

Persepsi & Respon Generasi Y & X Terhadap Penggunaan Kata *Slang* Generasi Z di Media Sosial : Sebuah Analisis Intercultural Communication

Maharani Aulia Putri¹, Iis Kurnia Nurhayati

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi & Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia,
maharaniauliaputri@student.telkomuniversity.ac.id

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi & Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia,
iiskurnia@telkomuniversity.ac.id

Abstract

This study examines the phenomenon of Generation Z's slang language use that is now widespread across generations (X, Y, Z), both in formal and informal communication, often creating a communication gap between generations. The purpose of this study is to analyze cross-generational experiences and perspectives on Gen Z slang, as well as identify and describe their verbal and non-verbal reactions. The researcher also analyzed the convergence, divergence, and over-accommodation responses applied by Generations Y and X when responding to Gen Z's use of slang. Using a qualitative method with a phenomenological approach within an interpretive paradigm, and grounded in intercultural communication theory, this study seeks to understand the phenomenon in depth. The results showed a variety of cross-generational perceptions and responses to the use of Gen Z slang. It was also found that daily life and social media are the main sources of knowledge and dissemination of the slang. This study provides a richer understanding of the dynamics of cross-generational communication in the digital era.

Keywords: *Generation Z Slang, Cross-Generational Communication, Communication Accommodation, Phenomenology, Intercultural Communication.*

Abstrak

Penelitian ini mengkaji fenomena penggunaan bahasa slang Generasi Z yang kini meluas di berbagai generasi (X, Y, Z), baik dalam komunikasi formal maupun informal, sering kali menciptakan kesenjangan komunikasi antar lintas generasi. Tujuan studi ini adalah menganalisis pengalaman dan perspektif lintas generasi terhadap slang Gen Z, serta mengidentifikasi dan mendeskripsikan reaksi verbal dan non-verbal mereka. Peneliti juga menganalisis respons konvergensi, divergensi, dan akomodasi berlebihan yang diterapkan oleh Generasi Y dan X saat merespons penggunaan slang Gen Z. Menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi dalam paradigma interpretasi, serta berlandaskan teori komunikasi antarbudaya, studi ini berupaya memahami fenomena secara mendalam. Hasil penelitian menunjukkan ragam persepsi dan respons dari lintas generasi terhadap penggunaan slang Gen Z. Ditemukan pula bahwa kehidupan sehari-hari dan media sosial adalah sumber utama pengetahuan dan penyebaran slang tersebut. Studi ini memberikan pemahaman lebih kaya mengenai dinamika komunikasi lintas generasi di era digital.

Kata Kunci: *Bahasa Slang Generasi Z, Komunikasi Lintas Generasi, Akomodasi Komunikasi, Fenomenologi, Komunikasi Antarbudaya.*

I. PENDAHULUAN

Penggunaan bahasa *slang* telah menjadi fenomena linguistik lintas generasi (X, Y, dan Z) yang terus berkembang, berakar pada kebutuhan akan penanda identitas sosial sejak Revolusi Industri (Primus, 2022). Kini, setiap generasi menciptakan *slang* unik sebagai alat komunikasi, namun sering kali menimbulkan kesalahpahaman dan hambatan komunikasi antar generasi, khususnya antara generasi muda dan tua (Mayu, 2024). Fenomena ini menjadi perhatian serius karena berpotensi mengikis pelestarian Bahasa Indonesia yang baku, terutama dalam konteks pendidikan formal dan komunikasi resmi (Mahesti & Jaya, 2024). Penyebaran *slang* dipercepat oleh media sosial (Lutviana & Mafulah, 2021), yang tidak hanya menjadi ciri khas kelompok sebaya tetapi juga merambah ke komunikasi formal. *Slang* seringkali melibatkan manipulasi suara dan huruf untuk tujuan keakraban, humor, atau kerahasiaan (Amrullah, 2018), dan kerap muncul dari keinginan remaja membentuk kelompok eksklusif (Zahra Tasyarasita et al., 2023). Generasi Z, sebagai "digital native," adalah pengguna *slang* dominan, dipengaruhi oleh lingkungan dan kemajuan teknologi (Harlinda, 2024; Kumparan, 2023), yang juga memengaruhi komunikasi antarbudaya lintas generasi di mana perbedaan latar belakang dapat mengubah interpretasi bahasa (Nadziya & Nugroho, 2021; Mulyana, 2021). Adopsi *slang* Gen Z oleh generasi sebelumnya (X dan Y) seringkali didorong oleh keinginan akan pengakuan sosial, meskipun studi menunjukkan dampak negatif *slang* pada penguasaan bahasa formal dan perilaku (Sugiantiningsih & Wisman, 2023; Sukamto, 2022). Media sosial seperti X dan TikTok berperan sentral dalam pengembangan dan penyebaran *slang* baru, seringkali dalam bentuk singkatan yang mencerminkan tren budaya (A. N. Fadilla et al., 2023; Rahmah et al., 2023). Contoh *slang* populer Gen Z meliputi "FYI," "PAP," "Backburner," dan "Flexing" (Cynthia et al., 2024; Triyunanto, 2024). Mengingat dinamika ini, penelitian ini menggarisbawahi urgensi untuk memahami implikasi penggunaan *slang* Gen Z terhadap komunikasi lintas generasi dan pelestarian Bahasa Indonesia. Seperti contoh sebagai berikut:



Gambar .1. Contoh Kata Slang "FYI" Sumber Sosial Media "X"

Studi sebelumnya telah menganalisis penggunaan dan fungsi *slang* Gen Z di platform seperti X (Cynthia et al., 2024) dan TikTok (Dewi, 2024). Penelitian lain juga membahas *slang* di media sosial X/Twitter, termasuk campur kode dan peran *slang* dalam menciptakan keakraban (Fairuz & Kundharu Saddhono, 2024; Azka & Karo-Karo, 2023), serta analisis bentuk, asal-usul, pola, tujuan, dan konteks penggunaan *slang* di kalangan milenial (D. Saputra et al., 2023). Namun, belum ada penelitian yang secara spesifik mengeksplorasi persepsi, pemahaman kontekstual (verbal dan non-verbal), dan respons terhadap penggunaan bahasa *slang* Generasi Z oleh Generasi X dan Y di media sosial secara mendalam.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis pengalaman dan perspektif Generasi X dan Y dalam memahami serta menanggapi penggunaan bahasa *slang* Gen Z di platform media sosial, dan bagaimana hal ini memengaruhi dinamika komunikasi antarbudaya lintas generasi. Secara spesifik, penelitian ini akan mengidentifikasi bentuk-bentuk reaksi verbal dan non-verbal yang ditunjukkan oleh Generasi Y dan Generasi X, serta menganalisis respons konvergensi, divergensi, dan akomodasi berlebihan yang diterapkan oleh kedua generasi tersebut terhadap penggunaan bahasa *slang* Gen Z. Dengan pendekatan ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam pemahaman sosiolinguistik generasi

digital, mengembangkan teori komunikasi lintas generasi yang lebih mendalam, dan menawarkan wawasan praktis bagi pengguna media sosial dan industri digital untuk meningkatkan komunikasi antar generasi.

II. TINJAUAN LITERATUR

Intercultural Communication

Intercultural Communication adalah sebuah teori komunikasi yang dikenal dengan teori komunikasi antarbudaya. Teori ini biasanya mempelajari proses pembagian informasi, gagasan dan juga perasaan pada mereka yang berbeda latar belakang budayanya. Komunikasi antarbudaya terjadi dalam konteks keragaman budaya, sehingga sangat penting untuk mencapai integrasi sosial. Individu dari berbagai latar belakang budaya harus secara efektif mengelola pesan dan menumbuhkan persepsi positif untuk membina dan memelihara hubungan yang sehat (Milyane et al., 2023). Menurut Tubbs dan Moss (1996) dalam (Sihabudin, 2019), menyatakan Ketika komunikasi antarbudaya terjadi, perbedaan sudut pandang antar partisipan dapat memperumit dan mempersulit proses komunikasi. Hal ini terutama disebabkan oleh potensi ketidaksadaran masing-masing partisipan terhadap seluruh aspek budaya lawan bicaranya.

(Ridwan, 2016) menurut Gerry Philipsen, Komunikasi antarbudaya dapat dipahami melalui “*Speech Code*”. Teori yang kemukakan oleh Gerry Philipsen ini menyatakan bahwa dalam setiap budaya, terdapat kode komunikasi yang spesifik, masing-masing dengan sifat dan pengaruh yang berbeda. Kode Ucapan mewakili kerangka kerja komunikasi yang unik untuk komunitas tutur tertentu. Studi akademis tentang komunikasi antarbudaya meneliti bagaimana kelompok-kelompok ini berkomunikasi, dengan mempertimbangkan dampak sosial, budaya, gender, profesional, dan faktor-faktor lain yang relevan. (Philipsen, 1997) adapun unsur – unsur dari *Speech Code* sebagai berikut:

a. Persepsi, *Speech code* bergantung pada persepsi sebagai bentuk interaksi sosial. Proses ini melibatkan pemilihan, evaluasi, dan pengorganisasian rangsangan eksternal oleh individu. Karena setiap orang berpartisipasi dalam hubungan dengan orang lain, proses persepsi ini merupakan aspek universal dari interaksi manusia.

b. Proses Verbal, Proses ini menyoroti dampak bahasa verbal dalam interaksi interpersonal. Proses ini mencakup cara kita berkomunikasi dengan orang lain melalui pilihan kata dan proses kognitif internal yang terlibat dalam penggunaan bahasa.

c. Proses Non – Verbal, hal ini menekankan pentingnya komunikasi non-verbal, termasuk elemen-elemen seperti gerak tubuh, kontak fisik, kontak mata, nada suara, ekspresi wajah, dan proksemik (jarak fisik), dalam proses komunikasi.

Dalam penelitian ini menggunakan *Intercultural Communication* guna untuk mengeksplorasi bagaimana perbedaan budaya di antara Generasi X, Y, dan Z membentuk cara individu menginterpretasikan dan menerima bahasa gaul yang digunakan di media sosial. Bahasa *slang* Generasi Z dianggap sebagai produk budaya digital, yang membutuhkan adaptasi makna lintas budaya ketika Generasi yang berbeda berkomunikasi.

Penerapan Intercultural Communication (*Speech Code Theory*)

Setiap generasi (X, Y, dan Z) mengembangkan *speech code* – nya sendiri-sendiri yang berbeda, yang termasuk dari sistem makna, norma berbicara, dan gaya komunikasi yang unik. Bahasa *slang* Generasi Z mewakili komponen baru dari *speech code* ini. Akibatnya, ketika Generasi X dan Y bertemu dengan bahasa *slang* ini, perbedaan dalam konteks sosial, norma, konotasi emosional, dan kerangka kerja budaya dapat muncul. Perbedaan-perbedaan ini dapat menyebabkan variasi dalam interpretasi bahasa gaul antar generasi, yang berpotensi mengakibatkan kesalahpahaman atau penafsiran ulang. *Speech code* juga melandasi identitas yang berdampingan yang meliputi cara bicara, gaya bahasa, logat, intonasi, nada, dan komponen lainnya yang sesuai dengan gaya bahasanya masing – masing (Iqbal, 2020).

Speech Code Theory digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis struktur komunikasi internal dalam setiap generasi (X, Y, dan Z). Analisis ini bertujuan untuk memahami bagaimana struktur-struktur tersebut membentuk proses pembuatan makna yang berkaitan dengan istilah-istilah bahasa *slang*. Variasi dalam *speech code* di antara generasi-generasi ini berkontribusi pada perbedaan persepsi, interpretasi, dan tanggapan terhadap penggunaan bahasa *slang* Generasi Z oleh Generasi X dan Y. Karena pada dasarnya

Speech Code menurut (Philipsen, 1997), adalah sebuah budaya yang tidak tertulis dan sering menjadi “buku panduan” bahwa sadar untuk bagaimana berkomunikasi dalam budaya. *Speech code* sering juga di definisikan sebagai berikut:

- a. *Speech code* bersifat spesifik dan bervariasi di berbagai budaya.
- b. Setiap komunitas berbicara akan memiliki beberapa *speech code*, meskipun satu kode mungkin sangat terkait dengan waktu dan tempat tertentu. Dalam sebuah komunitas, berbagai kode mungkin lazim digunakan.
- c. *Speech code* membentuk dasar dari pemahaman masyarakat berbicara tentang apa artinya menjadi seseorang dan bagaimana berperilaku atau berkomunikasi dalam kelompok sosial mereka.
- d. Kode memandu pengalaman komunikator selama interaksi, mendefinisikan tindakan apa yang dapat dikenali sebagai komunikasi itu sendiri.
- e. Kode-kode ucapan tidak membongkar praktik-praktik komunikasi yang sudah ada, melainkan diintegrasikan ke dalam percakapan sehari-hari. Kode-kode tersebut dapat diamati dari bagaimana anggota budaya mengadaptasi perilaku dan kosakata mereka dengan cara-cara yang terpolakan selama komunikasi.
- f. Mengingat pengaruhnya yang signifikan, kode-kode ucapan membentuk dasar di mana sebuah budaya menilai dan melakukan komunikasinya. Kompetensi atau kualitas kinerja komunikatif diamati dan dievaluasi sesuai dengan persyaratan *speech code*.

Budaya Lintas Generasi

Budaya lintas generasi mencakup interaksi dan hubungan di antara Generasi yang berbeda, seperti Generasi X, Y, dan Z, dalam lingkungan sosial dan organisasi. Konsep ini menekankan pada pemahaman akan nilai-nilai unik, gaya komunikasi, dan ekspektasi setiap generasi. Mengingat bahwa budaya yang berbeda menunjukkan gaya komunikasi, norma, dan nilai yang berbeda, kesalahpahaman atau salah tafsir dapat muncul. Misalnya, isyarat nonverbal seperti gerak tubuh, ekspresi wajah, dan bahasa tubuh dapat memiliki arti yang berbeda-beda di berbagai budaya, sehingga berpotensi menimbulkan salah tafsir atas maksud (Imambachri et al., 2024). Selain itu, interaksi antarbudaya menjadi semakin sering terjadi, sehingga membutuhkan pemahaman lintas budaya untuk membina hubungan yang harmonis dan produktif (Lailiyah et al., 2024).

Bahasa Lintas Generasi

Bahasa antar generasi mengacu pada penggunaan bahasa yang dapat dipahami dan relevan di berbagai kelompok usia. Hal ini memerlukan adaptasi gaya bahasa, kosakata, dan media komunikasi untuk menjembatani kesenjangan generasi. Seperti yang ditekankan oleh Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, bahasa diturunkan dari satu generasi ke generasi berikutnya melalui komunikasi. Tidak dapat dipungkiri bahwa usia mempengaruhi gaya berbicara dan pilihan kosakata (Harimansyah, 2022). Komunikasi antarbudaya mencakup kerangka kerja multifaset yang terdiri dari beberapa elemen kunci: sumber informasi, pesan yang disampaikan, media komunikasi yang dipilih, penerima pesan, dampak komunikasi, dan respons penerima. Elemen-elemen ini berinteraksi secara rumit, menciptakan sifat dinamis dari komunikasi antarbudaya (Valencia & Lestari, 2024).

Bahasa Slang

Bahasa *slang* sering kali kita temukan dalam komunikasi pengguna media sosial. Menurut Chaer & Agustin (2018) dalam (Gede Budiasa et al., 2021), Bahasa *slang* dibentuk dan dipraktikkan oleh kelompok sosial tertentu sebagai sarana komunikasi internal yang eksklusif, dengan tujuan untuk menjaga percakapan mereka tidak dipahami oleh pihak luar. Menurut Suratno (2016) dalam (Febriyanto et al., 2023), bahasa slang adalah bahasa yang digunakan dalam situasi informal dan cenderung mengikuti tren terkini dalam penggunaan bahasa. Bahasa *slang* seringkali menambahkan kata – kata baru atau mengubah makna kata yang sudah ada, sehingga kadang sulit dipahami oleh orang yang tidak terbiasa dengan kata gaul tersebut. Penggunaan bahasa *slang* yang terlalu sering, bisa menurunkan

kemampuan seseorang dalam berbahasa Indonesia yang baik dan benar, terutama soal tata bahasa dan kosakata. Akibatnya, komunikasi yang efektif dan efisien dalam bahasa Indonesia, terutama di situasi formal seperti pendidikan dan pekerjaan, bisa terganggu (Fadilla et al., 2023).

Bahasa Slang Lintas Generasi

Bahasa slang adalah bentuk variasi bahasa informal yang digunakan dalam situasi tidak resmi dan umumnya berkembang dalam kelompok sosial tertentu. Menurut (Chapman, 2007), slang merupakan ekspresi linguistik yang bersifat sementara dan dinamis, yang digunakan untuk menunjukkan kedekatan kelompok atau solidaritas antaranggota. Slang sering muncul sebagai respons terhadap kebutuhan untuk membedakan diri dari kelompok lain atau untuk menyampaikan pesan secara lebih ekspresif dan simbolik. Dalam konteks sosiolinguistik, penggunaan slang memiliki dimensi sosial yang kuat. (Eckert, 2000), menyatakan bahwa variasi bahasa, termasuk slang, berfungsi sebagai penanda sosial (*social marker*) yang merefleksikan identitas, usia, kelas sosial, hingga generasi pengguna bahasa. Setiap generasi memiliki preferensi dan gaya bahasa slang yang khas, yang dipengaruhi oleh pengalaman historis, perkembangan teknologi, serta lingkungan sosial-budaya mereka. Fenomena penggunaan slang lintas generasi juga dapat dianalisis melalui teori perubahan bahasa (*language change*). Menurut (Holmes, 2013), bahasa akan selalu berubah mengikuti perkembangan masyarakat, termasuk melalui masuknya bentuk-bentuk baru seperti slang. Perubahan ini tidak hanya terjadi secara struktural, tetapi juga sosial, yang kemudian menciptakan perbedaan cara berkomunikasi antar generasi.

Generational Cohorts

Generational Cohorts adalah kelompok individu yang lahir dalam kurun waktu tertentu, dengan asumsi yang mendasari bahwa pengalaman hidup bersama selama periode ini membentuk karakteristik yang berbeda dalam setiap kelompok. Teori generasi menyatakan bahwa pengalaman bersama ini memengaruhi cara generasi memandang dunia dan mengembangkan nilai-nilai bersama di antara para anggotanya (Hamidah, 2018). Analisis kohort, yang berasal dari ilmu kependudukan, meneliti bagaimana perilaku suatu kelompok dengan karakteristik demografis yang sama berubah dari waktu ke waktu. Kelompok ini, yang ditentukan oleh faktor-faktor seperti usia, ras, jenis kelamin, atau status sosial ekonomi, dapat dibagi lagi menjadi subkelompok untuk analisis yang lebih rinci (Salmaa, 2022). Pengertian lain mengenai generasi kohort yaitu, Hawkins dan Mothersbaugh dalam (Hamidah, 2018) Analisis kohort melibatkan penggambaran, penjelasan, dan prediksi sikap, nilai, dan perilaku dari kelompok usia tertentu. Hal ini juga berujung pada pengelompokan individu yang sesuai dari usia rentang tahun yang berbeda – beda.

Generasi X

Generasi X adalah sebuah kelompok kelahiran di antara pertengahan 1960-an hingga awal 1980-an. Lancaster & Stillman dalam (Suharjo & Harianto, 2019) mengatakan, generasi ini cenderung menunjukkan sikap skeptis terhadap informasi dan otoritas, lebih memilih untuk memverifikasi segala sesuatu secara mandiri. Mereka juga cenderung bersifat tertutup, menjaga jarak emosional dalam hubungan sosial. Generasi X dicirikan oleh kemandirian, banyak akal, lebih menyukai informalitas, dan semangat kewirausahaan yang lebih kuat dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Mereka juga menghargai validasi emosional dan berjuang untuk mendapatkan keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi, lingkungan kerja yang positif, kesempatan untuk berkembang, dan kebebasan untuk mengejar aspirasi mereka. (Saputra, 2022). Generasi ini telah menyaksikan secara langsung evolusi teknologi yang luar biasa, dari masa-masa awal ponsel hingga munculnya internet (UM Sumbar, 2023). Disisi lain, Generasi X menunjukkan orientasi visual yang lebih besar, dengan kecenderungan untuk lebih sedikit membaca dan lebih sering mengunjungi galeri seni dibandingkan dengan generasi lainnya. Keragaman dan pemikiran global adalah nilai utama bagi generasi ini (Suharjo & Harianto, 2019).

Generasi Y

Generasi Y adalah individu yang lahir di antara tahun 1977-1994 (Dewantari, 2024). Lancaster & Stillman dalam (Suharjo & Harianto, 2019) menyebutkan, Generasi Y menunjukkan pendekatan pragmatis terhadap pemecahan masalah, menghargai kolaborasi daripada hierarki, menghargai perbedaan individu, dan mempertahankan perspektif yang bumi terhadap realitas. Generasi ini juga lahir dan dibesarkan di tengah revolusi digital, generasi ini menjadi saksi pergeseran dari teknologi analog ke digital, kemunculan internet, dan kemunculan media sosial. Pengalaman ini membuat mereka dijuluki sebagai generasi pertama "*digital native*". (Dewantari, 2024). Ada pula penjelasan mengenai Generasi Y yang paham akan internet dan dapat menggunakan e-mail, handphone, dan pesan teks untuk berkomunikasi. Generasi ini memiliki kemampuan multitasking yang kuat, keinginan untuk belajar, dan kemampuan beradaptasi secara alami terhadap perubahan. Mereka inovatif, penuh rasa ingin tahu, dan pembelajar sepanjang hayat.

Didorong oleh keinginan yang kuat untuk sukses, generasi ini juga berorientasi pada tujuan dan secara aktif merencanakan masa depan mereka, termasuk pernikahan dan keluarga. Generasi ini menunjukkan minat yang kuat terhadap isu-isu lingkungan, terutama hidup ramah lingkungan dan efisiensi energi (Suharjo & Harianto, 2019).

Generasi Z

Generasi Z adalah kelompok individu yang lahir pada tahun 1995-2010 (Sa'adah et al., 2022). Generasi Z lahir di tengah perkembangan teknologi yang maju pesat dan tumbuh seiring perkembangan teknologi dan ikut serta menikmati perkembangan teknologi yang terjadi. Generasi Z dianggap lebih unggul dalam hal teknologi dibandingkan dengan Generasi X. Sehingga Generasi Z lebih paham dan lebih cakap dalam hal teknologi berbeda dengan generasi milenial yang lahir dan tumbuh ditengah tengah transisi teknologi (Christiani & Ikasari, 2020). Generasi Z juga mampu mengaplikasikan semua kegiatan dalam satu waktu (multitasking), kreatif, menerima perbedaan, peduli terhadap sesama, senang berekspresi (Nanda, 2024). Generasi Z, yang sering dicirikan sebagai “penduduk asli digital” dan “ahli media sosial”, menunjukkan kecintaan yang mendalam terhadap teknologi digital. Dibandingkan dengan generasi sebelumnya, mereka menunjukkan tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi dan apresiasi yang kuat terhadap keragaman dan kesetaraan (Yoanita, 2022). Generasi Z sangat terhubung dengan dunia digital, memiliki kesadaran yang kuat akan isu-isu global, dan menunjukkan pemikiran pragmatis, mudah beradaptasi, dan tangguh (Kumparan, 2023).

Communication Accomodation Theory (CAT) by Giles, 1973

Teori ini berpusat pada penyesuaian interpersonal dalam interaksi komunikatif, yang berasal dari pengamatan bahwa para komunikator sering kali meniru perilaku satu sama lain. Teori Akomodasi mengeksplorasi interaksi antara individu dari kelompok yang berbeda, dengan fokus pada bagaimana orang mengatur bahasa, isyarat nonverbal, dan penggunaan parabahasa berdasarkan kedekatan atau ketiadaan kedekatan dengan lawan bicaranya, dengan menggunakan berbagai pendekatan strategis (Gudykunts, 2003).

Menurut (Gudykunts, 2003). Teori Akomodasi Komunikasi menyatakan bahwa selama komunikasi dan interaksi, individu menggunakan berbagai strategi, dan setiap orang memiliki hak untuk memilih bagaimana mereka akan menyesuaikan komunikasi mereka. Berikut adalah strategi penyesuaian atau akomodasi komunikasi ini terdiri dari tiga gagasan utama yaitu:

1. Konvergensi (*convergence*)

Konvergensi, sebagai strategi akomodasi komunikasi, melibatkan kesengajaan untuk membuat gaya komunikasi seseorang menyerupai gaya komunikasi lawan bicara dari budaya yang berbeda. Strategi ini sering digunakan oleh individu atau kelompok budaya yang memiliki kekuatan yang lebih kecil atau oleh pendatang baru di lingkungan tertentu untuk memfasilitasi adaptasi dengan budaya dominan. Individu yang melakukan konvergensi mendasarkan tindakan mereka pada persepsi mereka tentang ucapan atau perilaku orang lain, yang sering kali membuat mereka meremehkan identitas budaya mereka sendiri. Selain itu, konvergensi dapat didorong oleh ketertarikan antarpribadi; individu yang tertarik satu sama lain lebih cenderung menyatukan gaya komunikasi mereka selama interaksi.

2. Divergensi (*divergence*)

Divergensi, berbeda dengan konvergensi. Teori ini adalah strategi akomodasi komunikasi di mana individu menekankan perbedaan mereka dari mitra bicara mereka dan secara aktif mempertahankan identitas sosial atau budaya mereka. Motivasi di balik divergensi beragam dan dapat mencakup keinginan untuk melestarikan warisan budaya seseorang.

3. Akomodasi berlebihan (*Over Accommodation*)

Akomodasi berlebihan menggambarkan situasi di mana upaya seseorang untuk mengakomodasi keterbatasan yang dirasakan pada mitra komunikasinya secara berlebihan, sehingga menimbulkan salah tafsir dan berpotensi dianggap merendahkan atau tidak sopan. Label ini muncul sebagai konsekuensi negatif dari penggunaan strategi konvergensi atau divergensi secara ekstrim.

Dalam penelitian ini, teori ini digunakan untuk menjelaskan bagaimana Generasi X dan Y menyesuaikan diri dalam komunikasi *slang* Generasi Z. Prinsip dari teori ini mereka yang menerima komunikasi akan berusaha mengakomodasi atau menyesuaikan gaya bicara mereka agar lebih mirip dengan lawan bicaranya untuk mengurangi jarak sosial, atau bisa saja mereka yang memiliki lintas generasi akan mempertahankan gaya bahasa mereka untuk menegaskan identitas mereka sebagai generasi sebelumnya.

Media Sosial

Media sosial adalah sebuah platform digital yang memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi secara online, melalui internet. Van Dijk dalam (Nasrullah, 2017) menyebutkan, Media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial. Adapun beberapa karakteristik mengenai media sosial yaitu sebagai alat untuk melakukan interaksi berdasarkan informasi, media sosial membentuk jaringan antar pengguna yang harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut, media sosial juga memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat di dunia *virtual* (Nasrullah, 2017). Media sosial memfasilitasi penyebaran informasi yang cepat, memungkinkan akses yang hampir seketika ke berita dan peristiwa terbaru, menjadikannya sumber informasi utama bagi banyak orang. Selain itu, media sosial juga mendorong pembangunan komunitas dengan menghubungkan individu-individu yang memiliki minat yang sama, baik dalam hal hobi, profesi, atau tujuan sosial. Hal ini menumbuhkan rasa solidaritas dan memperkuat jaringan sosial (*Sosial Media : Dampak Dan Peranannya Dalam Kehidupan Modern*, 2024).

Social Action Media Studies

Social Action Media Studies yang dikembangkan oleh Gerard Schoening dan James Anderson, berfokus pada bagaimana audiens berinteraksi dengan media dalam kehidupan sehari-hari dan dalam konteks spesifik mereka. Studi ini mengkaji cara individu dan kelompok memberi makna pada media dan memanfaatkannya untuk mencapai tujuan tertentu. Selain itu, disiplin ilmu ini juga menyoroti bagaimana makna media itu sendiri dibentuk melalui interaksi sosial (Littlejohn & Foss, 2008). Teori *Social Action Media Studies* fokus utama kajian ini adalah fenomena komunikasi itu sendiri saat diterapkan, bukan pada konten media. Ini berarti konten media tidak memiliki makna esensial yang bisa menjelaskan bagaimana media digunakan atau efek apa yang timbul dari paparan media. Sebaliknya, makna dibentuk melalui proses interpretasi oleh audiens, bukan semata-mata dari apa yang disajikan oleh media. Teori ini menekankan bahwa pemahaman media sangat bergantung pada konteks sosial dan interaksi antar pengguna (Nurdiana, 2024).

III.METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi dalam paradigma interpretatif. Penelitian kualitatif pada dasarnya bersifat deskriptif dan sangat bergantung pada analisis mendalam. Penelitian ini mengutamakan sudut pandang subjektif dari partisipan penelitian, dengan fokus pada proses dan makna yang mendasari fenomena yang diteliti. Kerangka teori yang kuat berfungsi sebagai prinsip panduan, memberikan landasan untuk meng-kontekstualisasikan dan meng-interpretasikan realitas yang diamati (Fiantika, 2022).

Sedangkan penjelasan fenomenologi Berusaha mengungkap sifat dasar pengalaman manusia dan memahami bagaimana individu memandang dan menafsirkan sebuah fenomena dari sudut pandang mereka yang unik (UNESA, 2024). Menurut Herdiansyah dalam (Fiantika, 2022), penelitian fenomenologi menyelidiki esensi dari pengalaman luar biasa seperti yang dirasakan oleh individu. Pendekatan ini dapat menyelidiki pengalaman individu yang unik atau pengalaman yang dimiliki oleh suatu kelompok atau bahkan populasi yang lebih besar.

Sedangkan penjelasan Interpretatif menurut Newman dalam (Muslim, 2016), memandang fakta bukan sebagai kebenaran universal, melainkan sebagai entitas unik yang tertanam dalam konteks tertentu dan membawa makna tertentu yang sangat penting untuk memahami signifikansi sosial. Dalam pendekatan ini, fakta dianggap berubah-ubah dan tidak dapat dipisahkan dari sistem makna di mana fakta tersebut diteliti.

Penelitian ini menggabungkan prinsip-prinsip fenomenologi dalam bentuk paradigma interpretatif dalam pengumpulan data, yang memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang fenomena yang diteliti. Secara khusus menggunakan teori *Intercultural Communication Speech Code Theory* dan *Communication Accommodation Theory* untuk mengkaji bagaimana perbedaan budaya antar generasi mempengaruhi interpretasi terhadap penggunaan slang. Selain itu, *Speech Code Theory* dan *Communication*

Accommodation Theory digunakan untuk mengidentifikasi dan menginterpretasikan perbedaan makna, gaya bahasa, serta nilai-nilai yang tertanam dalam penggunaan slang di antara Generasi X, Y, dan Z.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil dari temuan penelitian ini menunjukkan adanya beberapa tema utama yang muncul dari analisa peneliti terhadap transkrip wawancara yang sudah diperoleh peneliti. Tema – tema yang muncul dibuat secara sistematis, yang dimana kode – kode dikelompokkan ke dalam kategori – kategori yang lebih luas yang menangkap esensi dari sebuah data.

Pemahaman Makna Kata *Slang* Generasi Z & Persepsi Lintas Generasi

Terungkap bahwa pemahaman dan pandangan terhadap kreasi linguistik, khususnya slang yang diproduksi dan dipopulerkan oleh Generasi Z, menunjukkan variasi dan keragaman yang signifikan, sering kali mengarah pada interpretasi yang berbeda bahkan kontradiktif. Perbedaan interpretasi ini tidak hanya mencerminkan kesenjangan dalam penggunaan bahasa sehari-hari, tetapi juga menyoroti adanya jurang pemahaman budaya dan komunikasi antar lintas generasi.

Pemahaman Makna secara spesifik, temuan ini menunjukkan bahwa di antara para informan yang merepresentasikan lintas generasi, terdapat kecenderungan kuat untuk secara proaktif mencari klarifikasi langsung dari sumber utamanya, yaitu Generasi Z. Pendekatan intergenerasional ini sering kali melibatkan dialog langsung, di mana para informan dari Generasi yang lebih tua tidak ragu untuk menanyakan arti atau konteks penggunaan kata *slang* Generasi Z yang belum mereka pahami kepada anggota Generasi Z yang mereka kenal. Selain itu, seiring dengan perkembangan teknologi dan dominasi informasi digital, metode pencarian pemahaman juga telah bergeser.

Pandangan pertama, terdapat informan yang menunjukkan penerimaan penuh terhadap *slang* Generasi Z, bahkan mengadopsinya ke dalam repertoar linguistik pribadi mereka untuk memfasilitasi komunikasi dan membangun kedekatan antar-generasi. Kelompok ini melihat *slang* sebagai bagian tak terpisahkan dari evolusi bahasa dan ekspresi identitas generasi muda. Kedua, ada pula informan yang menunjukkan penerimaan, namun disertai dengan komentar atau refleksi kritis. Mereka mungkin memahami dan tidak menolak penggunaan *slang*, tetapi sering kali melontarkan komentar mengenai asal-usul, relevansi, atau implikasi penggunaan *slang* tersebut, yang bisa jadi mencerminkan upaya untuk memproses atau mengintegrasikan fenomena linguistik baru ini ke dalam kerangka pemahaman mereka sendiri. Ketiga, di sisi lain spektrum, terdapat informan yang secara eksplisit menunjukkan penolakan terhadap penggunaan *slang* Generasi Z. Penolakan ini bisa didasari oleh berbagai alasan, mulai dari persepsi *slang* sebagai bentuk bahasa yang tidak formal, kurang sopan, hingga kekhawatiran akan degradasi tata bahasa baku atau nilai-nilai linguistik tradisional. Terakhir, ada kelompok informan yang menunjukkan sikap penerimaan selektif, dengan catatan khusus. Mereka mungkin bersedia menerima dan memahami *slang* Generasi Z, namun dengan kondisi bahwa penggunaannya harus tetap selaras dan tidak bertentangan dengan nilai-nilai budaya serta norma kesopanan yang berlaku di Indonesia. Kelompok ini menyoroti pentingnya menjaga keseimbangan antara inovasi linguistik dan pelestarian etika berbahasa dalam konteks budaya lokal.

Respon Penyesuaian Diri dalam Konteks Verbal & Non – Verbal

Secara lebih spesifik, temuan menunjukkan bahwa sebagian informan mengeluarkan respons komunikatif meliputi pilihan kata, struktur kalimat, atau cara merespons secara lisan yang merefleksikan upaya mereka untuk beradaptasi dengan *slang* Generasi Z. Di samping itu, respon non-verbal juga menjadi aspek penting yang diamati oleh peneliti mencatat adanya perbedaan dalam bahasa tubuh, ekspresi wajah, atau gestur yang dikeluarkan oleh para informan saat mereka mendengarkan Generasi Z berbicara menggunakan *slang*. Respons non-verbal ini juga meliputi pandangan Generasi Z terhadap lintas generasi ketika mencoba menggunakan kata *slang* dari generasi mereka, yang bisa jadi memicu gestur atau ekspresi tertentu dari Generasi Z itu sendiri. Lebih lanjut, para informan (Generasi X & Y) secara eksplisit mengakui bahwa penggunaan *slang* Generasi Z oleh mereka sendiri cenderung terbatas pada konteks-konteks tertentu. Mayoritas informan menyatakan bahwa mereka menggunakan *slang* tersebut secara primer dalam situasi informal, seperti percakapan dengan anggota keluarga muda (Generasi Z), dan dalam beberapa kasus, pada situasi semi-formal di mana batasan-batasan komunikasi lebih longgar. Strategi penyesuaian diri lain yang teridentifikasi adalah melalui modifikasi kreatif terhadap kata-kata *slang* Generasi Z. Ini bisa berupa penyesuaian nada bicara, intonasi, atau bahkan restrukturisasi kalimat yang mengandung *slang* agar terasa lebih sesuai dengan gaya bicara mereka sendiri atau untuk mengurangi kesan "memaksakan diri". Namun, ada pula informan yang memilih pendekatan

penyesuaian diri yang lebih organik, yakni dengan tetap menjadi diri mereka sendiri secara murni dan membiarkan percakapan mengalir secara alami, tanpa upaya eksplisit untuk mengadopsi atau memodifikasi *slang*, melainkan hanya mengikuti alur percakapan yang berlangsung.

Penerimaan & Penolakan Serta Tujuan Beradaptasi Terhadap Lintas Generasi dan Identitas Nilai budaya.

Dalam konteks penelitian ini, eksplorasi mendalam tidak hanya terbatas pada identifikasi respons adaptif, melainkan juga meluas pada analisis bagaimana individu dari lintas generasi secara aktif menerima atau menolak penggunaan kata *slang* Generasi Z dalam interaksi komunikatif mereka. Peneliti berupaya mengungkap mekanisme kognitif dan afektif yang mendasari keputusan penerimaan atau penolakan ini, yang sering kali bersifat kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor. Keseluruhan temuan ini menggarisbawahi bahwa interaksi dengan *slang* Generasi Z bukan hanya tentang bahasa itu sendiri, melainkan juga tentang negosiasi identitas, tujuan komunikasi, dan bagaimana nilai-nilai budaya, baik generasional maupun regional, bersangkut paut dalam dinamika linguistik kontemporer.

Perilaku & Kesan

Ditemukan bahwa perilaku dan kesan yang ditampilkan dapat dibagi menjadi beberapa kategori. Salah satunya adalah adanya pembawaan diri yang terkesan memaksakan (*strained or forced*) atau tidak sesuai konteks dalam topik pembicaraan. Kategori ini muncul ketika informan lintas generasi berupaya menggunakan *slang* Generasi Z dengan cara yang terasa kurang natural, canggung, atau bahkan tidak relevan dengan alur percakapan yang sedang berlangsung. Hal ini bisa jadi disebabkan oleh kurangnya pemahaman mendalam tentang nuansa penggunaan *slang*, atau upaya berlebihan untuk mencoba "masuk" ke dalam kelompok Generasi Z, yang justru berakibat pada kesan yang kurang otentik atau bahkan sedikit menggelikan bagi lawan bicara. Namun, di sisi lain, penelitian ini juga mengidentifikasi adanya informan yang menunjukkan perilaku dan kesan yang positif. Kelompok ini mampu mengintegrasikan *slang* Generasi Z ke dalam komunikasi mereka dengan cara yang luwes, natural, dan sesuai konteks. Pembawaan diri mereka terasa lebih asli dan tidak dibuat-buat, sehingga menciptakan kesan kedekatan, keterbukaan, dan kenyamanan bagi lawan bicara. Respons positif ini seringkali menghasilkan interaksi yang lebih efektif dan hubungan yang lebih harmonis antar-generasi.

Pembahasan

Sesuai dengan penemuan peneliti, pembahasan ini menghubungkan temuan dengan literatur yang ada pada saat ini dan kerangka teoritis serta menganalisis temuan penelitian dengan cara menarik wawasan dari pengalaman informan serta membuat temuan mudah untuk dicerna dan dipahami. Elemen kunci dari *Communication Accommodation Theory* dan *Intercultural Communication Speech Code Theory*, sangat digunakan pada pembahasan ini. Serta data dari berbagai sumber akan dicantumkan dalam penelitian seperti jurnal terdahulu, kutipan buku, dan skripsi terdahulu yang dianggap relevan oleh peneliti, guna memperkuat temuan dari peneliti.

Etika & Sopan Santun Generasi Z Menjadi Pengalaman dan Persepsi Penerimaan dan Penolakan Generasi X dan Y dalam Menanggapi *Slang* Generasi Z.

Pengalaman dan persepsi Generasi X & Y dalam menanggapi kata *slang* Generasi Z dilihat dari respon penerimaan dan penolakan ketika menanggapi Generasi Z yang berbicara kepada mereka Generasi X & Y menggunakan kata *slang*. Adanya nilai etika dan sopan santun dalam berbicara juga dinilai dari pengalaman persepsi generasi tua (Generasi X & Y). Penerimaan, sebagian generasi atas (Generasi X & Y) menunjukkan penerimaan yang menganggap kata *slang* Generasi Z sebagai ekspresi yang sah dalam situasi informal, terutama individu dengan interaksi intensif atau paparan media sosial. Disisi lain penerimaan bisa dilihat juga dari bagaimana Generasi X & Y menanggapi kata *slang* ketika berkomunikasi dengan Generasi Z yang mengikuti alur pembicaraan dengan generasi muda (Generasi Z), karena menurut mereka kata *slang* ini adalah sebuah alat ekspresi diri dalam percakapan seperti salah satu pengakuan dari informan generasi tua. Ada pula hal lain juga terjadi karena adanya kesalahpahaman dari generasi tua (Generasi X & Y) dalam pengartian kata *slang* yang sering digunakan oleh Generasi Z, yang dimana terkadang menurut generasi tua (Generasi X & Y) terdengar ambigu dari kata tersebut. Hal ini di perkuat dengan adanya kata – kata “Komunikasi dalam bahasa yang sama dapat menimbulkan salah pengertian, apalagi bila kita tidak menguasai bahasa lawan bicara kita”, (Mulyana, 2021).

Proses pandangan slang Generasi Z oleh Generasi X dan Y mencerminkan negosiasi simbol budaya dalam komunikasi verbal, menegaskan bahwa makna bahasa bersifat konstruksi sosial dalam konteks budaya tertentu. Dari hasil temuan ini terdapat pandangan Generasi X dan Y terhadap penggunaan *slang* Generasi Z sangat bervariasi, menunjukkan spektrum respon. Fenomena ini juga dapat dianalisis melalui kerangka Speech Code Theory, khususnya dimensi persepsi. Teori ini menegaskan bahwa setiap komunitas budaya (dalam hal ini, setiap generasi) memiliki cara unik dalam menginterpretasikan pengalaman persepsi Generasi X & Y terhadap penggunaan kata *slang* Generasi Z. Penelitian terdahulu mengenai adaptasi dari *speech code*, dimensi persepsi mempunyai peranan penting dalam merangkai stimulasi individu untuk memandang suatu budaya yang baru. Latar belakang yang berbeda menyebabkan warga pendatang dan warga lokal mempunyai macam persepsi yang kemudian menjadi suatu pondasi untuk beradaptasi (Iqbal, 2020).

Sosial Media menjadi Pengalaman Generasi X dan Y dalam Memahami Makna kata Slang Generasi Z.

Sosial media adalah sebuah pengalaman dari Generasi X & Y dalam memahami makna kata slang dari Generasi Z. Peran media sosial sebagai platform digital berfungsi sebagai sarana utama bagi generasi tua (Generasi X & Y) untuk membangun pemahaman slang melalui paparan konten dan pertukaran kata slang Generasi Z. Penggunaan bahasa slang di media sosial pada kalangan remaja menyimpulkan bahwa adanya variasi gaya yang memicu para generasi untuk mengimplementasikan kata – kata *slang* tersebut (Azizah, 2019).

Disisi lain Generasi tua (Generasi X & Y) seringkali secara proaktif mencari klarifikasi langsung dari Generasi Z ketika menemui ketidakpahaman makna slang Generasi Z dengan cara bertanya secara langsung. Hal ini terjadi karena Generasi Z adalah pemilik dari kata slang yang berkembang di era sekarang yang akhirnya memicu generasi tua untuk lebih menanyakan kepada Generasi Z. Hal ini juga di validasi dari penelitian terdahulu yang sempat membahas karakteristik komunikasi dari Generasi Z ini, dimana Generasi Z sering menggunakan bahasa gaul atau *slang* dalam komunikasi sehari – hari, baik secara langsung maupun di media sosial (Lubis, 2023). Kedua pola pemahaman makna ini dapat dianalisis secara mendalam melalui lensa Speech Code Theory Philipsen (1997), khususnya dimensi persepsi. SCT menekankan bahwa setiap komunitas budaya dalam konteks ini, setiap generasi memiliki kode komunikasinya sendiri yang membentuk cara anggotanya menginterpretasikan makna simbolik. Upaya Generasi X&Y untuk memahami *slang* Generasi Z adalah manifestasi dari proses perseptual ini, mereka secara aktif mencoba mengidentifikasi, mengkategorikan, dan menafsirkan kode bahasa yang berbeda (yaitu *slang* Generasi Z) agar dapat menjembatani kesenjangan pemahaman. Keinginan untuk mengurangi ketidakpastian makna, seperti yang ditunjukkan oleh inisiatif bertanya langsung atau eksplorasi media sosial, merupakan indikator bahwa mereka sedang mengolah dan mengintegrasikan kode komunikasi baru ke dalam kerangka kognitif mereka, yang pada gilirannya memengaruhi efektivitas dan kenyamanan dinamika komunikasi antarbudaya lintas generasi.

Respon Komunikatif dan Bahasa Tubuh Bentuk Reaksi Verbal dan Non- Verbal yang Dikeluarkan oleh Generasi X dan Y terhadap Penggunaan kata Slang Generasi Z.

Respon Komunikatif dan bahasa tubuh adalah sebuah bentuk bagaimana spontanitas dalam diri memberikan kesan reaksi secara verbal maupun non-verbal. Pengertian dari reaksi verbal adalah sebuah bentuk reaksi dalam bentuk lisan ataupun tulisan dengan penggunaan kata – kata. Sedangkan reaksi non-verbal sendiri adalah sebuah reaksi yang tidak menggunakan kata – kata secara langsung melainkan bahasa tubuh seperti mimik wajah dan gerakan tangan atau tubuh lainnya (Yasmin, 2021). Adanya respon komunikatif yang beragam dari setiap hasil temuan, adanya respon komunikatif menandakan generasi tua (Generasi X & Y) menerima penggunaan kata *slang* Generasi Z dalam percakap bisa dilihat dengan mengikuti dialek dan alur dari lawan bicara tersebut. Namun disisi lain ada pula respon komunikatif penolakan konstruktif pada Generasi X & Y dalam penggunaan kata *slang* ini. adanya respon komunikatif penerimaan sekaligus penolakan konstruktif. Penolakan konstruktif terjadi hanya jika kata – kata yang digunakan sudah tidak sesuai konteks dan dianggap memiliki konotasi yang negatif. Adapun respon komunikatif lainnya oleh Generasi X & Y, yaitu respon komunikasi penolakan internal, yang terjadi dalam diri.

Dimana mereka akan mencerna terlebih dahulu apa yang dimaksud, dan kenapa menggunakan kata – kata slang tersebut Disisi lain Respon bahasa tubuh juga terlihat dalam penemuan ini dimana respon bahasa tubuh terjadi karena

spontanitas reaksi non-verbal yang terjadi oleh Generasi X & Y. Teridentifikasi adanya penerimaan oleh generasi tua (Generasi X & Y) melihat dari respon bahasa tubuh yang terjadi, seperti tersenyum serta ikut berkomunikasi dengan candaan tawa dengan lawan bicaranya yaitu Generasi Z. Adapula sebuah respon bahasa tubuh lainnya seperti penolakan implisit, seperti mengeluarkan mimik wajah yang kaget terhadap penggunaan kata slang yang dianggap negatif oleh generasi tua (Generasi X & Y). Terakhir adanya respon gaya tubuh seperti penolakan agresif pasif terjadi ketika penggunaan kata *slang* terlalu berlebihan seperti mengeluarkan tatapan mata yang tajam, menandakan generasi tua (Generasi X & Y) tidak menyukai hal tersebut. Reaksi - reaksi tersebut mencerminkan proses verbal dan non-verbal dalam *Speech Code Theory*, di mana struktur nilai dan norma budaya diekspresikan melalui kata-kata dan pola komunikasi tertentu. Penolakan maupun penerimaan terhadap penggunaan *slang* menjadi simbol dari sejauh mana sebuah generasi menerima perubahan linguistik yang dibawa oleh generasi lainnya, khususnya Generasi X & Y kepada lawan bicaranya yaitu Generasi Z. Ini memperlihatkan bahwa komunikasi tidak sekadar penyampaian pesan, melainkan juga sarana negosiasi nilai dan identitas budaya. Menurut Manfred Kuhn (1956) dalam (Littlejohn & Foss, 2008), mengatakan komunikasi akan melakukan secara alamiah menyerap percakapan dan proses interaksi dengan lawan bicara, yang dimana akan berbicara terlebih dahulu dalam diri sendiri dan memikirkan apa respon dan reaksi apa yang harus kita berikan kepada lawan bicara kita, hal ini dinamakan *plan of action*.

Penyesuaian Diri dari Generasi X & Y adalah Sebuah Bentuk Respon Konvergensi dalam CAT dari Penggunaan kata *Slang* Generasi Z .

Konvergensi adalah salah satu dimensi dari *Communication Accomodation Theory* yang mengartikan respon penerimaan yang terjadi antar komunikan dan komunikator dalam mengakomodasi percakapan (Suheri, 2019). Penyesuaian diri dari para generasi tua (Generasi X & Y) adalah bentuk penerimaan yang terjadi ketika berkomunikasi dengan kepada Generasi Z. Adapun bentuk penyesuaian diri seperti mengikuti alur pembicaraannya yang sesuai dengan konteks tanpa berlebihan dan penyesuaian diri seperti lebih sering mendengarkan dan mengamati juga termasuk dalam penerimaan dari generasi tua (Generasi X&Y). Disisi lain tujuan dari penyesuaian diri oleh generasi atas (Generasi X & Y) karena ingin adanya kenyamanan dalam berkomunikasi dengan Generasi Z. Robert F. Bales menyebutkan dalam (Cohen & Williamson, 1979). Pada sebuah individu akan memberikan sebuah respon perilaku yang positif maupun negatif, mau dari cara lawan bicara yang memberikan penerimaan dengan menyesuaikan diri, menjadi lebih asik, dan ada pula yang akan langsung memberikan penolakan berupa memberikan intensi dari mimik wajah yang tidak enak di pandang dan menjadi tidak asik dalam percakapan. Dalam temuan ini pula perilaku konvergensi menurut CAT memiliki kesamaan dalam penelitian "*Akomodasi Komunikasi dalam Komunikasi Antarbudaya antara Stanger dengan Host Culture (Etnis Jawa dengan Etnis Kutai)*", yang dimana pada penelitian ini menjelaskan strategi konvergensi dalam penyesuaian diri adalah sebagai langkah awal dalam memodifikasi dan mengatur perilaku individu dalam merespon lawan bicaranya. Strategi konvergensi ini dilakukan oleh sekelompok orang untuk memberikan kesan yang baik kepada lawan bicaranya (Mahdiyyani et al., 2021).

Generasi X & Y akan Menolak Penggunaan kata *Slang* Generasi Z dalam Konteks Negatif, adalah Sebuah Bentuk Respon Divergensi dalam CAT.

Generasi X & Y akan menolak pemakaian kata – kata yang terdengar seperti konotasi yang ambigu dan fatal. Adapun contoh kata – kata yang ambigu dan fatal menurut para generasi tua seperti kata 'anj*ay', yang dimana makna kata ini sendiri sebenarnya adalah untuk menyatakan sebuah ekspresi dari kekaguman kepada suatu hal atau peristiwa. Namun, "anj*ay" juga memiliki konotasi negatif karena dianggap sebagai plesetan dari kata "anjing". Di Indonesia, kata "anjing" sendiri kerap diasosiasikan dengan hal-hal yang najis, kotor, dan rakus, sehingga penggunaan "anjay" dapat dianggap melecehkan atau menghina orang lain (Nadhirah, 2020). Adapun contoh kata lain yang terdengar fatal oleh generasi tua (Generasi X&Y) yaitu 'mokon*do', arti kata ini memang sangat fatal untuk digunakan dalam komunikasi sehari – hari. Hal ini dikarenakan artinya yang sangat kasar dan berdampak pada alur komunikasi yang tidak nyaman terjadi pada generasi tua dan muda (Generasi X,Y,&). Dalam konteks Communication Accommodation Theory (CAT) Giles et al. (1991), respons ini secara spesifik merepresentasikan divergensi, yaitu upaya disasosiatif yang dilakukan oleh komunikator untuk mempertahankan atau memperbesar perbedaan linguistik antara diri mereka dengan lawan bicara. Penolakan penyesuaian ini terjadi karena persepsi terhadap penggunaan slang yang "berlebihan" atau memiliki "konteks negatif" oleh generasi muda. Bagi Generasi X dan Y, penggunaan slang semacam itu dianggap melanggar batasan sosial dan linguistik yang telah mereka internalisasi, sehingga mereka secara sadar atau tidak sadar

memperlebar jarak komunikasi sebagai bentuk pertahanan identitas dan nilai. CAT sendiri menegaskan bagaimana setiap individu memersepsikan dan mengevaluasi apa yang terjadi di dalam sebuah percakapan (Ulpa, 2014). Dan dalam kasus ini, evaluasi negatif terhadap slang tertentu memicu respons divergensi.

Meskipun demikian, penting untuk dicatat bahwa fenomena divergensi ini tidak meniadakan adanya upaya konvergensi yang mungkin terjadi pada konteks slang Generasi Z lainnya yang dianggap lebih netral atau relevan. Penolakan terhadap slang bermuatan negatif ini justru menyoroti batas-batas akomodasi linguistik Generasi X dan Y. Mereka cenderung berkonvergensi pada slang yang dianggap aman dan mendukung tujuan komunikasi yang positif (seperti menjalin kedekatan atau memahami budaya Generasi Z), namun akan secara tegas menunjukkan divergensi ketika slang tersebut berpotensi merusak norma, etika, atau harga diri. Dengan demikian, respons divergensi ini menjadi penanda bahwa upaya akomodasi (konvergensi) memiliki batasan yang kuat, terutama terkait dengan nilai-nilai budaya dan kesopanan yang mendasari persepsi mereka terhadap berkomunikasi.

Respon Generasi X & Y dalam Konteks yang Diluar Batas Menunjukkan adanya Akomodasi Berlebihan terhadap Penggunaan kata Slang Generasi Z.

Akomodasi berlebihan terjadi ketika seorang komunikator berupaya menyesuaikan gaya bicaranya dengan lawan bicara secara berlebihan, tidak tepat, atau melampaui kebutuhan yang sebenarnya dan konteks yang diluar batas, yang justru dapat menimbulkan persepsi negatif atau ketidaknyamanan bagi pihak lain (Giles et al., 1991). Dalam konteks penggunaan slang Generasi Z, hal ini termanifestasi ketika generasi tua (Generasi X&Y) berusaha keras untuk terlihat "modern" atau "gaul" dengan menggunakan slang yang sebenarnya tidak familiar bagi mereka, atau dalam konteks yang tidak lazim.

Upaya *over-accommodation* ini seringkali didasari oleh motif positif, seperti keinginan untuk membangun kedekatan, mengurangi kesenjangan usia, atau menunjukkan penerimaan terhadap budaya Generasi Z. Namun, ketika implementasinya terasa dipaksakan atau tidak autentik, hal tersebut dapat menciptakan efek sebaliknya, yaitu kecanggungan atau bahkan distorsi makna dalam interaksi lintas generasi. Fenomena ini semakin memperkaya pemahaman tentang kompleksitas respons Generasi X & Y terhadap bahasa slang Generasi Z, yang tidak selalu linear antara penerimaan penuh atau penolakan total, melainkan mencakup upaya akomodasi yang terkadang melampaui batas optimal. . Reaksi tidak pas, atau bahkan reaksi yang terlalu dibuat-buat dan *over-accommodative*, bisa menciptakan persepsi negatif, seperti tidak tulus, mencoba terlalu keras, atau bahkan menciptakan kesan tidak menghargai norma komunikasi generasi lain, (Gudykunts, 2003). Label ini ditujukan kepada pembicara yang dianggap berlebihan oleh pendengarnya. Istilah ini merujuk pada seseorang yang, meskipun berniat baik, justru dinilai merendahkan (Suheri, 2019)

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana Generasi X dan Y memaknai, merespon, serta beradaptasi terhadap penggunaan bahasa slang yang diciptakan dan digunakan oleh Generasi Z, khususnya dalam konteks komunikasi di media sosial dan interaksi keseharian. Dengan menggunakan metode kualitatif dan pendekatan fenomenologi dalam paradigma interpretatif, fokus penelitian diarahkan pada persepsi dan respons lintas generasi sebagai sebuah praktik komunikasi antarbudaya yang sarat akan simbol, nilai, dan identitas generasional. Dari hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa:

1. Generasi X dan Y memiliki pengalaman yang beragam dalam memahami slang Generasi Z. Sebagian menunjukkan sikap terbuka, berusaha memahami makna melalui media sosial atau bertanya langsung kepada Generasi Z, sementara sebagian lainnya menunjukkan kebingungan, keterkejutan, atau bahkan resistensi terhadap perubahan bentuk bahasa tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa makna slang tidak bersifat universal, melainkan dikonstruksi secara sosial dan dipengaruhi oleh paparan media, pengalaman pribadi, serta intensitas interaksi lintas generasi.
2. Bentuk respons yang diberikan oleh Generasi X dan Y terhadap penggunaan slang mencakup reaksi verbal seperti bertanya balik, menanggapi dengan canda, mengkritik, atau menyampaikan ketidaksetujuan, serta respons non-verbal seperti ekspresi bingung, tawa sopan, atau diam sebagai bentuk ketidakpahaman. respon-respon ini menunjukkan bahwa komunikasi non-verbal turut memainkan peran penting dalam membentuk dinamika interaksi lintas usia.

3. Dalam konteks teori Communication Accommodation Theory (CAT), ditemukan tiga pola besar akomodasi yakni dari aspek konvergensi, divergensi, dan akomodasi berlebihan ketika Generasi X/Y berinteraksi dengan Generasi Z.
4. Dari perspektif *Intercultural Communication Speech Code Theory*, penggunaan slang Generasi Z dapat dilihat sebagai bagian dari sistem kode bicara (*speech code*) yang merepresentasikan identitas sosial mereka. Ketika Generasi X dan Y berinteraksi dengan kode ini, muncul dinamika negosiasi makna, baik melalui interpretasi eksplisit (misalnya bertanya langsung tentang arti slang) maupun pembacaan implisit (memahami lewat konteks digital). Temuan ini menguatkan 3 unsur dari *speech code* yakni persepsi, proses verbal, dan proses non-verbal.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa komunikasi antar generasi merupakan praktik komunikasi antarbudaya yang kompleks, di mana perbedaan usia membawa perbedaan dalam sistem simbol, nilai, dan gaya berbahasa. Kemampuan untuk saling memahami—baik secara verbal maupun non-verbal—serta kesadaran akan posisi diri dan lawan bicara dalam struktur sosial menjadi kunci dalam menciptakan komunikasi lintas Generasi yang lebih inklusif, adaptif, dan bermakna.

Saran Akademis

Penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pengembangan kajian komunikasi antarbudaya dalam konteks generasi. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas ruang lingkup studi, misalnya dengan melibatkan lebih banyak kategori generasi (seperti Generasi *Alpha*) atau memperdalam kajian terhadap peran media sosial tertentu dalam membentuk gaya bahasa dan identitas generasi. Selain itu, pendekatan fenomenologi yang digunakan dalam penelitian ini juga dapat dipadukan dengan pendekatan lain seperti etnografi komunikasi atau analisis wacana kritis untuk menggali lebih dalam konstruksi makna dan kekuasaan dalam penggunaan bahasa slang lintas generasi.

Saran Praktis

Bagi praktisi komunikasi, pendidik, dan pelaku hubungan antarpribadi lintas generasi, penting untuk memahami bahwa penyesuaian gaya bahasa tidak hanya berfungsi untuk mempermudah komunikasi, tetapi juga untuk membangun kedekatan emosional dan memperkuat relasi sosial. Generasi X dan Y disarankan untuk lebih terbuka dalam memahami perkembangan bahasa generasi muda tanpa harus memaksakan diri untuk meniru secara utuh, sementara Generasi Z juga diharapkan memiliki sensitivitas dalam menggunakan bahasa agar dapat disesuaikan dengan konteks sosial dan usia lawan bicara. Dengan demikian, komunikasi lintas generasi dapat berjalan lebih inklusif, adaptif, dan harmonis.

REFERENSI

- Chapman, R. . (2007). *A New Dictionary of American Slang*.
- Christiani, L. C., & Ikasari, P. N. (2020). Generasi Z dan Pemeliharaan Relasi Antar Generasi dalam Perspektif Budaya Jawa. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 4(2), 84–105.
- Dewantari, T. S. (2024). *Generasi Boomers, X,Y,Z, & Alpha, Gimana Kepribadiannya?* Brain Academy.
<https://www.brainacademy.id/blog/karakteristik-generasi-boomers-x-y-z-alpha>
- Eckert, P. (2000). *Linguistic Variation as Social Practice: The Linguistic Contruction of Identity in Belten High*. Blackwell.
- Fadilla, A. S., Alwansyah, Y., & Anggriawan, A. (2023). Pengaruh Bahasa Gaul Terhadap Penggunaan Bahasa Indonesia Oleh Mahasiswa. *EUNOIA (Jurnal Pendidikan Bahasa Indonesia)*, 3(1), 1.
<https://doi.org/10.30821/eunoia.v3i1.2527>
- Febriyanto, R. D., Sholikhah, S. D. R., Apriliya, Y., Ramadhana, E., & Nurhayati, En. (2023). Dampak Bahasa Gaul Terhadap Bahasa Indonesia Pada Mahasiswa Prodi Agribisnis UPN “Veteran” Jawa Timur. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 08(3), 5800–5807.
- Fiantika, F. R. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Y. Novita (ed.); 1st ed.). PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Gede Budiasa, I., Savitri, W., Shanti, A. A. S., & Dewi, S. (2021). *Penggunaan Bahasa Slang di Media Sosial*. 25, 192–200. <https://doi.org/10.24843/JH.20>
- Gudykunts, W. B. (2003). *Cross-Cultural and Intercultural Communication*. Sage Publication, Inc.
- Hamidah, T. (2018). *Mengenal Kohort: Veteran Generation, Baby Boomers, Millennials, Gen X & Gen Z*. Fakultas Psikologi Universitas Persada Indonesia Y .A.I. <https://buletin.k-pin.org/index.php/arsip-artikel/242-mengenal-kohort-veteran-generation-baby-boomers-millennials-gen-x-gen-z>
- Harimansyah, G. (2022). *Pilihan Bahasa Remaja Dalam Perspektif Umur dan Lintas Generasi*. Badan Pengembangan Dan Pembinaan Bahasa : Kementerian Pendidikan Dasar Dan Menengah.
<https://badanbahasa.kemdikbud.go.id/artikel-detail/788/pilihan-bahasa-remaja-dalam-perspektif-umur-dan-lintas-generasi>
- Holmes, J. (2013). *An Introduction to Sociolinguistics*. Routledge.
- Kumparan. (2023). *Mengenal Generasi Z: Mengapa Disebut Gen Z?* Kumparan.Com.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2008). *Theories of Human Communication*. Thomson Higher Education.
- Muslim. (2016). VARIAN-VARIAN PARADIGMA, PENDEKATAN, METODE, DAN JENIS PENELITIAN DALAM ILMU KOMUNIKASI. *Jurnal Wahana*, 1(10), 77–85.
- Nanda, S. (2024). *Mengenal Gen Z, Generasi yang Dianggap Manja*. Brain Academy.
<https://www.brainacademy.id/blog/gen-z>
- Nasrullah, R. (2017). *Media sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (3rd ed.). Simbiosis Rekatama Media.
- Nurdiana, E. (2024). *SOCIAL ACTION MEDIA STUDIES PADA AKUN INSTAGRAM UNOFFICIAL UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) SALATIGA*.
- Rinoza, R. (2017). *Peran Media Komunikasi Massa dalam Perubahan Sosial : Sebuah Pengantar Singkat*.
- Sa’adah, A. N., Rosma, A., & Aulia, D. (2022). Persepsi Generasi Z Terhadap Fitur Tiktok Shop Pada Aplikasi

- Tiktok. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 131–140.
<https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.176>
- Salmaa. (2022). *Mungupas Tuntas Cohort dalam Penelitian*. Penerbit Dee Publish.
<https://penerbitdeepublish.com/cohort/>
- Saputra, A. (2022). *Mengenal Generasi X dan Ciri - cirinya yang Beragam*. Aido Health. <https://aido.id/health-articles/mengenal-generasi-x-dan-ciri-cirinya-yang-beragam/detail>
- Sosial Media : Dampak dan Peranannya Dalam Kehidupan Modern*. (2024). Tebing Tinggi Kota.Go.Id.
[https://www.tebingtinggikota.go.id/berita/artikel/sosial-media-dampak-dan-peranannya-dalam-kehidupan-modern#:~:text=Sosial media telah menjadi bagian,informasi%2C dan membangun hubungan sosial.](https://www.tebingtinggikota.go.id/berita/artikel/sosial-media-dampak-dan-peranannya-dalam-kehidupan-modern#:~:text=Sosial%20media%20telah%20menjadi%20bagian,informasi%20dan%20membangun%20hubungan%20sosial.)
- Suharjo, S. N., & Harianto, A. (2019). Perbedaan Gaya Hidup Sehat Dan Sikap Terhadap Makanan Organik Dari Generasi Baby Boomers, X, Dan Y Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 5(1), 45–58.
<https://doi.org/10.9744/jmp.5.1.45-58>
- UM Sumbar. (2023). *Mengenal Generasi Baby Boomers, Milenial Hingga Alpha*.
<https://umsb.ac.id/berita/index/1345-mengenal-generasi-baby-boomers-milenial-hingga-alpha>
- UNESA. (2024). *Penelitian Kualitatif: Perbedaan Fenomenologi dengan Studi Kasus*. Universitas Negeri Surabaya. [https://s2pendidikanbahasainggris.fbs.unesa.ac.id/post/penelitian-kualitatif-perbedaan-fenomenologi-dengan-studi-kasus#:~:text=Fenomenologi adalah pendekatan penelitian kualitatif,peristiwa-peristiwa dalam hidup mereka.](https://s2pendidikanbahasainggris.fbs.unesa.ac.id/post/penelitian-kualitatif-perbedaan-fenomenologi-dengan-studi-kasus#:~:text=Fenomenologi%20adalah%20pendekatan%20penelitian%20kualitatif,peristiwa%20dalam%20hidup%20mereka.)
- Valencia, Z. A., & Lestari, A. F. (2024). Pola Komunikasi Antar Budaya Generasi Z Dalam Menjaga Toleransi Beragama (Studi Kasus War Takjil Ramadhan 2024 di TikTok). ... : *Bunga Rampai Ilmu Komunikasi*, 59–72.
<https://ojs.bakrie.ac.id/index.php/arunika/article/view/376%0Ahttps://ojs.bakrie.ac.id/index.php/arunika/article/download/376/205>
- Watie, E. D. . (2016). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, 3(2).
- Yoanita, D. (2022). Pola Komunikasi Keluarga Di Mata Generasi Z. *Scriptura*, 12(1), 33–42.
<https://doi.org/10.9744/scriptura.12.1.33-442>