# DESKRIPSI PENGGUNAAN "KATA/ FRASE/ KALIMAT" DALAM BERKOMUNIKASI OLEH GENERASI Y, GENERASI Z, DAN GENERASI *ALPHA*

Mochammad Idris[a], Aprida Siska Lestia[b], Naimah Hijriati[c], Thresye[d], Saman Abdurrahman[e]
Rikha Syahda Salsabilla[f], Zharfa Rizqi Amalia[g], Muhammad Aryo Pangestu[h],
& Asfia Andriani[i]

[a]Program Studi Matematika, FMIPA, Universitas Lambung Mangkurat
Jl. Ahmad Yani Km 36, Banjarbaru, Kalimantan Selatan

*Email korespondensi: moch.idris@ulm.ac.id*

## ABSTRAK

*Dalam interaksi sosial, terjadi komunikasi antar individu baik dalam satu generasi maupun antar generasi. Dalam artikel ini, pola kata atau frase yang muncul dalam komunikasi dideskripsikan sesuai kelompok usia atau generasi. Adapun yang dimaksud adalah oleh Generasi Y, Generasi Z, dan Generasi Alpha di Kota Banjarbaru, Provinsi Kalimantan Selatan. Hasil deskripsi tersebut cukup menarik, karena tiap-tiap generasi dalam masyarakat menciptakan istilah atau idiom baru. Walaupun demikian kata-kata utama dalam komunikasi masih relatif sama.*

***Kata kunci**: generasi, komunikasi, kemiripan*

## PENDAHULUAN

Pada era terkini, pergantian generasi menjadi salah satu faktor yang memengaruhi dinamika sosial dan budaya di masyarakat. Generasi Y, Generasi Z, dan Generasi *Alpha* mewakili tiga generasi (kelompok usia) terakhir berbeda dan mempunyai karakteristik, nilai, dan preferensi masing-masing. Dalam klasifikasi, Generasi Y merupakan generasi milenial lahir sekitar Tahun 1980-an hingga pertengahan 1990-an. Mereka tumbuh dalam transisi menuju era digital, ketika teknologi seperti komputer pribadi dan internet menjadi lebih umum di lingkungan sekitar (Budiati, 2018). Generasi Y dianggap pelopor penggunaan teknologi digital yang cakap dalam beradaptasi dengan perangkat dan *platform* baru. Mereka memanfaatkannya untuk berkomunikasi, belajar, dan mencari informasi lebih intensif dari pada generasi sebelumnya (Zorn, 2017). Selain itu, Generasi Y lebih terbuka terhadap perubahan, kreatif, dan memberi dampak positif dalam masyarakat.

Sementara itu, generasi Z lahir dalam rentang Tahun 2000 hingga Tahun 2010. Generasi Z merupakan penduduk asli era digital dengan teknologi lengkap PC, ponsel, perangkat *gaming* dan internet (Francis & Hoefel, 2018). Mereka menghabiskan waktu luang untuk menjelajahi web, lebih suka tinggal di ruangan dan bermain *online* dari pada bermain di luar ruangan (Qurniawati & Nurohman, 2018). Selanjutnya, Generasi *Alpha* adalah generasi yang lahir dalam rentang mulai

Tahun 2010 hingga pertengahan 2020-an. Mereka tumbuh di tengah perkembangan teknologi yang semakin pesat, termasuk kehadiran internet, media sosial, dan perangkat pintar yang semakin canggih. Generasi Alpha lahir dan dibesarkan dalam era digital dengan teknologi yang melekat di kehidupan sehari-hari mereka sejak awal. Dibandingkan dengan generasi sebelumnya, mereka mungkin memiliki kecakapan teknologi lebih tinggi karena sejak usia dini, mereka menggunakan perangkat digital dan berinteraksi dengan berbagai *platform online* secara alami. Dampaknya, pengalaman hidup dan pola komunikasi Generasi *Alpha* dipengaruhi secara signifikan oleh teknologi digital, dan ini akan memiliki implikasi yang mendalam dalam hal pendidikan, pekerjaan, dan hubungan sosial mereka di masa depan. Bahasa tersebut mengandung pergeseran makna kata pada ruang lingkup ameliorasi dan peyorasi. Generasi *Alpha* tumbuh melekat dengan digital, sehingga dalam hal ucapan pada saat berkomunikasi generasi ini melakukan banyak pergeseran makna sebagai kontestasi identitas (Maulida, 2022).

Dalam konteks hubungan sosial, penggunaan bahasa menjadi salah satu aspek sangat penting dalam memahami interaksi antar generasi ini. Pengaruh era digital cukup signifikan dalam mempengaruhi pilihan kalimat dalam berkomunikasi oleh generasi yang berbeda. Media sosial dan perangkat digital lainnya menjadi sarana utama untuk berkomunikasi. Masing-masing generasi beradaptasi dengan pola dalam sarana itu, sehingga dalam berkomunikasi dapat muncul istilah, idiom, dan pola kata yang baru. Percakapan dalam media sosial telah merubah tatanan pergaulan manusia. Sosok komunikator dan integritas pribadi yang baik, dibarengi penyampaian dan perilaku yang baik, dalam percakapan di media daring akan sangat menentukan pesan tersebut sampai dan sesuai tujuan (Hidayat, 2021). Artikel ini akan menyajikan deskripsi penggunaan kata/ frase oleh tiga kelompok generasi tersebut di Kota Banjarbaru, Provinsi Kalimantan Selatan. Hal ini dapat memotret kebiasaan masyarakat untuk mengidentifikasi karakteristiknya. Hasilnya dapat menjadi informasi terkait perkembangan perilaku dalam komunikasi pada generasi yang berbeda.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat induktif, dalam arti bahwa responden yang diambil merupakan sampel dari populasi tiga kelompok generasi di Kota Banjarbaru. Data responden yang diambil merupakan data primer. Tim peneliti mengambil langsung data tersebut dengan melakukan wawancara terhadap responden di sarana publik Kota Banjarbaru, yakni Kawasan Lingkar Kantor Gubernur Kalimantan Selatan, Taman Minggu Raya dan Taman Van Der Pijl Kota Banjarbaru, serta *Mall*. Teknik wawancara dengan menggunakan alat perekam dalam HP. Wawancara bersifat dialogis dengan membicarakan seputar aktivitas mengenai Pendidikan, Kuliner, Kesehatan, Hubungan/ Interaksi Sosial, dan Perkembangan Media sosial.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

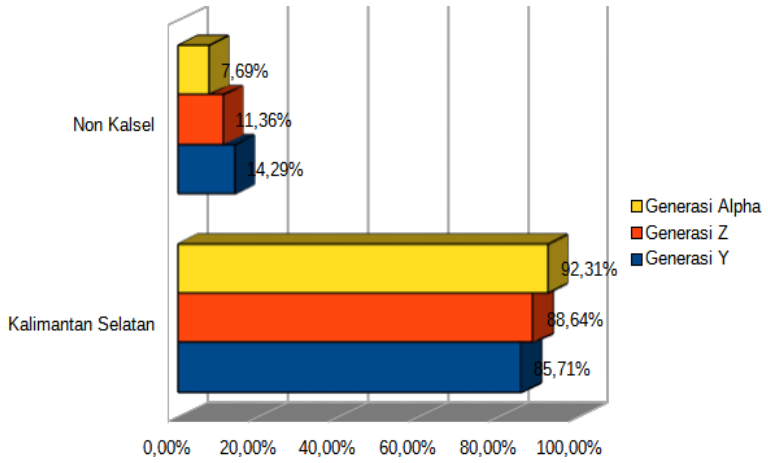
### *Profil Tiga Generasi di Kota Banjarbaru*

Responden yang menjadi sampel observasi sebanyak 105 orang, dengan rincian berikut ini.

**Tabel 1** Gender responden

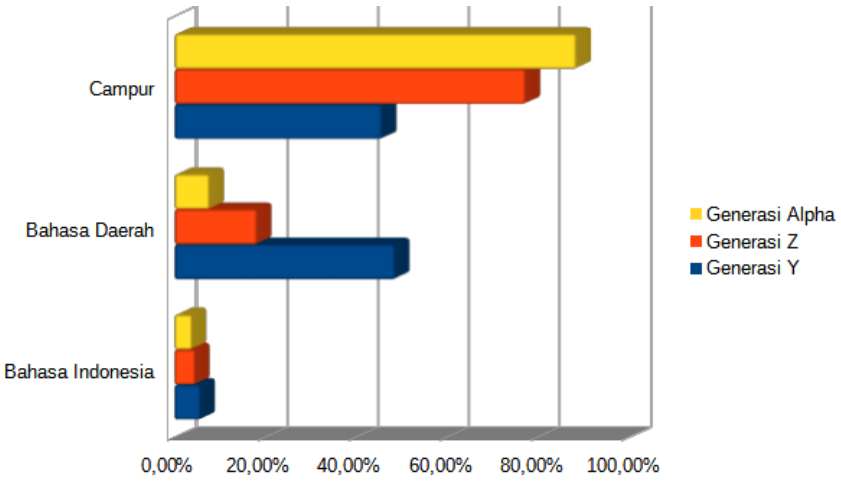
| Gender | Generasi Y | Generasi Z | Generasi Alpha |
|---|---|---|---|
| Laki-laki | 12 | 17 | 12 |
| Perempuan | 23 | 27 | 14 |
| **Jumlah** | **35** | **44** | **26** |

Secara keseluruhan, responden yang terpilih lebih didominasi oleh kaum perempuan, namun proporsi agak berimbang ada pada untuk Generasi *Alpha*. Dari tabel di atas, kaum perempuan lebih mudah ditemui dalam kegiatan relaksasi (berlari, jalan kaki, mengajak anak bermain) di ruang publik Kota Banjarbaru. Sementara itu, khusus untuk Generasi *Alpha*, menemui anak laki-laki atau perempuan sama-sama relatif mudah, karena hal tersebut dilakukan di lingkungan sekolah. Sejauh ini ruang publik di Kota Banjarbaru dapat menjadi tempat yang nyaman untuk interaksi sosial dan relaksasi bagi warga kota, termasuk dari kalangan perempuan. Aktivitas tersebut dapat perubahan norma sosial secara lokal di ruang publik dari waktu ke waktu.




**Gambar 1** Asal responden

Gambar di atas menunjukkan keterikatan generasi muda terhadap daerah asal mereka. Kemungkian rasa nyaman tetap tinggal di Provinsi Kalimantan Selatan. Dapat diduga pula ada nilai budaya yang kuat yang mempengaruhi mereka untuk tetap tinggal dan perpartisipasi. Selain itu, mungkin disebabkan oleh faktor migrasi dan mobilitas yang lebih tinggi di kalangan generasi yang lebih tua, seperti Generasi Y dan Generasi Z, untuk mencari peluang pendidikan dan kerja di luar daerah asalnya.



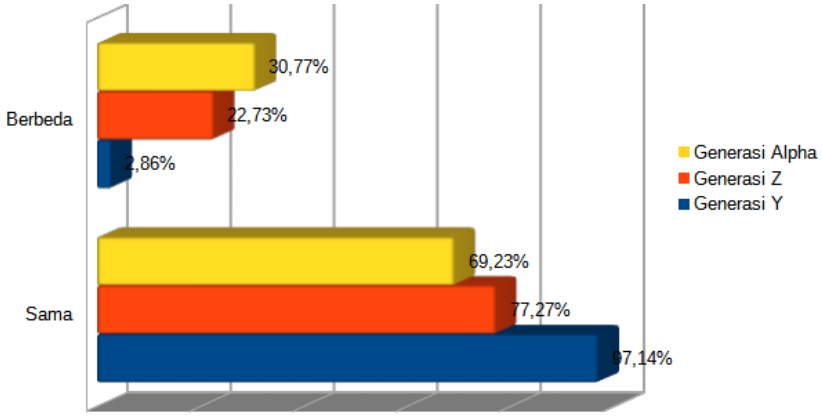

**Gambar 2** Penggunaan bahasa komunikasi

Dapat dilihat pada Gambar 2 bahwa ada perbedaan yang signifikan dalam pola penggunaan bahasa antar generasi di Kota Banjarbaru. Dengan meningkatnya penggunaan bahasa campur, generasi yang lebih muda cenderung beradaptasi dengan tren komunikasi modern dan pengaruh budaya luar.

**Tabel 2** Etnis orang tua responden

| Etnis Ayah | **Generasi Y** | **Generasi Z** | **Generasi Alpha** | Etnis Ibu | **Generasi Y** | **Generasi Z** | **Generasi Alpha** |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Aceh | 0,00% | 0,00% | 3,85% | Bugis | 0,00% | 0,00% | 3,85% |
| Banjar | 74,29% | 63,64% | 80,77% | Banjar | 74,29% | 68,18% | 76,92% |
| Batak | 0,00% | 2,27% | 0,00% | Batak | 0,00% | 2,27% | 0,00% |
| Betawi | 2,86% | 2,27% | 0,00% | Betawi | 2,86% | 2,27% | 0,00% |
| Bugis | 0,00% | 2,27% | 0,00% | Dayak | 2,86% | 2,27% | 0,00% |
| Dayak | 2,86% | 0,00% | 3,85% | Jawa | 14,29% | 20,45% | 19,23% |
| Jawa | 17,14% | 27,27% | 11,54% | Madura | 2,86% | 2,27% | 0,00% |
| Madura | 5,71% | 2,27% | 0,00% | Minang | 2,86% | 2,27% | 0,00% |

Data menunjukkan bahwa etnis Banjar merupakan yang paling dominan di seluruh generasi, baik dari pihak ayah maupun ibu. Selain itu, ada kehadiran etnis lain, meskipun jumlahnya cukup kecil. Struktur etnis ini mencerminkan warisan budaya banjar akan masih tetap dominan di Kota Banjarbaru.




**Gambar 3** Kesamaan etnis orang tua responden

Dari Gambar 3, meskipun masih kecil proporsinya, ada arah yang jelas menuju peningkatan pernikahan antar etnis di kalangan generasi yang lebih muda. Hal ini menunjukkan perubahan nilai sosial yang lebih terbuka dan penerimaan terhadap variasi etnis dalam masyarakat.

**Tabel 3** Tingkat pendidikan responden

| Pendidikan Terakhir/ Terkini | Generasi Y | Generasi Z | Generasi Alpha |
|---|---|---|---|
| Menengah | 0,00% | 0,00% | 15,38% |
| SD | 45,71% | 47,73% | 84,62% |
| Pendidikan Tinggi | 54,29% | 52,27% | 0,00% |

Generasi Y memiliki tingkat pendidikan tinggi yang dominan, namun terjadi penurunan di Generasi Z. Sementara itu, Generasi *Alpha* masih dalam masa menempuh pendidikan SD atau pendidikan Menengah (SMP).

***Kata/ Frase Yag Dominan Dalam Komunikasi***

Ruang publik Kota Banjarbaru menjadi tempat yang nyaman untuk interaksi sosial dan relaksasi. Secara umum, aktivitas di ruang publik, kaum perempuan lebih sering ditemui dalam kegiatan relaksasi (berlari, jalan kaki, bermain dengan anak). Untuk Generasi *Alpha*, anak laki-laki atau perempuan sama-sama relatif mudah ditemui, karena aktivitas dilakukan di lingkungan sekolah. Selanjutnya, keterikatan generasi muda terhadap daerah asal (Provinsi Kalimantan Selatan) cukup kuat. Hal ini mengindikasikan rasa nyaman tinggal di daerah asal dan kuatnya nilai budaya yang mempengaruhi mereka. Sementara itu, migrasi dan mobilitas yang lebih tinggi di kalangan Generasi Y dan Z untuk mencari peluang pendidikan dan pekerjaan di luar daerah

asal.

Dalam berkomunikasi, terjadi peningkatan penggunaan bahasa campuran di kalangan generasi yang lebih muda. Hal ini menunjukkan adaptasi dengan tren komunikasi modern dan pengaruh budaya luar. Meskipun etnis Banjar merupakan yang paling dominan di seluruh generasi, namun ada tren peningkatan pernikahan antar etnis di kalangan generasi yang lebih muda. Hal ini menunjukkan perubahan nilai sosial yang lebih terbuka dan penerimaan terhadap variasi etnis.

**Tabel 4** Kata/ frase dominan pada Generasi Y

| Kata/ frase yang muncul | Jumlah kata/ frase | Responden yang menggunakan |
|---|---|---|
| Penting, Ngobrol, Anak, Kita | 50 an | 46,43% |
| Orang, HP | 40 an | 42,86% |
| Olahraga, Jarang, Zaman, Sekitar | 30 an | 41,43% |
| Suka, Anak-anak, Orang Tua, Anak Kecil, Kumpul, Kadang, Sekolah Agama, WhatsApps, Langsung, Kerja, Tidur, masalah, Kaya, Jagalah, Sering, Pendidikan | 20 an | 28,57% |
| Beli, Banyak, Komunikasi, Saya pun, Rame, Makanan, Dulu, Susah, SMA, Main, Tergantung, Kampung, Biasanya, Teman, Muda, Instagram, Di rumah, Ada, Acara, Ziarah, Zaman dulu, Sopan santun, SMP, Sebagai, Misalkan, Lebih Kurang, Facebook, Beda, Aktivitas, Usia, Pekerjaan, kalau, generasi, WA, Untuk, tua, Tentang, Teknologi, Soalnya, Seimbang, Kata-kata, Kami, Kalau, IG, Gitu, Gak Ada, Bercanda, Belajar, Agama | Belasan | 17,03% |

Dalam wawancara selama 10-15 menit pada Generasi Y, Tabel 4 menunjukkan bahwa sekitar 46,43% menggunakan kata ini (Penting, Ngobrol, Anak, Kita) sebanyak 50an kali. Hal ini menunjukkan bahwa topik-topik terkait anak-anak, interaksi sosial, dan pentingnya komunitas merupakan hal-hal yang sering dibicarakan oleh Generasi Y. Sementara itu, ada 40an kali kata "orang" dan "HP" disebutkan oleh sekitar 42,86% responden. Hal ini mengindikasikan fokus pada interaksi antar individu dan penggunaan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Kata/ frase yang muncul 20an ke bawah berkaitan dengan topik olahraga, waktu/era, dan lingkungan sekitar, keluarga, interaksi sosial, pendidikan, teknologi, pekerjaan, aktivitas sosial, serta nilai-nilai budaya dan agama yang menjadi aktivitas sehari-harinya. Secara keseluruhan, temuan ini memberikan gambaran tentang isu-isu penting yang menjadi perhatian masyarakat di Kota Banjarbaru, mulai dari kehidupan keluarga, interaksi sosial, aktivitas sehari-hari, penggunaan teknologi, serta pendidikan dan agama. Informasi ini dapat bermanfaat untuk memahami dinamika sosial dan kebutuhan masyarakat di wilayah tersebut.

Adapun temuan-temuan tentang karakteristik Generasi Z di Kota Banjarbaru (lihat Tabel 5) bahwa mereka menggunakan bahasa yang informal dan santai mencerminkan gaya hidup generasi Z yang cenderung dinamis dan tidak terlalu kaku. Mereka merasa nyaman menggunakan bahasa sehari-hari yang dekat kehidupan remaja saat ini. Hal ini terkait dengan kecenderungan generasi Z untuk menikmati kebersamaan dan pengalaman, seperti ditunjukkan oleh kata/ frase terkait "teman" dan "berkesan". Penggunaan bahasa yang informal dan santai, serta keakraban dengan teknologi dan media sosial, menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki cara berkomunikasi yang lebih terbuka dan adaptif terhadap perubahan zaman.

**Tabel 5** Kata/ frase dominan pada Generasi Z

| Kata/ frase yang muncul | Jumlah kata/ frase | Responden yang menggunakan |
|---|---|---|
| Orang, Kalo, Kaya | 60 an | 43,18% |
| Penting, Generasi, Jarang, Langsung, Banyak, Kuliah, Pendidikan | 40 an | 47,73% |
| Ulun, Olahraga, Orang Tua, Sama, Gitu, Makanan, Teman, Tergantung, Makan, Instagram, Suka, Berkesan, Beda, Sekarang, Zaman | 30 an | 33,33% |
| SMA, Ngobrol, Tiktok, Lebih, Ada, Dulu, Aku. WA, Yang, WhatsApps, Gen Z, Kita, Ngomong | 20 an | 27,80% |
| Sekolah, SMP, banget, Sering, Itu, Misalnya, Mereka, Enggak, Apa, Ketemu, Banjar, mungkin, Menyesuaikan, Dari, Orangnya, Sopan, Milenial, Kalimat, Random, Karena, kegiatan, Paling, Tidur, enak, Organisasi, Dengan, Komunikasi, Baru, Cerita, Bahas, Kada, Lebih Tua, Kerja, Kata-kata, Keluarga, Susah, Main, tapi, Gen Alpha, Ini, Kesehatan, Soto Banjar, IG, Pagi, Belajar, Kurang, Mau, kayak, HP, Tugas, Medsos, Teknologi, Tidak, Soalnya, Topik, Baik, Khas, negatif, Keseharian, saya, semua, Konten | Belasan | 15,69% |

Selanjutnya, dapat dilihat bahwa Generasi Z mempunyai kesadaran akan pentingnya pendidikan dan persiapan karir serta hal tersebut berkaitan erat dengan penggunaan teknologi yang mereka harus kuasai dengan baik. Teknologi dan media sosial menjadi alat yang dimanfaatkan untuk mendukung proses belajar, mengakses informasi, dan mempersiapkan diri untuk masa depan. Kemampuan beradaptasi dengan teknologi menjadi salah satu modal penting bagi generasi Z dalam menghadapi tuntutan pendidikan dan dunia kerja. Secara keseluruhan, temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa karakteristik generasi Z saling terkait satu sama lain. Penggunaan bahasa, gaya hidup, fokus pada pendidikan dan karir, serta penggunaan teknologi merupakan aspek-aspek yang saling memengaruhi dan membentuk identitas khas dari generasi ini. Pemahaman akan perbedaan antar-generasi juga menjadi dasar bagi generasi Z

dalam memahami konteks sosial dan budaya yang sedang berkembang.

Untuk Generasi *Alpha* dapat dilihat pada Tabel 6 bahwa penggunaan bahasa yang informal seperti "iya", "ada", "enggak", "kayak" menunjukkan bahwa generasi Alpha cenderung menggunakan bahasa yang ringkas dan informal dalam berkomunikasi. Mereka mempunyai ketertarikan pada teknologi dan media digital. Ini muncul frasa seperti "WA", "Tiktok" yang mengindikasikan bahwa Generasi *Alpha* akrab dengan penggunaan teknologi dan media digital dalam keseharian mereka. Generasi *Alpha* juga fokus pada interaksi sosial. Kata "Teman", "Ngobrol", "Cerita" menunjukkan bahwa generasi Alpha memiliki perhatian yang cukup besar terhadap interaksi sosial dan membangun relasi dengan orang lain.

**Tabel 6** Kata/ frase dominan pada Generasi *Alpha*

| Kata/ frase yang muncul | Jumlah kata/ frase | Responden yang menggunakan |
|---|---|---|
| iya | 40 an | 34,62% |
| ada | 30 an | 57,69% |
| Suka, Penting, Main | 20 an | 56,41% |
| Sama, Ulun, Teman, Belajar, Enggak, Langsung, Ngobrol, Pelajaran, Tentang, kayak, WA, Cerita, Gak Ada, Juga, Tiktok, Susah | Belasan | 31,49% |

Secara keseluruhan, profil generasi *Alpha* yang tergambar dari kata/ frasa yang muncul adalah generasi yang akrab dengan teknologi dan media digital, namun tetap menjaga keseimbangan antara interaksi sosial, pendidikan, dan aktivitas hobi. Mereka cenderung menggunakan bahasa yang informal dan santai dalam berkomunikasi.

## KESIMPULAN

Dari profil mengenai tiga generasi di atas dapat dilihat bahwa Generasi Y, Generasi Z, dan Generasi *Alpha* memiliki keterampilan dan keahlian yang tinggi dalam menggunakan teknologi digital dan media sosial. Mereka sangat terhubung dengan internet dan perangkat digital dalam kehidupan sehari-hari serta menjadi gaya hidup dan cara berkomunikasi mereka. Generasi yang lebih muda (Z dan *Alpha*) cenderung memiliki gaya komunikasi yang lebih informal, santai, dan akrab. Mereka menggunakan banyak istilah dan referensi terkait teknologi dalam percakapan. Kemampuan berinteraksi sosial dan membangun relasi tetap penting bagi mereka. Selain itu, tiga generasi tersebut menunjukkan perhatian yang kuat terhadap pendidikan dan proses belajar-mengajar. Mereka terlibat aktif dalam kegiatan akademik dan berusaha memahami materi pelajaran dengan baik. Namun, mereka juga menyeimbangkan minat akademik dengan aktivitas hobi dan rekreasi. Generasi yang lebih muda (Z dan *Alpha*) mempunyai kesadaran bahwa zaman

telah berubah dibandingkan generasi sebelumnya. Mereka memahami adanya perbedaan-perbedaan antara pengalaman mereka dengan generasi terdahulu. Hal ini mencerminkan pemahaman mereka terhadap dinamika perubahan zaman dan konteks sosial-budaya yang berkembang. Masing-masing generasi juga mempunyai nuansa unik yang membedakan masing-masing generasi seiring dengan perkembangan teknologi dan dinamika sosial-budaya yang terus berevolusi.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Seluruh penulis menyampaikan terima kasih kepada ULM yang telah memberikan anggaran hibah PDWM Tahun anggaran 2024.

## DAFTAR PUSTAKA

Budiati, I. D., 2018. Profil Generasi Milenial

Francis, T. & H. F., (2018) *True Gen': Generation Z and its implications for companies.*

Hidayat, T.W., (2021) *Analisis Percakapan Komunikasi dalam Menentukan Keberhasilan Pesan* Jurnal Simbolika, 7 (2).

Maulida, U., (2022) *Pergeseran Makna Kata pada Komunikasi Generasi Alpha sebagai Kontestasi Identitas.* KODE: Jurnal Bahasa/ Vol.11.

Qurniawati, R. S., & Nurohman, Y. A. (2018) *eWOM pada Generasi Z di Sosial Media..*

Zorn, R. L. (2017) *A New Generation of Graduate Students—The Z Generation.* College and University; Washington, 92(1), 61.