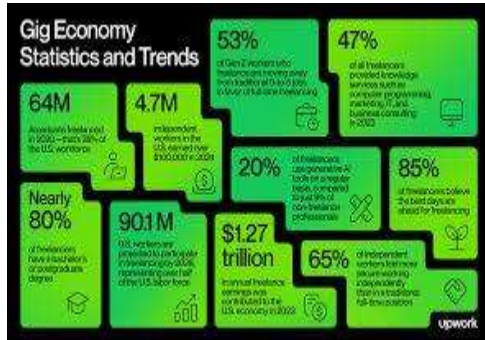
- *Rizzler* / *Rizz* (dari kata *Rizz-Charisma*): Pria yang memiliki kemampuan luar biasa dalam merayu, memikat, atau mendekati lawan jenis (punya *rizz* tinggi).
- *Soft Boy*: Istilah untuk pria yang sensitif, artistik, dan peka. Sering digambarkan sebagai pria yang menghargai emosi, tidak terlalu maskulin secara tradisional, dan sering berpakaian estetik atau kasual rapi.
- *Sigma Male*: Berbeda dengan *Alpha* yang ingin memimpin kerumunan, *Sigma* adalah pria yang populer, sukses, dan mandiri, namun lebih suka menyendiri (*lone wolf*). Ia *introvert* yang disegani.
- *Simp*: Istilah slang untuk pria yang melakukan terlalu banyak hal demi mendapatkan perhatian atau kasih sayang dari wanita, sering kali berlebihan.
- *Guy Next Door* / "*Nice Guy*": Pria yang digambarkan ramah, jujur, dan mudah didekati. Namun, istilah ini kadang bergeser menjadi ironi jika "kebaikannya" hanya taktik untuk mendekati wanita.
- "*Glow Up*" *Guy*: Pria yang dulunya terlihat biasa saja atau kurang percaya diri, namun berubah menjadi sangat menarik, sukses, atau percaya diri secara fisik dan mental.

Istilah-istilah tersebut sering muncul dalam percakapan sehari-hari maupun konten di media sosial untuk menggambarkan tipe kepribadian atau cara pria membawa diri di era modern.

Ujaran generasi hilang sbb:

Ujaran bagi generasi nan hilang sebagai berikut. Generasi Milenial (kelahiran 1981-1996) sering dijuluki sebagai generasi yang "hilang arah" atau terhimpit krisis, terutama karena mereka mengalami krisis ekonomi (resesi 2008 & pandemi), tekanan biaya hidup, dan disrupsi teknologi di usia produktif.

Berikut adalah jargon dan istilah populer global yang menggambarkan kondisi "generasi nan



hilang" tersebut:

1. *Squeeze Generation* (Generasi Terhimpit). Istilah ini menggambarkan milenial yang terjepit secara finansial. Mereka harus membiayai anak, mencicil hutang pendidikan/rumah, sekaligus menanggung kebutuhan orang tua mereka yang mulai lanjut usia (Baby Boomers).
2. *"Burnout Generation"* (Generasi Hangus). Dipopulerkan oleh Anne Helen Petersen, jargon ini menggambarkan generasi yang selalu merasa lelah, stres, dan kewalahan. Mereka terobsesi dengan produktivitas karena merasa harus "mengejar" standar kesuksesan yang mustahil dicapai.
3. *"Adulthood is Hard"* (Menjadi Dewasa itu Susah). Ungkapan umum yang digunakan milenial untuk menyindir betapa sulitnya melakukan tugas-tugas orang dewasa dasar, seperti membayar pajak, mengelola keuangan, atau mengurus rumah, yang dirasa lebih sulit daripada generasi sebelumnya.
4. *"Situationship"* (Situasi Hubungan Tak Jelas). Jargon yang menggambarkan hubungan romantis yang tidak memiliki status atau komitmen jelas. Ini mencerminkan ketidakpastian dan ketakutan milenial akan komitmen jangka panjang di tengah dunia yang serba tidak pasti.
5. *"Languishing"* (Hidup Hampa dan/atau *Stuck*). Istilah psikologi yang menjadi jargon milenial untuk menggambarkan kondisi tidak depresi, tetapi juga tidak berkembang (*stuck*). Hidup terasa hampa, kehilangan makna, dan kehilangan arah hidup.
6. *"Gig Economy"* & *"Side Hustle"*. Sebagai akibat dari krisis ekonomi, banyak milenial kehilangan pekerjaan tetap atau tidak mampu memenuhi kebutuhan dari satu sumber pendapatan. *Gig economy* dan *side hustle* menjadi identitas milenial yang harus bekerja *multitasking*.
7. *"FOMO"* (*Fear of Missing Out*). Rasa takut ketinggalan tren atau kesuksesan orang lain yang sering dilihat di media sosial. Hal ini memicu kecemasan dan perasaan bahwa hidup mereka tidak seberhasil teman sebaya lainnya.
8. *"Boomer Remover"* (istilah satire era pandemi). Jargon gelap yang sempat muncul di awal pandemi COVID-19. Ini mencerminkan gesekan antargenerasi, di mana milenial merasa boomers tidak adaptif, namun boomers menganggap milenial manja.

Sebagian jargon tersebut mungkin muncul dari perasaan tidak berdaya, kebutuhan akan validasi, dan keharusan untuk beradaptasi dengan cepat di lingkungan yang berubah drastis.

Jargon siswa akuntansi sbb:

Terdapat jargon gaul anak-anak jurusan akuntansi, seperti "*Katanya akuntansi elit, tapi balancing aja sulit.*" (Sindiran saat neraca tidak seimbang); "*Katanya enggak pelit, tapi kok masih kredit.*" (Permainan kata pada akun kredit), "Sesal dahulu pendapatan, sesal kemudian pengeluaran." atau "Sesal dahulu dikoreksi, sesal kemudian dapat opini audit buruk". *One world one standard*, menjadi *one world one girl friend*. *Matching cost against revenue*, menjadi *matchingin* lu sama gue, mau enggak. Rahasia kaya, selalu debit tak pernah kredit. Nraktir itu



uang muka, kalo ingin dapet. Traktiran lu nggak material, bukan investasi untuk jadian. Dan banyak lagi.

JARGON MONOXIDE THEORY

Bagian makalah ini mengambil hikmah karya tulis berjudul *The Friction Project (How a smart leader make the right thing easier and the wrong thing harder)*, karangan Robert I. Suttaon & Huggy Rao, 2024.

Polly LaBarre memilih istilah jargon *monoxide* sebagai turunan inspiratif istilah *carbon monoxide*, untuk menjelaskan istilah nan dangkal, keliru, menyesatkan atau nirmakna ciptaan berbagai pemimpin bangsa, *guru*, politisi, dan selebriti yang dangkal, keliru, berbunga-bunga/busa/berumbai-rumbai, istilah nan rumpang makna (*hollow*), istilah menyesatkan atau nirmakna, yang menjadi populer mungkin karena dicetuskan tokoh populer, terasa unik, baru dan terasa segar, yang berisiko menyebabkan kesesatan/kebutaan massal, membuat masalah sulit dipecahkan.

Monoksida kebahasaan mencakup:

- (1) Bingkisan/rangkaian sampah kata perspektif menggunakan gabungan/ramuan berbagai istilah khusus nan jarang dipakai, mempunyai multimakna, keruh (mengandung kebencian, kecemasan/kegilaan, bisosiasi, tak-pasti, yang berisiko tak mungkin/sulit/keliru disimpulkan dan/atau berisiko membelokkan/memutarbalik hakikat kebenaran sejati).
- (2) Omong kosong di antara individu pencipta/pemasok/penggemar/konsumen omong kosong. Sebagai catatan aneh tapi nyata, mengapa omong kosong terbatas tertentu

ternyata juga bermanfaat; riset menemukan bahwa masyarakat lebih menyukai paparan/penjelasan lebih panjang lebar atas suatu produk/jasa baru/diperbarui, walau tak menambah kedalaman pemahaman. Secara aneh, masyarakat memersepsi lebih banyak keterangan sebagai lebih banyak fitur/manfaat produk/jasa tersebut.

- (3) Istilah yang muncul sebagai bahasa khusus sekelompok manusia dalam lingkungan tertutup, yang tak butuh keikutsertaan pihak luar lingkungan tersebut.
- (4) Sindrom keracunan massal jargon tertentu atas sebuah masyarakat cukup luas.

PENUTUP

Jargon berkualitas tinggi adalah istilah teknis atau frasa khusus yang digunakan oleh kelompok tertentu (profesi, komunitas, atau organisasi) agar efektivitas mencapai tujuan jargon, meningkatkan efisiensi komunikasi.

Berikut adalah ciri-ciri jargon berkualitas tinggi berdasarkan konteks penggunaan yang efektif:

- Tujuan jargon nan jelas, penciptaan jargon untuk mencapai tujuan tersebut.
Contoh tujuan:
 - Sebagai alat pemersatu, mencipta fokus perhatian dan optimalisasi energi pengguna jargon.
 - Mempunyai daya stimulan euforia/semangat sebagai pemicu/pembangkit/penggerak kekuatan massal dan daya juang.
 - Contoh: Merdeka atau Mati, Demokrasi dan Pemilu Harga Mati.
- Spesifik dan Fungsional (Teknis): Jargon berkualitas tinggi merujuk pada istilah teknis yang sangat khusus dalam bidang atau profesi tertentu. Ini membantu menjelaskan konsep rumit secara efisien di antara orang-orang yang memiliki latar belakang pengetahuan yang sama.
- Efisien dan Kompak: Jargon sering kali berbentuk frasa atau kata tunggal yang menggantikan penjelasan panjang, sehingga membuat komunikasi lebih cepat dan ringkas.
- Membangun Semangat dan Identitas: Jargon sering digunakan dalam kelompok (misalnya tim kerja, mahasiswa/ospek) untuk meningkatkan kekompakan, semangat, dan rasa solidaritas anggota.
- Mudah Diingat (Unik): Jargon kampanye atau komunitas yang baik memiliki sifat unik, menarik, dan gampang diingat agar viral atau dikenal luas.
- Penyampai Pesan yang Jelas di Dalam Kelompok: Walau mungkin tidak dimengerti oleh orang luar, jargon berkualitas tinggi harus dimengerti secara utuh oleh anggota kelompok sosial atau pekerja yang menggunakannya.
- Meningkatkan Kredibilitas (dalam Konteks Tepat): Penggunaan jargon yang tepat di lingkungan profesional dapat meningkatkan kredibilitas dan menunjukkan keahlian khusus.

Jargon berkualitas tinggi menghilangkan kebingungan, memudahkan komunikasi teknis antar profesional tersebut.