Eksplorasi Komunikasi Generasi Alpha: Perubahan Bahasa Pergaulan Dalam Komunikasi Digital

[1*]Tia Kharisma Asnasari, [2]Nanda Utaridah, [3]Purwanto Putra, [4]Feri Ferdaus [5]Ibrahim Besar

[1]Universitas Lampung, Indonesia
[2]Universitas Lampung, Indonesia
[3]Univesitas Lampung, Indonesia
[4]Universitas Lampung, Indonesia
[5]Universitas Lampung, Indonesia
[1*]2426031034@students.unila.ac.id, [2]nanda.utaridah@fisip.unila.ac.id,
[3]purwanto.putra@fisip.unila.ac.id , [4]feri.ferdaus@fisip.unila.ac.id,
[5]ibrahim.besar@fisip.unila.ac.id

Tanggal Submit: 09-10-2025 Tanggal diterima: 13-10-2025 Tanggal Terbit: 15-10-2025

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi fenomena perubahan bahasa dalam komunikasi digital yang dilakukan oleh Generasi Alpha, yakni generasi yang lahir setelah tahun 2010 dan tumbuh dalam lingkungan digital yang sangat intens. Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif yang eksploratif dan merujuk pada teori komunikasi interpersonal serta teori Marshall McLuhan tentang teknologi dan bahasa, penelitian ini menganalisis bagaimana Generasi Alpha membentuk dan menggunakan bahasa visual serta digital di platform media sosial seperti *TikTok* dan *Instagram*. Data yang digunakan diperoleh melalui studi pustaka dan analisis konten dari berbagai platform digital, secara khusus menyoroti bahasa gaul sebagai bentuk ekspresi simbolik Gen Alpha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahasa yang digunakan oleh Generasi Alpha tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai alat untuk membentuk identitas sosial, mengekspresikan emosi, serta mencerminkan dinamika budaya populer digital. Hasil penelitian ini menekankan bahwa media digital berperan sebagai agen transformasi linguistik dan sosial, di mana komunikasi interpersonal dalam bentuk digital menjadi medium untuk melakukan negosiasi makna, keberadaan kelompok, dan membentuk komunitas online. Penelitian ini merekomendasikan pentingnya pemahaman lintas generasi terhadap bentuk-bentuk komunikasi baru guna menciptakan hubungan sosial yang inklusif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi komunikasi.

Kata kunci: Generasi Alpha, komunikasi digital, bahasa slang, media sosial, komunikasi interpersonal.

Abstract: This study aims to explore the phenomenon of language change in digital communication carried out by Generation Alpha, namely the generation born after 2010 and growing up in a very intense digital environment. This study adopts an exploratory qualitative approach and refers to interpersonal communication theory and Marshall McLuhan's theory of technology and language, this study analyzes how Generation Alpha forms and uses visual and digital language on social media platforms such as TikTok and Instagram. The data used were obtained through literature studies and content analysis from various digital platforms, specifically highlighting slang as a form of symbolic expression of Gen Alpha. The results of the study show that the language used by Generation Alpha not only functions as a means of communication, but also as a tool to form social identity, express emotions, and reflect the dynamics of digital popular culture. The results of this study emphasize that digital media acts as an agent of linguistic and social transformation, where interpersonal communication in digital form becomes a medium for negotiating meaning, group existence, and forming online communities. This study recommends the importance of cross-generational understanding of new forms of communication in order to create inclusive and adaptive social relationships to the development of communication technology.

Keywords: Generation Alpha, digital communication, slang, social media, interpersonal communication

PENDAHULUAN

Anak-anak dalam kelompok Generasi Alpha atau yang akrab disapa Gen Alpha adalah generasi pertama yang lahir pada abad ke-21. Generasi Alpha dicirikan sangat akrab dengan teknologi.[1] Mark McCrindle, seorang peneliti sosial, futuris, dan demografer Australia adalah orang pertama yang mengusulkan istilah Generasi Alpha. McCrindle menyebut Gen Alpha adalah anak-anak dari Generasi Milenial. Generasi Alpha juga kerap disebut adik dari Generasi Z. McCrindle & Fell menyebutkan jika Generasi Alpha tumbuh di masa perubahan yang belum pernah terjadi sebelumnya dan inovasi teknologi yang cepat. Tootell et al menyatakan Generasi Alpha telah diberi label sebagai generasi kaca, pengguna layar, penduduk asli digital, dan generasi yang terhubung atau berkabel, karena hubungan mereka yang dekat dengan teknologi dan inovasi teknologi[2] .Penelitian yang berkaitan dengan perubahan bahasa di era digital, salah satunya ditulis oleh Iswatiningsih penelitian ini mendeskripsikan bentuk bahasa visual dan digital pada Generasi Alpha serta makna bahasa visual dan digital pada Generasi Alpha dalam komunikasi sehari-hari di media sosial[3].

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan sosiolinguistik. Data berupa satuan kebahasaan yang diproduksi Generasi Alpha di media sosial berupa bahasa visual dan digital. Sumber data diperoleh dari platform media sosial *WhatsAp, Twitter, Instagram*, dan *TikTok*. Pengumpulan data dilakukan dengan cara dokumentasi dan tangkapan layar (*screenshot*) keempat aplikasi di media sosial tersebut. Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif berdasarkan temuan data, identifikasi, kategorisasi berdasarkan bentuk dan makna data kemudian melakukan interpretasi dan penyajian data. Hasil penelitian ini menyoroti tiga hal antara lain: (1) Bentuk bahasa visual pada Generasi Alpha diekspresikan dengan penggunaan emoji, GIF meme, dan stiker; (2) Penggunaan bahasa digital oleh Generasi Alpha diekspresikan dalam bentuk singkatan, kata atau frasa, akronim, pemendekan, kata terbalik, dan ungkapan tertulis; dan (3) Makna bahasa visual dan digital pada Generasi Alpha sebagai (a) ekspresi emosi, (b) efisiensi komunikasi, (c) identitas sosial dan budaya; (d) interaksi sosial nonverbal, dan (e) kreativitas komunikasi. Adapun hasil analisis dalam penelitian ini adalah Generasi Alpha menggunakan bahasa visual dan digital untuk memperkaya komunikasi daring mereka. Penggunaan emoji, GIF, meme, stiker, singkatan, akronim, dan bentuk bahasa digital lainnya memungkinkan mereka untuk mengekspresikan emosi, berkomunikasi secara efisien, membangun identitas sosial, berinteraksi secara nonverbal, dan menunjukkan kreativitas.

Penelitian yang dilakukan oleh Iswatiningsih (2024) mengenai bentuk dan makna bahasa visual serta digital pada Generasi Alpha menunjukkan bahwa praktik komunikasi

[1] Fell, A., & McCrindle, M. (2020). *Understanding Generation Alpha*. McCrindle Research.

[2] Cilliers, E. J. (2021). The challenge of teaching Generation Alpha. *International Journal of Teaching and Learning in Higher Education*, 33(1), 1–12.

[3] Iswatiningsih, D., Melati, I. K., & Zahidi, M. K. (2024). DINAMIKA BAHASA VISUAL DAN DIGITAL PADA GENERASI ALPHA DALAM KOMUNIKASI SEHARI-HARI DI MEDIA SOSIAL. *PARAMASASTRA*, *11*(2), 322-338.

generasi ini ditandai oleh penggunaan elemen-elemen visual seperti emoji, GIF, meme serta bentuk bahasa digital seperti singkatan dan akronim. Penemuan ini relevan dengan fokus penelitian ini yang turut menelaah media sosial sebagai ruang simbolik dan interaktif, di mana representasi sosial dibentuk dan dikonstruksi secara visual dan verbal. Iswatiningsih memperlihatkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai medium komunikasi, tetapi juga sebagai wadah produksi makna dan ekspresi identitas sosial. Penelitian berikutnya oleh Putri dan Sofyaningrum (2024) dengan judul penelitian "*Pemaknaan dan Penggunaan Bahasa Gaul oleh Gen Alpha dalam Komunikasi Online di Era Society 5.0*", yang berfokus pada pemahaman hubungan antara bahasa gaul, teknologi, dan identitas sosial di kalangan Gen Alpha, serta dampaknya pada komunikasi digital di era Society 5.0.[4]

Penelitian Putri dan Sofyaningrum menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data dikumpulkan melalui observasi dan analisis konten media sosial seperti *TikTok*, *Instagram*, dan *Twitter*. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Terdapat 35 istilah bahasa gaul yang digunakan oleh Gen Alpha dalam komunikasi digital; (2) Istilah-istilah ini muncul melalui adaptasi, kreativitas, dan peniruan, dengan kreativitas sebagai faktor utama; dan (3) Media sosial memainkan peran besar dalam mempercepat penyebaran istilah-istilah baru. Analisis pada penelitian ini menyatakan bahwa (1) Bahasa gaul mencerminkan dinamika sosial, budaya, dan teknologi dalam kehidupan Gen Alpha; (2) Proses pembentukan bahasa gaul melibatkan adaptasi, kreativitas, dan peniruan dan (3) Media sosial mempercepat perubahan dan penyebaran bahasa gaul secara signifikan. Selanjutnya, penelitian Putri dan Sofyaningrum (2024) memperkuat pemahaman mengenai peran media sosial dalam membentuk dan menyebarluaskan bahasa gaul di kalangan Generasi Alpha. Penelitian tersebut menekankan bahwa kreativitas linguistik serta proses adaptasi dan peniruan merupakan mekanisme utama dalam pembentukan istilah-istilah baru yang mencerminkan dinamika budaya dan teknologi. Temuan ini mendukung kerangka penelitian ini dalam melihat media sosial sebagai ruang produksi diskursus yang aktif, dinamis, dan terpengaruh oleh konteks sosial, termasuk dalam membentuk narasi-narasi tertentu yang berhubungan erat dengan identitas kelompok pengguna media.

Sementara itu, penelitian yang ditulis oleh Utami Maulida yang berjudul "*Pergeseran Makna Kata pada Komunikasi Generasi Alpha sebagai Kontestasi Identitas*" menjelaskan bahwa Generasi Alpha adalah generasi yang tidak terpisahkan dari digitalisasi dan sejak dini generasi Alpha sudah akrab dengan teknologi. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis isi dengan pendekatan kualitatif. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Terjadi pergeseran makna kata pada komunikasi generasi alpha, terutama dalam bentuk peyorasi (penurunan makna); (2) Pergeseran makna ini digunakan sebagai kontestasi identitas di media sosial; (3) Contoh pergeseran makna kata meliputi penggunaan kata "kamu" dan "aku" untuk menggantikan "*loe*" dan "*gue*" (ameliorasi), serta penggunaan kata-kata yang mengalami degradasi makna (peyorasi). Adapun hasil analisis

[4] Putri, I. T., & Sofyaningrum, R. (2024). Pemaknaan dan Penggunaan Bahasa Gaul oleh Gen Alpha dalam Komunikasi Online di Era Society 5.0. *DEIKTIS: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, *4*(4), 871-886

penelitian ini menyatakan sebagai berikut: (1) Generasi alpha cenderung menggunakan bahasa yang mengalami pergeseran makna untuk mendapatkan pengakuan identitas dan dianggap mengikuti tren; dan (2) Faktor-faktor seperti asosiasi dan pengaruh sosial media berperan dalam pergeseran makna kata[5]

Penelitian yang dilakukan oleh Maulida (2022) mengangkat isu pergeseran makna kata dalam komunikasi digital Generasi Alpha sebagai bentuk kontestasi identitas. Dengan pendekatan analisis isi, penelitian tersebut menunjukkan bahwa perubahan makna bahasa, baik berupa peyorasi maupun ameliorasi, merupakan strategi simbolik yang digunakan generasi muda untuk memperoleh pengakuan, menegaskan eksistensi, serta menunjukkan afiliasi budaya tertentu. Pada konteks ini, penelitian Maulida memberikan sumbangan penting terhadap penelitian ini yang turut mempertimbangkan aspek representasi dan ideologi dalam praktik komunikasi digital, khususnya dalam memahami konstruksi identitas melalui wacana yang tersebar di media sosial. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori teknologi dan bahasa milik McLuhan dari tinjauan filsafat ilmu dan teori komunikasi interpersonal. Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah tersebut, diperoleh dua rumusan masalah, pertama peneliti akan menganalisis bagaimana Gen Alpha menggunakan bahasa dalam komunikasi digital, terutama di media sosial. Kedua, peneliti akan menganalisis bagaimana perubahan bahasa yang terjadi di kalangan Gen Alpha memengaruhi interaksi sosial dan pemahaman antar generasi.

Tujuan penelitian ini adalah mengeksplorasi kosa-kata maupun bahasa *slang* yang digunakan oleh Gen Alpha dalam ranah komunikasi digital. Manfaat penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat berkontribusi dalam ilmu komunikasi dan dapat memberikan pengetahuan dan acuan untuk penelitian selanjutnya terkait topik komunikasi interpersonal di ranah media sosial. Selain itu, secara praktis penelitian ini diharapkan dapat menjadi tinjauan bagi generasi-generasi pendahulu Generasi Alpha untuk lebih memperhatikan perkembangan anak-anak Generasi Alpha agar mereka tetap dalam koridor yang positif dan berperilaku sesuai dengan umur mereka. Generasi- generasi pendahulu dari Gen Alpha juga harus mewaspadai bagaimana Gen Alpha berkomunikasi dan bertindak di media sosial. Penelitian ini memiliki kebaharuan dari penelitian-penelitian sebelumnya, karena penelitian sebelumnya belum banyak yang membahas terkait bentuk komunikasi interpersonal yang dilakukan di media sosial terutama pada objek penelitian Generasi Alpha. Sehingga diharapkan penelitian ini dapat menjadi suatu kebaharuan dan acuan untuk penelitian berikutnya.

[5] Maulida, U. (2022). Pergeseran Makna Kata pada Komunikasi Generasi Alpha sebagai Kontestasi Identitas. *Jurnal Bahasa dan Budaya*, 11(2), 78–91.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi eksploratif kualitatif. Alasan menggunakan metode ini karena peneliti ingin melakukan penyelidikan baru yang hanya sedikit diketahui. Penelitian tentang bahasa Gen Alpha terutama dalam konteks komunikasi interpersonal belum banyak dilakukan, sehingga metode studi eksploratif kualitatif dipilih oleh peneliti. Menurut Creswell, metode penelitian ini biasanya menggunakan metode seperti wawancara, kelompok fokus, atau observasi untuk mengumpulkan data deskriptif yang kaya.[6] Hal ini selaras dengan rencana peneliti untuk mengumpulkan dan menghimpun data-data penelitian. Objek dari penelitian ini adalah gaya bahasa anak-anak Generasi Alpha yang digunakan dalam berkomunikasi di media sosial, secara khusus di Instagram dan Tiktok. Tinjauan objek penelitian ini diakses dari berbagai sumber, website, artikel berita, platform media sosial (*Instagram* dan *Tiktok*).

Penelitian ini menggunakan jenis data sekunder. Dikutip dari Jurnal berjudul *"Secondary Data in Research – Uses and Opportunities"*.[7] Boslaugh (2007) mendefinisikan data sekunder adalah setiap kumpulan data yang tidak diperoleh oleh penulis, atau analisis data yang dikumpulkan oleh orang lain[8]. Sumber data sekunder pada penelitian ini berasal dari studi pustaka seperti jurnal dan dokumen penelitian terkait serta data-data yang diambil dari media sosial. Pada proses analisis data, penelitian ini didukung dengan 3 kajian terdahulu yang topiknya berkaitan dengan penelitian ini. Penelitian ini juga menggunakan artikel resmi, website, dan media sosial (*Instagram* dan *Tiktok)*. Penelitian ini melewati tiga proses mulai dari tahap kondensasi data, tahap penyajian data, dan tahap penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kondensasi data mengacu pada proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, pengabstraksian, dan/atau transformasi data yang muncul dalam kumpulan isi catatan lapangan tertulis, transkrip wawancara, dokumen, dan materi empiris lainnya.

Melalui kondensasi data, peneliti dapat memperkuat data. Sedangkan, penyajian data adalah kumpulan informasi yang terorganisasi dan terkompresi yang memungkinkan penarikan kesimpulan dan tindakan. Penelitian ini menggunakan penyajian data berupa gambar, tabel, foto, dan uraian deskripsi Setelah tahap pengumpulan data, kondensasi data dan penyajian data, tahap berikutnya adalah penarikan kesimpulan. Namun perlu diketahui, kesimpulan akhir kemungkinan tidak muncul hingga pengumpulan data selesai. Semua tergantung pada catatan lapangan, metode pengkodean, penyimpanan, dan pengambilan yang digunakan; kecanggihan peneliti; dan tenggat waktu yang perlu dipenuhi.

---

[6] Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.

[7] Fernando Antonio Ribeiro Serra et al. (2018). Secondary data in research – uses and opportunities. *Revista Ibero-Americana de Estratégia*, 17(4), 1–14

[8] Boslaugh, S. (2007). *Secondary data sources for public health: A practical guide*. Cambridge University Press.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Generasi Alpha disebut sebagai generasi yang dekat dengan media sosial. Generasi ini lahir di era penggunaan teknologi digital sangat pesat. Menurut McCrindle seorang peneliti sosial sekaligus orang yang menciptakan sebutan Gen Alpha, mendefinisikan Generasi Alpha sebagai generasi anak-anak saat ini yang mulai lahir pada tahun 2010. Pada artikelnya yang berjudul "*Understanding Generation Alpha*", McCrindle menyatakan lebih dari 2,8 juta lahir secara global setiap minggu. Ketika Generasi Alpha lahir di tahun 2025, jumlah mereka diperkirakan akan lebih dari 2 miliar. McCrindle menyebut mereka akan menjadi generasi terbesar dalam sejarah dunia. Meskipun Generasi Alpha saat adalah generasi termuda, McCrindle menyatakan Generasi Alpha memiliki pengaruh merek dan daya beli di luar usianya. Generasi Alpha juga disebut telah membentuk lanskap media sosial, berupa pengaruh budaya populer dan menjadi konsumen yang sedang berkembang di media sosial[9].

Nama Data	Nilai
13-17	14,4
18-24	34,9
25-34	28,2
35-44	12,8
45-54	6,3
55+	3,4

Gambar 1. Data Pengguna User Tiktok berdasarkan Kelompok Usia (2022)

Sumber: https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/3997760dd2e3fd3/kelompok- anak-muda-jadi-pengguna-terbesar-tiktok-usia-berapa-mereka

Berdasarkan data oleh website *Databooks* yang dikutip dari *Business of App, user* atau pengguna platform *Tiktok* pada tahun 2022, sebagian besar didominasi oleh usia muda. *Business of App* menunjukkan Generasi Alpha masuk ke dalam posisi kelompok usia yang menggunakan aplikasi *Tiktok* terbanyak di rentang usia 13 tahun sampai 17 tahun dan berada pada peringkat ke 3. Generasi Alpha menyumbang sebesar 14,4 persen. Hal ini menunjukkan bahwa Generasi Alpha sudah menjadi generasi yang turut mendominasi

[9] Fell, A., & McCrindle, M. (2020). *Understanding Generation Alpha*. McCrindle Research.

platform media sosial. Menurut McCrindle, terdapat sepuluh fakta menarik mengenai Gen Alpha antara lain sebagai berikut: Pertama, setiap minggunya jumlah anak-anak Gen Alpha yang lahir mencapai 2.8 juta; Kedua, diperkirakan jumlah Generasi Alpha pada tahun 2025 akan mencapai lebih dari 2 milliar dan disebut sebagai generasi terbesar dalam sejarah dunia. Ketiga, Generasi Alpha disebut menjadi kelompok yang mengubah tatanan global dengan jumlah mereka paling banyak di Negara India, China, dan Indonesia. Keempat, Generasi Alpha disebut sebagai anak-anak yang lahir dari Generasi Milenial. Kelima, Generasi Alpha juga dijuluki dengan beberapa label yaitu *Generation Glass*, *Upagers* (pengunggah), *The Alphas*, *Global Gen*, dan *Multi- modals*[10]

Keenam, McCrindle menyatakan ada alasan mengapa dirinya melabeli mereka sebagai Gen Alpha. Hal ini menurut McCrindle karena generasi tersebut mewakili seluruh generasi baru yang lahir sepenuhnya pada abad ke-21. Ketujuh, menurut riset yang dilakukan oleh McCrindle, nama anak laki-laki dari Generasi Alpha terdiri dari Noah, Oliver, dan William. Sedangkan nama anak perempuan dari Generasi Alpha yang paling banyak adalah Olivia, Ava, dan Amelia. Kedelapan, Generasi Alpha sudah terpapar teknologi seperti *Siri* yang ada di *smartphone Iphone*, menggunakan *Apple Watch*, sudah mengerti soal teknologi *Artificial Intelligence*, dan mereka terbiasa menggunakan *Airpods*. Kesembilan, alasan mengapa Generasi Alpha dimulai dari kelahiran 2010, karena generasi tersebut lahir di tahun saat era digitalisasi mulai mendominasi. Kemunculan istilah Generasi Alpha juga beriringan dengan teknologi *Ipad* generasi pertama dan tahun awal kemunculan media sosial *Instagram*. Kesepuluh, Generasi Alpha didominasi dengan smartphone kelas atas seperti Iphone. Generasi ini juga terkenal dengan istilah FOMO (*Fear of Missing Out*). Merujuk dari *Cambridge Dictionary*, FOMO memiliki makna perasaan khawatir jika seseorang mungkin ketinggalan sesuatu menarik yang sedang terjadi, terutama disebabkan oleh hal- hal yang dilihat di media sosial (cambridge)[11] Generasi Alpha juga dikenal sebagai generasi yang gemar menggunakan media sosial yaitu *Snapchat*. Generasi ini dikenal lebih menyukai kegiatan penayangan secara *real time.*

Selain sepuluh fakta yang telah disebut oleh McCrindle, ada beberapa hal menarik dari Generasi Alpha yang tengah marak dibahas di media sosial. Salah satunya adalah bahasa yang digunakan oleh Gen Alpha. Mengutip dari NBC News dalam artikel berita yang berjudul "*Parents and Gen Alpha kids are having unintelligible convos because of brainrot*" *language*", salah satu bahasa Gen Alpha yang kerap didengar di telinga generasi sebelumnya adalah kata "*skibidi*". Istilah ini muncul di kalangan anak-anak di bawah usia 14 tahun. *Skibidi* juga disebut menjadi istilah *slang* pertama yang unik di Generasi Alpha. Berbagai kosa kata yang muncul di media sosial dan digaungkan oleh anak-anak Gen Alpha memiliki latar belakang yang berbeda-beda dan berasal dari berbagai kanal media. Salah satunya kata "*skibidi*", dengan konteks aslinya yaitu *Skibidi Toilet*, berasal dari serial *YouTube Shorts* yang sangat

[10] Fell, A., & McCrindle, M. (2020). *Understanding Generation Alpha*. McCrindle Research. Page

[11] Cambridge Dictionary. (n.d.). *FOMO*. Retrieved April 22, 2025, from https://dictionary.cambridge.org

populer buatan animator asal Georgia, Alexey Gerasimov. Konten ini menggambarkan perang antara toilet dengan kepala manusia dan manusia dengan kamera keamanan sebagai kepala[12]. Setelah fenomena "*skibidi*" ini menyebar kemudian Oxford University Press, yang menobatkan "brain rot" sebagai Word of the Year, mendefinisikannya sebagai konten berkualitas rendah yang ditemukan di media sosial dan internet, serta dampak negatif yang dirasakan setelah mengonsumsinya terhadap individu maupun masyarakat[13].

Maraknya bahasa-bahasa Gen Alpha juga ramai di berbagai platform media sosial salah satunya *Instagram*. Salah satunya akun Instagram @sekolahbianglalabandung secara konsisten menyajikan konten yang menampilkan aktivitas, ekspresi budaya, serta cara berkomunikasi siswa-siswi sekolah dasar. Pada konteks ini, video yang menampilkan penggunaan *slang* Gen Alpha menjadi data otentik yang sangat relevan untuk menganalisis bentuk-bentuk komunikasi kontemporer dari generasi tersebut. Hal ini mendukung eksplorasi terhadap perubahan struktur bahasa, gaya komunikasi, dan ekspresi sosial digital di kalangan usia sekolah dasar. Pada konten video tersebut terlihat dua orang siswi perempuan yang menyebutkan bahasa-bahasa *slang* Gen Alpha antara lain *sigma* (bagus), *big L* (kalah), *rizz* (*romantic*), skibidi (*jelek*), *fanum tax* (mengambil makanan orang lain), *cap* (berbohong), *sus* (sesuatu yang mencurigakan), dan *goat* (yang paling keren). Sementara itu, akun Tiktok milik @easyenglishyureka juga membahas beberapa kosa-kata yang kerap digunakan Gen Alpha, antara lain: *pookie* (panggilan sayang), *delulu* (mengkhayal), *leveling up* (terlihat lebih baik), *ditto* (aku juga), *gucci* (bagus), *fore* (awas), *dirty* (sesuatu yang tidak terpuji), *doozy* (luar biasa), dan *tosh* (omong kosong). Alasan peneliti memilih akun Tiktok @easyenglishyureka karena akun tersebut sering membuat konten-konten edukatif terkait istilah-istilah bahasa *slang* atau gaul yang sedang tren di media sosial. Berikut merupakan rangkuman berbagai kosa-kata dalam bahasa slang Gen Alpha yang juga dikutip dari artikel berita *Parade* berjudul "*55 Gen Alpha Slang Words You Need To Know To Keep from Being 'Beta*'. Artikel tersebut menyebut ada 55 kosa-kata Gen Alpha, kemudian peneliti rangkum dalam tabel berikut:

Kosa-kata Gen Alpha di Media Sosial
Aura/Negative Aura berhubungan dengan pesona atau daya tarik seseorang
Ate artinya melakukan sesuatu dengan baik (digunakan untuk memuji seseorang)
Bassic artinya seseorang yang dianggap membosankan
Bet merujuk pada kata-kata slang untuk menyapakati suatu hal
Bussin artinya sangat bagus, menakjubkan, keren (digunakan saat kondisi menyenangkan)
Brain rot istilah yang merujuk pada kondisi dimana seseorang menghabiskan waktu terlalu banyak di internet dan menonton konten yang memiliki kualitas rendah

[12] Schlott, Rikki. (2024). 'Sticking out your gyat for the rizzler': How to understand your Gen Alpha child. https://nypost.com/2024/04/09/opinion/how-to-understand-a-gen-alpha-child- from-a-confused-zoomer/ diakses pada 9/5/2025 pukul 10:30 WIB

[13] Winter, Jessica. (2024). The Year in Brain Rot: The Web Series "Skibidi Toilet" and its associated lexicon entered my household around March". https://www.newyorker.com/culture/2024-in-review/the-year-in-brain-rot diakses pada 8/5/2025, pukul 13:05 WIB

Bruh artinya bro (teman) dapat digunakan secara kasual baik laki-laki atau perempuan
Bop istilah yang merujuk pada seorang perempuan yang memiliki banyak pria
Cap artinya bohong atau tidak benar
Chad Alpha artinya seseorang yang kuat
Cringe artinya seseorang merasa tidak nyaman
Delulu artinya keyakinan kuat terhadap hal yang tidak benar
Dirty artinya sesuatu yang tidak terpuji (merujuk pada hal yang tidak layak dibicarakan)
Dog Water kondisi seseorang melakukan sesuatu dengan buruk
Doozy artinya luar biasa
Drip kata yang digunankan untuk mendeskripsikan pakaian atau aksesoris seseorang
Fam artinya teman dekat
Fanum Tax artinya mengambil milik orang lain tanpa izin
Flex kata yang digunakan untuk menunjukkan pencapaian yang dimiliki seseorang
Glaze adalah kondisi seseorang merasa tidak nyaman karena sudah memuji orang lain secara berlebihan
Goat artinya seseorang yang hebat (digunakan untuk memuji)
Gyat artinya pujian pada seseorang yang berpantat besar
Hits Different kata slang yang digunakan untuk sesuatu yang terlihat unik dan spesial
Ick artinya seseorang merasa kesal
It;s Giving adalah kondisi dimana seseorang merasa tersentuh
Just Put the Fries in the Bag, Bro artinya orang yang terlalu banyak bicara
L berarti *Gen* Alpha menggunakannya untuk mengartikan sesuatu yang negatif atau kerugian.
Lit digunakan untuk memuji sesuatu yang menakjubkan
Low Key kata slang yang merujuk pada sikap rendah hati
Mad Lit adalah bahasa slang berarti sesuatu yang keren
Mewing adalah kondisi seseorang memposisikan dagunya agar terlihat tajam. Hal ini dilakukan ketika seseorang sedang tidak ingin bicara
Mogging istilah yang merujuk pada perasaan lebih baik dari orang lain dalam hal apapun)
Noob merujuk pada seseorang yang belum memiliki pengalaman
No Cap artinya tidak berbohong
Not Gonna Lie artinya seseorang jujur dari lubuk hati terdalam
Og artinya seseorang yang sangat berpengalaman

Ohio artinya aneh
Opp artinya kondisi dimana seorang musuh akan menyerang
Pookie kata yang digunakan pada seseorang yang disayangi atau dicintai
Preppy istilah yang mengacu pada mode seperti pakaian cerah, biasanya berwarna merah muda
Rizz artinya menarik, memikat, karismatik
Rizzler istilah yang digunakan untuk seseorang yang popular
Salty digunakan saat perasaan sedang buruk
Savage artinya orang yang gagah berani
Sheesh kata yang menunjukkan kengerian atau kekaguman
Sigma berarti keren, popular, atau terbaik
Simp artinya seseorang yang butuh perhatian, terlalu penurut, dan melakukan sesuatu secara berlebihan untuk seseorang yang disukai
Skibidi artinya buruk (biasanya digunakan pada kondisi yang tidak menyengkan
Skibidi Ohio Rizz digunakan untuk menyebut sekelompok orang aneh
Skibidi Rizz adalah pesona yang ditunjukkan oleh toilet Skibidi jantan kepada toilet Skibidi betina. Kosa-kata ini digunakan sebagai referensi untuk toilet dalam serial animasi Skibidi Toilet di YouTube.
Slay artinya memuji seseorang yang hebat dalam melakukan sesuatu
Sus berarti sesuatu yang mencurigakan
Tea artinya gosip
Tosh ungkapan yang digunakan untuk menyutujui pernyataan seseorang
Twinn artinya sahabat
Vibe artinya perasaan atau situasi
What the Sigma? Memiliki makna yang hampir mirip dengan *Skibidi*
Yapping ungkapan yang merujuk pada seseorang terlalu banyak berbicara sehingga membuat lawannya kesal
Yeet kata yang merujuk pada kondisi yang penuh semangat
Zang adalah kata campuran dari “dang”

Tabel 1 Kosa Kata Generasi Alpha (Sumber: rangkuman dari berbagai sumber)

Penelitian ini menggunakan teori teknologi dan bahasa milik McLuhan dan teori komunikasi interpersonal. Marshall McLuhan, seorang tokoh pelopor dalam teori media, mengembangkan teori teknologi dan bahasa sebagai bagian dari pandangannya yang lebih luas tentang bagaimana media dan teknologi komunikasi memengaruhi masyarakat dan budaya manusia. McLuhan juga terkenal dengan ungkapan yaitu media

merupakan pesannya atau *the medium is the message* yang menangkap esensi teorinya. Bagi McLuhan, yang terpenting bukanlah konten yang disampaikan oleh media, melainkan karakteristik dan efek dari media itu sendiri[14]. Konsep utama teori teknologi dan bahasa McLuhan terdiri atas enam poin antara lain: Pertama, terdapat konsep determinisme teknologi yang diajukan oleh McLuhan. Luhan berpendapat bahwa media dan teknologi tidak sekadar berfungsi sebagai saluran pasif dalam menyampaikan informasi. Sebaliknya, keduanya secara aktif membentuk kesadaran manusia dan struktur masyarakat. Dengan kata lain, alat dan perangkat teknologi yang kita gunakan berpengaruh mendalam terhadap cara kita memandang dunia serta berinteraksi satu sama lain. Menurut McLuhan, perubahan dalam teknologi secara langsung berkontribusi pada perubahan budaya dan bahasa[15].

Kedua, media dapat dipandang sebagai perpanjangan dari tubuh dan pikiran manusia. McLuhan berpendapat bahwa semua bentuk media mampu memperluas kapasitas manusia. Sebagai contoh, radio meningkatkan kemampuan kita untuk mendengar. Dengan demikian, media dan teknologi berperan penting dalam memperluas potensi fisik kita dan memengaruhi cara kita berpikir, merasakan, serta berkomunikasi (McLuhan, 1994). Ketiga, media dipahami sebagai bagian dari lingkungan. McLuhan berpendapat bahwa media bukan sekadar perangkat yang berdiri sendiri, melainkan sesuatu yang membentuk cara manusia berpikir dan bertindak[16]. Ia juga menekankan bahwa teknologi media memiliki pengaruh signifikan terhadap cara kita berbahasa dan memahami dunia di sekitar kita. Menurut McLuhan, setiap kemunculan media baru memiliki kemampuan untuk mengubah bahasa serta cara kita berinteraksi. Dalam budaya lisan, komunikasi bergantung pada ingatan dan pertukaran verbal, sedangkan budaya tertulis lebih menekankan pada linearitas dan struktur. Dengan hadirnya era elektronik, terutama melalui televisi dan kemudian media digital, terjadi pergeseran menuju bentuk komunikasi yang lebih terfragmentasi dan lancar. Dalam konteks ini, gambar dan suara menjadi sama pentingnya dengan kata-kata[17].

Kelima, McLuhan mengenalkan istilah "desa global" untuk menggambarkan bagaimana media elektronik membuat dunia terasa lebih sempit. Konsep ini menunjukkan bahwa orang-orang dari berbagai penjuru dunia dapat bersama-sama

[14] MacLuhan, M. (1994). Understanding Media The Extensions of Man. London: MIT Press.

[15] Muqsith, M. A. (2022). *Determinisme teknologi dan ekstensi manusia*. 'Adalah: Buletin Hukum dan Keadilan, 6*(1), 76–84. https://doi.org/10.15408/adalah.v6i1.26573

[16] Ibid, hlm 26-41

[17] Ibid, hlm 88-97

merasakan momen- momen penting secara bersamaan. Dalam konteks keterhubungan ini, cara kita berbahasa juga mengalami perubahan, karena pertukaran budaya dan bahasa kini berlangsung dengan lebih cepat dan mudah dibandingkan sebelumnya[18]. Keenam, McLuhan mengklasifikasikan media menjadi dua kategori, yaitu "panas" dan "dingin", berdasarkan tingkat keterlibatan yang diperlukan dari audiens[19]. Media panas, seperti surat kabar atau radio, memiliki karakteristik yang cenderung berkualitas tinggi dan biasanya menyediakan sedikit kesempatan bagi audiens untuk berinteraksi atau memberikan interpretasi. Di sisi lain, media dingin, seperti televisi atau buku komik, memiliki kualitas yang lebih rendah dan membutuhkan partisipasi yang lebih aktif dari audiens untuk mengisi kekosongan yang ada.

Menurut teori teknologi dan bahasa dari McLuhan, teknologi media bukan hanya alat pasif untuk menyampaikan informasi, tetapi juga kekuatan yang secara aktif memengaruhi cara manusia berpikir dan membentuk masyarakat. Pada konteks penelitian ini, penggunaan media sosial secara intensif oleh Generasi Alpha, seperti *TikTok* dan *Instagram* menunjukkan bagaimana media digital berperan dalam membentuk cara mereka berbahasa dan membangun identitas. Melalui sudut pandang determinisme teknologi, terlihat bahwa media sosial menjadi kekuatan utama yang mengubah cara Gen Alpha berpikir, berinteraksi, dan berkomunikasi. Kata-kata seperti *skibidi*, *rizz*, dan *delulu* bukan hanya contoh kreativitas berbahasa, tapi juga hasil dari lingkungan digital yang memungkinkan penyebaran identitas secara cepat dan luas. Berdasarkan sudut pandang Mc Luhan, peneliti memperoleh kesimpulan bahwa media digital telah menciptakan pola komunikasi baru yang sangat dipengaruhi oleh sifat cepat dan visual dari teknologi yaitu media sosial hingga menciptakan ruang bagi Gen Alpha untuk menunjukkan identitasnya. Hal ini selaras dengan penelitian yang ditulis oleh Iswatiningsih bahwa media menjadi wadah untuk mengekspresikan emosi dan menunjukkan identitas serta budaya yang mereka miliki.

Kedua, jika kita melihat media sebagai perpanjangan dari manusia, maka media sosial dianggap sebagai cara Gen Alpha memperluas kemampuan mereka dalam mengekspresikan diri dan berpikir di ranah digital. Gen Alpha menggunakan emoji, singkatan, dan meme untuk menunjukkan perasaan, pendapat, bahkan status sosial. Bahasa slang di media digital yang mereka terapkan bukan hanya alat untuk mengobrol, tetapi juga cara menunjukkan siapa diri mereka dan menjadi bagian dari komunitas online. Hal ini selaras dengan penelitian Putri dan Sofyaningrum yang menyatakan bahwa media sosial berperan penting dalam proses penyebaran istilah baru, salah satunya bahasa slang yang digaungkan oleh Gen Alpha. Peneliti juga melihat

[18] Ibid, hlm 63
[19] Ibid, hlm 23

media menjadi alat dalam mempercepat berbagai tren yang terjadi di dunia dan mendorong suatu kelompok untuk menunjukkan identitas mereka dengan cara masif, efektif, dan efisien. Ketiga, menurut McLuhan, media bukan hanya alat, namun sudah menjadi lingkungan tempat manusia hidup. Media digital sekarang bukan hanya sesuatu yang terpisah, tetapi sudah menyatu dengan kehidupan sosial Gen Alpha. Mc Luhan melihat dunia digital memiliki aturan dan cara berkomunikasi sendiri, di mana kecepatan, kreativitas, dan penggunaan simbol- simbol menjadi hal penting. Hal ini dapat diamati dari munculnya istilah-istilah baru yang kadang tidak punya arti secara harfiah, tapi memiliki makna khusus di komunitas online tertentu. Pendapat Mc Luhan selaras dengan penelitian Putri dan Sofyaningrum yang menyatakan bahwa media menjadi tempat munculnya istilah-istilah baru secara masif.

Keempat, teori McLuhan juga menunjukkan bagaimana media memengaruhi cara kita berbahasa dan berkomunikasi. Perpindahan dari media cetak ke media digital mengubah cara orang berkomunikasi. Komunikasi sekarang menjadi lebih singkat, beragam bentuknya (seperti teks, gambar, dan video), serta penuh dengan simbol. Generasi Alpha cenderung menggunakan bahasa yang pendek, langsung, dan banyak memakai gambar atau emoji, berbeda dengan generasi sebelumnya yang lebih suka bahasa formal dan panjang. Meninjau dari Mc Luhan, peneliti menyoroti pendapatnya mengenai komunikasi Gen Alpha yang cenderung singkat dan sederhana, hal ini selaras dengan hasil temuan data, berbagai kosa-kata yang digunakan oleh Gen Alpha dalam berkomunikasi di media sosial cenderung singkat dan memiliki beragam makna, salah satunya adalah *Sigma* yang memiliki arti keren, popular, atau terbaik. Kelima, McLuhan juga mengenalkan konsep *global village* atau "desa global" yang menggambarkan dunia yang semakin terhubung karena media. Generasi Alpha adalah bagian dari dunia digital, dimana Gen Alpha dapat terhubung dengan teman sebaya di berbagai negara. Misalnya kata-kata seperti *rizz* atau *goat* menyebar cepat ke berbagai belahan dunia lewat media digital, membentuk semacam bahasa global baru yang dipengaruhi oleh algoritma dan budaya populer. Hal ini selaras dengan penelitian yang ditulis oleh Maulida bahwa media mendorong praktik dalam komunikasi digital dan membentuk konstruksi identitas sebagai generasi yang melekat dengan dunia teknologi sebagaimana yang diungkapkan Mc Crindle, bahwa Gen Alpha merupakan generasi yang dekat dengan kemajuan teknologi.

Terakhir, melalui kategorisasi *hot* dan *cool media*, media sosial seperti *TikTok* dapat diklasifikasikan sebagai *cool media* yang menuntut partisipasi aktif dari audiens. Gen Alpha tidak hanya mengonsumsi bahasa, tetapi juga memproduksi dan memodifikasi makna-makna baru melalui interaksi dan kreativitas kolektif. Hal ini senada dengan hasil penelitian Putri dan Sofyaningrum bahwa kemunculan kosa-kata

Gen Alpha turut menghadirkan kreativitas. Hal ini memperlihatkan bahwa media sosial merupakan ruang partisipatif dalam pembentukan bahasa dan budaya. Dengan demikian, teori McLuhan memberikan pemahaman mendalam bahwa fenomena bahasa slang dalam Generasi Alpha tidak dapat dipisahkan dari perkembangan media digital yang mendasarinya. Media bukan hanya alat penyampai, tetapi sekaligus lingkungan dan aktor yang membentuk cara berpikir, berbahasa, dan beridentitas generasi ini.

Sementara itu, teori komunikasi interpersonal menurut Peters (1974) adalah komunikasi yang bersifat personal dan terjadi antara orang-orang yang lebih dari sekadar kenalan, terjadi antara dua individu saat mereka berdekatan, mampu memberikan umpan balik langsung dan memanfaatkan berbagai indera. Komunikasi interpersonal dapat terjadi antara dua individu saat mereka berdekatan, mampu memberikan umpan balik langsung dan memanfaatkan berbagai indera. Komunikasi interpersonal mencakup pesan-pesan yang terjadi antara dua orang yang saling bergantung. Pesan-pesan dalam komunikasi interpersonal biasanya ditujukan untuk memulai, mendefinisikan, memelihara, atau memajukan hubungan. Ditinjau dari hasil dan pembahasan sebelumnya, penelitian ini menemukan bahwa Generasi Alpha mengembangkan bahasa *slang* sebagai bentuk komunikasi khas mereka di dunia digital.

Bahasa ini tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai penanda identitas kelompok. Berdasarkan data yang dianalisis dari berbagai platform digital seperti *TikTok* dan *Instagram*, ditemukan bahwa Generasi Alpha secara aktif menggunakan bahasa *slang* sebagai sarana komunikasi yang mencerminkan kedekatan sosial, keterikatan emosional, dan pembentukan identitas kolektif. Bahasa tersebut tidak hanya mengandung unsur kebaruan, tetapi juga berfungsi sebagai kode-kode sosial yang hanya dapat dipahami oleh sesama anggota kelompok sebaya mereka. Hal ini memperkuat konsep *in-group language* dalam komunikasi interpersonal, di mana kesamaan bahasa memperkuat rasa kebersamaan dan eksklusivitas dalam suatu komunitas[20]. Hasil analisis ini didukung dengan istilah-istilah yang Gen Alpha ucapkan seperti *delulu*, *gucci*, *rizz*, dan *pookie* juga menunjukkan bentuk ekspresi emosional yang khas dalam komunikasi interpersonal.

Istilah ini sering digunakan dalam konteks relasi yang bersifat intim, seperti antara sahabat dekat atau pasangan, menandakan bahwa meskipun dilakukan dalam ruang virtual, kualitas kedekatan emosional tetap terbangun. Hal ini menguatkan

[20] Wood, J. T. (2004). *Interpersonal communication: Everyday encounters* (4th ed.). Wadsworth/Thomson Learning.

konsep bahwa kedalaman hubungan interpersonal dapat terbentuk meskipun tanpa interaksi fisik, selama pesan yang disampaikan memiliki kedekatan makna dan diterima dalam konteks budaya kelompok yang sama. Selain itu, istilah-istilah lain seperti *skibidi*, *rizz*, *sigma*, dan *fanum tax* juga mencerminkan simbolisme sosial yang khas dan eksklusif di antara anggota kelompok mereka. Temuan ini sejalan dengan perspektif komunikasi interpersonal yang menekankan pentingnya simbol dan bahasa dalam pembentukan identitas sosial serta penguatan hubungan antarpersonal [21] . Namun fenomena ini juga menunjukkan adanya tantangan komunikasi lintas generasi. Bahasa yang digunakan oleh Generasi Alpha seringkali tidak dipahami oleh generasi sebelumnya, sehingga menciptakan kesenjangan komunikasi. Pada konteks ini, teori kompetensi interpersonal menjadi relevan untuk menilai sejauh mana individu dari berbagai generasi memiliki kemampuan untuk menyesuaikan diri dalam proses komunikasi lintas usia[22].

Bahasa yang terlalu simbolik atau eksklusif dapat menimbulkan hambatan dalam proses komunikasi antar generasi, yang pada akhirnya dapat memengaruhi keharmonisan sosial. Dengan demikian, komunikasi interpersonal dalam konteks Generasi Alpha tidak hanya mencerminkan interaksi personal yang dimediasi oleh teknologi, tetapi juga menjadi ruang kontestasi identitas dan negosiasi makna yang terus berkembang. Bahasa slang berfungsi sebagai medium untuk memperkuat solidaritas kelompok, tetapi juga dapat memperlebar jarak sosial dengan kelompok usia lain. Oleh karena itu, penting bagi para pendidik, orang tua, dan praktisi komunikasi untuk memahami dinamika ini agar mampu membangun jembatan komunikasi yang inklusif dan adaptif terhadap perkembangan generasi muda.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa fenomena penggunaan bahasa slang oleh Generasi Alpha dalam komunikasi digital tidak hanya mencerminkan kreativitas linguistik semata, melainkan juga berfungsi sebagai sarana pembentukan identitas kelompok, penguatan hubungan interpersonal, serta cerminan adaptasi terhadap dinamika teknologi komunikasi modern. Bahasa yang digunakan oleh Generasi Alpha, seperti yang tersebar melalui platform digital seperti *TikTok* dan *Instagram*, merupakan bentuk komunikasi interpersonal yang khas dan membedakan mereka dari generasi sebelumnya. Pada

[21] Gudykunst, W. B., & Kim, Y. Y. (2003). *Communicating with strangers: An approach to intercultural communication* (4th ed.). McGraw-Hill Education.

[22] Spitzberg, B. H., & Cupach, W. R. (1984). *Interpersonal communication competence*. SAGE Publications.

konteks teori Marshall McLuhan, media sosial berfungsi sebagai ekstensi kognitif dan sosial Generasi Alpha yang memungkinkan mereka mengekspresikan diri secara simbolik dan partisipatif. Media bukan sekadar saluran penyampai pesan, melainkan juga agen yang membentuk kesadaran linguistik dan budaya digital mereka. Sementara itu, dari perspektif teori komunikasi interpersonal, bahasa slang tersebut berfungsi sebagai kode eksklusif yang memperkuat kedekatan sosial dan emosional di antara anggota kelompok sebaya. Namun demikian, penggunaan bahasa yang sangat simbolik dan spesifik ini juga menciptakan tantangan dalam komunikasi lintas generasi, yang apabila tidak dijembatani secara tepat dapat memunculkan kesenjangan pemahaman dan potensi disrupsi sosial. Oleh karena itu, penting bagi pemangku kepentingan seperti pendidik, orang tua, dan praktisi komunikasi untuk memahami pola komunikasi digital Generasi Alpha dan membangun strategi komunikasi yang inklusif, adaptif, serta menghargai keberagaman ekspresi linguistik antar generasi. Penelitian ini diharapkan menjadi pijakan awal bagi kajian berikutnya mengenai dinamika komunikasi generasi digital, dengan pendekatan teoritik dan metodologis yang lebih beragam agar dapat menangkap kompleksitas fenomena ini secara lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

Boslaugh, S. (2007). *Secondary data sources for public health: A practical guide*. Cambridge University Press.

Cambridge Dictionary. (n.d.). *FOMO*. Retrieved April 22, 2025, from https://dictionary.cambridge.org

Cilliers, E. J. (2021). The challenge of teaching Generation Alpha. *International Journal of Teaching and Learning in Higher Education*, 33(1), 1–12.

Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.

DeVito, J. A. (2016). *The interpersonal communication book* (14th ed.). Pearson.

Fawwaz, R. A. (2024). Bahasa Viral Generasi Alpha dan Proses Pembentukan Budaya Digital. *Jurnal Komunikasi Sosial Digital*, 6(1), 44–56.

Fell, A., & McCrindle, M. (2020). *Understanding Generation Alpha*. McCrindle Research.

Fernando Antonio Ribeiro Serra et al. (2018). Secondary data in research – uses and opportunities. *Revista Ibero-Americana de Estratégia*, 17(4), 1–14.

Gudykunst, W. B., & Kim, Y. Y. (2003). *Communicating with strangers: An approach to intercultural communication* (4th ed.). McGraw-Hill Education.

Iswatiningsih, D., Melati, I. K., & Zahidi, M. K. (2024). DINAMIKA BAHASA VISUAL DAN DIGITAL PADA GENERASI ALPHA DALAM KOMUNIKASI SEHARI-HARI DI MEDIA SOSIAL. *PARAMASASTRA*, *11*(2), 322-338.

Fox, Kellye. 2025. 55 Gen Alpha Slang Words You Need To Know To Keep from Being 'Beta'. https://parade.com/living/gen-alpha-slang diakses pada 09/5/2025 pada pukul 12:04 WIB

Knapp, M. L., & Hall, J. A. (2010). *Nonverbal communication in human interaction* (7th ed.). Wadsworth Cengage Learning.

Maulida, U. (2022). Pergeseran Makna Kata pada Komunikasi Generasi Alpha sebagai Kontestasi Identitas. *Jurnal Bahasa dan Budaya*, 11(2), 78–91.

McLuhan, M. (1967). *The medium is the massage: An inventory of effects*. Penguin Books.

MacLuhan, M. (1994). Understanding Media The Extensions of Man. London: MIT Press.

Mukorrobah, R. A. (2024). Media Sosial dan Perubahan Bahasa Generasi Alpha: Studi Linguistik Digital. *Jurnal Etnolinguistik*, 8(1), 23–34.

Muqsith, M. A. (2022). *Determinisme teknologi dan ekstensi manusia*. 'Adalah: Buletin Hukum dan Keadilan, 6*(1), 76–84. https://doi.org/10.15408/adalah.v6i1.26573

NBC News. (2024). Parents and Gen Alpha kids are having unintelligible convos because of "brainrot" language. Retrieved from https://www.nbcnews.com

News, K. H. E. (2024). *Mastering Communication with Generation Z and Generation Alpha Students*. Keystone Education Network.

Pearce, W. B., & Cronen, V. E. (1980). *Communication, action, and meaning: The creation of social realities*. Praeger.

Putri, I. T., & Sofyaningrum, R. (2024). Pemaknaan dan Penggunaan Bahasa Gaul oleh Gen Alpha dalam Komunikasi Online di Era Society 5.0. *DEIKTIS: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, *4*(4), 871-886.

Schlott, Rikki. (2024). **'**Sticking out your gyat for the rizzler': How to understand your Gen Alpha child. https://nypost.com/2024/04/09/opinion/how-to-understand-a-gen-alpha-child-from-a-confused-zoomer/ diakses pada 9/5/2025 pukul 10:30 WIB

Spitzberg, B. H., & Cupach, W. R. (1984). *Interpersonal communication competence*. SAGE Publications.

Tootell, H., Freeman, M., & Freeman, A. (2014). Generation Alpha and digital literacy: A new challenge for university educators. *International Journal of Educational Technology*, 3(1), 29–38.

Venkatraman, S. (2024). Gen Alpha and Brainrot Culture: Analyzing TikTok Communication. *NBC News*. Retrieved from https://www.nbcnews.com

Winter, Jessica. (2024). The Year in Brain Rot: The Web Series "Skibidi Toilet" and its associated lexicon entered my household around March". https://www.newyorker.com/culture/2024-in-review/the-year-in-brain-rot diakses pada 8/5/2025, pukul 13:05 WIB

Wood, J. T. (2004). *Interpersonal communication: Everyday encounters* (4th ed.). Wadsworth/Thomson Learning.