

Penggunaan Slang Bahasa Inggris dan Persepsi Generasi Z terhadap Komunikasi di Media Sosial

The Use of English Slang and Generation Z's Perceptions of Communication on Social Media

Gabriela Romi Guterres¹, Munaya Azzahiroh², Rizka Nafisa Rahmah³, Meshika Ratih Famara⁴, Kaela Oktaviani⁵

¹⁻⁵Universitas Negeri Semarang

*Correspondence e-mail: gabrielarmgrs@gmail.com¹, munayaazzahiroh@gmail.com², rizkanafisarahmah@gmail.com³, meshikaratihfamara@gmail.com⁴, oktavianikaela@gmail.com⁵

<p>Article History</p> <p>Published: 19 Mei 2026</p> <p>Keywords English Slang; Generation Z; Social Media; Communication; Social Interaction</p> <p>Kata Kunci Slang Bahasa Inggris; Generasi Z; Media Sosial; Komunikasi; Interaksi Sosial</p> <p>Page 1284-1290</p>	<p>Abstract</p> <p>This study aims to analyze the influence of the use of English slang in Generation Z communication on social media and its impact on social interaction. The issue addressed in this article is the increasing use of English slang, which has the potential to create social exclusivity and communication gaps between generations. The study employs a quantitative approach using a survey method through questionnaires distributed to 58 Generation Z respondents. The collected data were analyzed to identify the intensity of usage, the level of understanding, and the influence of slang on communication styles.</p> <p>The findings indicate that most respondents frequently use slang because it is considered more casual, trendy, and efficient. The use of slang also functions as a social identity marker, a means of self-expression, and a way to strengthen relationships among Generation Z members. However, the inappropriate use of English slang also has the potential to cause misunderstandings among users. The study concludes that English slang has a significant influence on Generation Z communication; therefore, a balance is needed between its use and communication norms that are appropriate to social contexts.</p> <p>Abstrak</p> <p>Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan slang bahasa Inggris dalam komunikasi Generasi Z di media sosial serta dampaknya terhadap interaksi sosial. Permasalahan yang diangkat dalam artikel ini adalah meningkatnya penggunaan <i>slang</i> bahasa Inggris yang berpotensi menciptakan eksklusivitas sosial dan kesenjangan komunikasi antargenerasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner yang disebarakan kepada 58 responden Generasi Z. Data yang didapatkan kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi intensitas penggunaan, tingkat pemahaman, serta pengaruh slang terhadap gaya komunikasi. Hasil penelitian yang didapatkan menunjukkan bahwa sebagian besar responden sering menggunakan <i>slang</i> karena dianggap lebih santai, mengikuti tren, dan efisien. Penggunaan slang juga berfungsi sebagai identitas sosial, alat pegekspresian diri, dan memperkuat hubungan sesama Generasi Z. Namun, penggunaan <i>slang</i> bahasa Inggris yang tidak tepat juga berpotensi menimbulkan kesalahpahaman terhadap sesama penggunanya. Kesimpulannya adalah, slang bahasa Inggris memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap komunikasi Generasi Z, sehingga diperlukan keseimbangan antara penggunaannya dan aturan komunikasi yang sesuai dengan konteks sosial.</p> <p>© 2026 The Author(s). BASTRA: Bahasa dan Sastra by Halu Oleo University</p>
--	--



PENDAHULUAN

Di era digital, slang bukan lagi sekadar tren linguistik, melainkan modifikasi identitas budaya yang mendefinisikan interaksi sosial Generasi Z di platform siber. Menurut (Suhardianto, 2016), munculnya kosakata dan istilah baru merupakan hasil kreativitas kaum muda yang akan selalu berkembang seiring dengan kebutuhan mereka dalam menggunakan bahasa. Menurut (Budiasa et al., 2021) perubahan tersebut dipengaruhi oleh *code-switching*, *code-mixing*, dan interferensi bahasa (memasukkan unsur bahasa asing ke dalam kata bahasa Indonesia ataupun sebaliknya). Bagaimanapun, hal ini dipengaruhi oleh tingginya paparan budaya global melalui media sosial. Dalam konteks penggunaan bahasa oleh masyarakat Indonesia, slang bukan sekadar masalah pencampuran bahasa. Fenomena ini berpotensi menciptakan penanda kedekatan seseorang dengan budaya digital, di mana penguasaan terhadap istilah-istilah seperti *sugarcoat*, *gaslighting*, atau *backburner* dapat memengaruhi cara individu memposisikan diri dalam lingkaran sosial sebayanya. Dengan demikian, muncul sebuah keresahan sosial di mana individu yang tidak menguasai kode-kode bahasa ini berisiko mengalami eksklusivitas sosial atau dianggap tidak relevan dalam pergaulan digital. Urgensi sosiologis inilah yang mendasari pemilihan judul *Penggunaan Slang Bahasa Inggris dan Persepsi Generasi Z Terhadap Komunikasi di Media Sosial*.

Fokus penelitian ini pada analisis penggunaan slang bahasa Inggris dipilih karena adanya kebutuhan mendesak untuk memaparkan bagaimana bahasa asing di media sosial dapat bertransformasi menjadi bagian dari pola komunikasi sehari-hari. Di penelitiannya yang masih baru, Rahmawati et al. (2025) menjelaskan bahwa penggunaan bahasa slang di media sosial menjadi unjuk kebiasaan terhadap adaptasi tren digital dan memberikan ruang bagi pengguna untuk berkomunikasi dengan cara yang lebih santai dan unik. Bagaimanapun, dari segi makna penggunaan slang menciptakan suasana akrab di antara para pengguna sekaligus mencerminkan budaya digital yang terus berkembang. Namun, ada hal yang belum dibedah secara detail di penelitian tersebut di mana tren penggunaan bahasa slang yang marak di media sosial ini memengaruhi interaksi komunikasi di kehidupan nyata. Selain itu, pengguna media sosial yang memakai slang dan yang tidak memakainya juga akan mengalami ketimpangan frekuensi saat berbicara. Pola seperti inilah yang memengaruhi adanya eksklusivitas sosial suatu individu atau kelompok dalam berkomunikasi.

Meskipun beberapa studi tersebut telah menggambarkan beberapa informasi mengenai tren slang, masih terdapat celah literatur mengenai bagaimana intensitas penggunaan slang di ruang digital berinterferensi dengan pola komunikasi di kehidupan nyata. Sebagaimana yang dijelaskan Tasyarasita et al. (2023), banyak faktor yang memengaruhi cara penggunaan bahasa dan penggunaannya bagi setiap orang di kehidupan sehari-hari, salah satunya adalah faktor usia. Secara general, dinamika komunikasi antargenerasi di Indonesia sangat dipengaruhi oleh norma sosio-religius yang berlapis. Berbeda dengan budaya barat yang cenderung egaliter, derajat sosial dan otoritas religius, budaya Indonesia memiliki banyak aturan penggunaannya. Fenomena ini menciptakan perbedaan pola komunikatif yang menjadikan bahasa bukan hanya sekadar alat informasi, melainkan sebagai bentuk representasi tata krama dan penghormatan terhadap lawan bicara. Hal inilah yang kemudian menyebabkan adanya jurang pemisah lebar antara pola tutur generasi tua yang terikat dengan aturan formal dengan Generasi Z yang cenderung lebih fleksibel dalam mengadopsi elemen bahasa baru.

Sebagai bentuk solusi terhadap ketimpangan tersebut, penelitian ini menawarkan perspektif baru mengenai pentingnya kompetensi komunikasi di era digital. Analisis ini berupaya menggambarkan secara lebih detail tentang bagaimana Generasi Z dapat mengintegrasikan penggunaan slang bahasa Inggris sebagai identitas kelompok tanpa mengabaikan sistem penghormatan yang menjadi fondasi tata krama masyarakat Indonesia. Dengan begitu, memahami batasan fungsional antara dunia maya dan interaksi sosial nyata, diharapkan tercipta pola komunikasi yang lebih inklusif bagi berbagai lapisan generasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pola penggunaan slang bahasa Inggris pada Generasi Z, mengidentifikasi fungsi komunikatifnya dalam interaksi sosial, serta mengeksplorasi dampaknya terhadap pola komunikasi antargenerasi. Dikutip dari Prayoga et al.

(2019), elemen pengetahuan adalah segala informasi yang dapat diketahui oleh anggota suatu komunitas mengenai suatu objek tertentu, pendapat ialah hasil pemikiran mereka, keyakinan seperti norma, nilai dan kode, merupakan bagian dari proses kognitif dan efek dari komunikasi dalam pemilihan dan penataan representasi mental atas suatu objek yang dibahas. Sejalan dengan hal tersebut, penelitian ini berupaya menganalisis mekanisme sosiologis di balik penggunaan slang dan dampaknya terhadap struktur interaksi sosial Generasi Z.

METODE

Metode yang kami gunakan dalam penelitian ini, yaitu metode penelitian kuantitatif. Penelitian menggunakan metode survei atau kuesioner sebagai instrumen utama untuk mengumpulkan data. Metode yang paling sering digunakan oleh mahasiswa, karena pada dasarnya memiliki desain yang sederhana dan proses pengumpulannya yang cepat (Syahrizal & Jailani, 2023). Teknik pengumpulan data yang kami lakukan, yaitu melalui penyebaran Google Form terkait seberapa sering dan pemahamannya Generasi Z saat berkomunikasi menggunakan *slang* bahasa Inggris di media sosial. teknik ini juga dapat disebut dengan *convenience sampling*. Creswell (2012, hlm. 145) menjelaskan bahwa teknik tersebut adalah prosedur sampling kuantitatif di mana peneliti menentukan partisipan berdasarkan ketersediaan dan kesediaan mereka untuk diteliti. *convenience sampling* sering kali digunakan oleh mahasiswa karena tidak memakan biaya yang besar dan lebih mudah dibandingkan dengan teknik lainnya. Kami menjadikan media sosial seperti Instagram, TikTok, X, dan Facebook sebagai contoh platform yang digunakan oleh Generasi Z untuk melihat seberapa besar pengaruh yang dibawa dalam pemahaman berkomunikasi satu sama lain.

Kriteria responden dalam penelitian ini kami targetkan kepada Generasi aliz (1997-2012) sebagai fokus utama dari penelitian ini dengan mayoritas responden berada pada rentang usia 19-23 tahun. Dari rentang usia tersebut melibatkan 58 responden yang melibatkan 8 siswa, 36 mahasiswa, dan 14 pekerja. Menargetkan Generasi Z sebagai responden tentunya bukan tanpa alasan. Penggunaan slang bahasa Inggris sudah menjadi bagian dari cara berkomunikasi sehari-hari, baik secara langsung maupun dalam bersosial media. Dalam kuesioner ini, kami menyediakan 10 pertanyaan yang mencakup intensitas penggunaan, pemahaman istilah, sumber slang, situasi penggunaan, alasan penggunaan, dampak terhadap gaya bahasa, dan persepsi positif-negatif. Menurut (Al-Irsyad et al., 2024), bahasa slang di media sosial ini menunjukkan kemampuan adaptasi terhadap tren digital dan memberikan ruang bagi pengguna untuk berkomunikasi dengan cara yang lebih santai dan unik. Dari segi makna, penggunaan bahasa *slang* menciptakan suasana akrab di antara para pengguna, sekaligus mencerminkan budaya digital yang terus berkembang.

Proses dan hasil analisis dilalui oleh beberapa tahapan. Pertama, dilakukannya perancangan dan uji coba kuesioner. Kedua, penyebaran kuesioner dilakukan melalui Google Form kepada kalangan Generasi Z dengan rentang usia 14-29 tahun. Ketiga, data akan dikelola jika jumlah minimum respons sudah tercapai. Keempat, dilakukannya pengelompokan jawaban sesuai dengan kategori pertanyaan. Dan yang terakhir, menyimpulkan hasil akhir penelitian sesuai dengan data yang telah diperoleh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

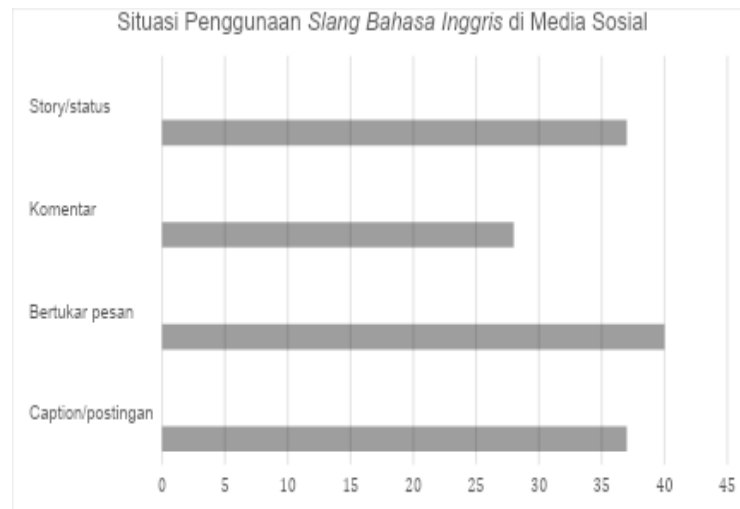
Hasil

Hasil penelitian ini melibatkan 58 responden yang berasal dari Generasi Z. Komposisi responden dikelompokkan ke dalam tiga kategori: siswa sekolah menengah berusia 14–18 tahun (8 orang), mahasiswa berusia 19–23 tahun (36 orang), dan pekerja berusia 24–29 tahun (14 orang). Media sosial yang digunakan oleh para responden adalah Instagram, TikTok, dan X. Data hasil kuesioner tersebut akan disajikan pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Distribusi Jawaban Responden Terkait Penggunaan *Slang* bahasa Inggris

No	Parameter Penelitian	Kategori	Jumlah Responden
1	Intensitas penggunaan <i>slang</i> di media sosial	Jarang	16
		Sering	32
		Sangat sering	10
		Sangat paham	14
		Paham	37
2	Pemahaman arti <i>slang</i>	Kurang paham	5
		Tidak paham	2
		Lebih santai	55
3	Pengaruh <i>slang</i> dalam berkomunikasi	Lebih sulit dipahami	0
		Tidak berpengaruh	3
		Sangat berpengaruh	5
4	Pengaruh <i>slang</i> dalam berbahasa	Cukup berpengaruh	37
		Tidak sama sekali	16
		Positif	23
5	Pendapat tentang penggunaan <i>slang</i>	Netral	34
		Negatif	1

Mayoritas responden berpendapat bahwa *slang* bahasa Inggris sering kali digunakan untuk berkomunikasi dengan teman karena dianggap lebih efisien, santai, serta mengikuti perkembangan tren. Istilah *slang* yang digunakan diperoleh dari berbagai sumber, yaitu media sosial (49 responden), teman (37 responden), film (26 responden), musik (15 responden), dan internet (32 responden). Berdasarkan jawaban tersebut, disimpulkan bahwa penyebaran *slang* paling luas terdapat pada media sosial. Terdapat 55 orang responden yang menyetujui bahwa penggunaan *slang* membuat komunikasi lebih santai, dan 3 orang lainnya berpendapat bahwa hal tersebut tidak memberikan pengaruh. Terkait cara berbahasa sehari-hari, terdapat 37 responden percaya bahwa penggunaan *slang* cukup berpengaruh pada hal tersebut, 5 responden lainnya menyatakan sangat berpengaruh, sedangkan 16 responden berpendapat bahwa hal tersebut tidak mempengaruhi cara berbahasa sama sekali. Mayoritas responden (34 orang) berpendapat netral pada penggunaan *slang* bahasa Inggris dikarenakan tidak memengaruhi atau memberi dampak positif maupun negatif pada pengguna, dan berpendapat bahwa hal tersebut tergantung pada individu yang menggunakannya. Sebanyak 23 responden menyatakan hal tersebut positif karena dapat menambah kosakata bahasa Inggris, membuat komunikasi lebih santai, ekspresif, dan mudah dipahami. Sementara, terdapat 1 responden berpendapat negatif karena hal tersebut dapat memberi dampak buruk.



Gambar 1. Situasi Penggunaan Slang bahasa Inggris di Media Sosial

Berdasarkan grafik tersebut, dapat dilihat bahwa *slang* bahasa Inggris paling sering digunakan untuk bertukar pesan dengan jumlah 40 responden. *Story/status* dan *caption/postingan* mendapat jumlah yang sama, yaitu 37 responden dan menempati posisi kedua. Sedangkan komentar menempati posisi terakhir dengan jumlah 28 responden. Hal ini selaras dengan alasan para responden yang menggunakan *slang* karena membuat komunikasi terasa lebih santai dan mudah dipahami.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, penggunaan *slang* bahasa Inggris di kalangan Generasi Z menunjukkan bahwa *slang* tidak hanya berfungsi sebagai variasi bahasa, tetapi juga sebagai bagian dari pola komunikasi yang umum dalam interaksi sehari-hari. Sebanyak 55,2% responden menyatakan bahwa mereka sering menggunakan *slang* bahasa Inggris di media sosial. Sementara 17,2% lainnya mengaku sangat sering menggunakannya. Data ini menunjukkan bahwa penggunaan *slang* telah menjadi kebiasaan yang cukup dominan dalam komunikasi digital Generasi Z.

Menurut Jurnal Bastrindo, Cahyani et al. (2020), *slang* adalah ragam bahasa informal yang digunakan oleh kelompok sosial tertentu untuk menciptakan komunikasi yang santai dan akrab. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden menggunakan *slang* karena dianggap lebih santai, efisien, dan sesuai dengan tren yang berkembang di media sosial.

Selain itu, sebanyak 94,8% responden menyatakan bahwa penggunaan *slang* membuat komunikasi lebih santai, sementara hanya 5,2% merasa bahwa *slang* tidak memberikan pengaruh. Data ini memperlihatkan bahwa fungsi utama *slang* adalah menciptakan suasana komunikasi yang lebih akrab dan tidak kaku. Temuan ini mendukung pendapat Fauziah et al. (2025) yang menyatakan bahwa penggunaan *slang* tidak hanya didorong oleh keinginan mengikuti tren, tetapi juga oleh kebutuhan sosial dan ekspresif. *Slang* dianggap lebih ringkas, emosional, dan mudah dipahami dalam konteks tertentu. Hal ini dapat memperkuat hubungan sosial di antara teman sebaya.

Penggunaan *slang* yang cenderung singkat dan efisien juga berkaitan erat dengan karakteristik komunikasi digital Generasi Z. Qadrianti et al. (2025) menjelaskan bahwa Generasi Z terbiasa dengan pola komunikasi yang cepat, ringkas, dan ekspresif akibat intensitas penggunaan media sosial. Khatimah dan Rohainy (2024) menambahkan bahwa penggunaan *slang* dan akronim memungkinkan pesan disampaikan secara efektif dan dapat meningkatkan keterlibatan antar-pengguna di media sosial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sumber utama responden memperoleh istilah *slang* adalah media sosial (84,5%), diikuti oleh teman (63,8%), internet (55,2%), film (44,8%), dan musik (25,9%). Data ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran yang sangat besar dalam memperkenalkan serta menyebarkan kosakata *slang* kepada Generasi Z. Hal ini sejalan

dengan pendapat Salsabila et al. (2024) yang menyatakan bahwa globalisasi dan dominasi bahasa Inggris di ruang digital telah memengaruhi pola komunikasi generasi muda Indonesia.

Dalam konteks penggunaannya, slang paling sering digunakan saat bertukar pesan, diikuti oleh story atau status, caption postingan, dan komentar. Temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan slang lebih dominan dalam komunikasi personal dan informal. Hal ini mendukung pendapat Budiasa et al. (2021) yang menyatakan bahwa slang berfungsi untuk menciptakan suasana santai, mempererat hubungan sosial, dan menunjukkan kedekatan antaranggota kelompok.

Terkait pengaruh terhadap cara berbahasa, sebanyak 63,8% responden menyatakan bahwa slang cukup berpengaruh, 8,6% menyatakan sangat berpengaruh, dan 27,6% berpendapat bahwa slang tidak memengaruhi cara berbahasa mereka. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun penggunaan slang cukup intens, tidak semua responden merasa bahwa slang mengubah pola bahasa mereka secara signifikan. Dengan demikian, penggunaan slang dapat dipahami sebagai salah satu variasi bahasa yang digunakan sesuai konteks, tanpa sepenuhnya menggantikan penggunaan bahasa formal.

Sikap responden terhadap penggunaan slang juga cenderung netral. Sebanyak 58,6% responden menilai penggunaan slang sebagai hal yang biasa dan bergantung pada situasi penggunaannya. Sementara itu, 39,7% responden memandang penggunaan slang secara positif karena dapat menambah kosakata bahasa Inggris serta membuat komunikasi lebih ekspresif. Hanya 1,7% yang menilai negatif. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas Generasi Z memandang slang sebagai fenomena bahasa yang fleksibel dan kontekstual.

Berdasarkan seluruh temuan, penggunaan slang bahasa Inggris bisa dipahami sebagai bagian dari gaya komunikasi Generasi Z yang dipengaruhi oleh perkembangan media sosial, budaya digital, dan kebutuhan untuk menciptakan komunikasi yang lebih santai serta ekspresif. Slang juga bisa menjadi penanda keanggotaan kelompok sebaya karena penggunaannya dapat memperkuat rasa kebersamaan di antara anggota kelompok. Namun, penelitian ini belum secara khusus mengukur tingkat eksklusivitas sosial yang ditimbulkan oleh penggunaan slang tersebut.

Meskipun penelitian ini menyinggung potensi terjadinya kesenjangan komunikasi antargenerasi, data yang diperoleh belum secara khusus mengukur penggunaan slang dalam interaksi dengan orang tua, guru, atau kelompok usia yang lebih tua. Oleh karena itu, isu komunikasi antargenerasi masih memerlukan kajian lebih lanjut agar dapat dijelaskan dengan lebih jelas.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan slang bahasa Inggris pada Generasi Z merupakan bentuk penyesuaian bahasa terhadap perkembangan budaya digital global. Penggunaan slang memberikan manfaat dalam menciptakan komunikasi yang lebih santai, ekspresif, dan akrab. Namun, tetap diperlukan kemampuan pengguna untuk menyesuaikan pilihan bahasa sesuai dengan konteks dan lawan bicara.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa *slang* bahasa Inggris membawa pengaruh yang cukup signifikan dalam komunikasi Generasi Z di media sosial. Dalam penggunaannya, *slang* bahasa Inggris memiliki peran yang cukup banyak, seperti cara seseorang mengekspresikan diri, mengikuti tren, bahkan hanya sekadar untuk terlihat keren. Dari data yang tercantum dalam hasil dan pembahasan, mayoritas Generasi Z juga paham akan *slang* bahasa Inggris yang mereka gunakan. Penggunaan *slang* bahasa Inggris paling sering ditemukan dalam percakapan sehari-hari di media sosial. *Slang* bahasa Inggris cukup memengaruhi gaya komunikasi responden, terutama ketika berinteraksi dengan teman sebaya di media sosial. Jika lawan bicara merupakan orang yang dekat, penggunaan *slang* bahasa Inggris sangat akan terlibat dalam percakapannya. Dengan demikian, penelitian ini mengindikasikan bahwa penggunaan *slang* bahasa Inggris berkaitan dengan posisi individu dalam kelompok teman sebaya, serta turut berperan dalam menciptakan eksklusivitas sosial dalam proses komunikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Irsyad, B. U. C., Nurjadin, R. A., Triyono, R. Y., Wafa, A. F. Al, Ulwan, A. N., & , E. (2024). Analisis Bahasa Slang Pada Postingan Akun Media Sosial X Yupien Fess. *BISA - Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Ilmu Sastra*, 1(1). <https://doi.org/10.30651/bisa.v1i1.26>
- Budiasa, I. G., Savitri, P. W., & Dewi, S. S. (2021). Penggunaan Bahasa Slang di Media Sosial. *Journal of Arts and Humanities*, 25, 192–200. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/JH.2020.v25.i02.p08>
- Cahyani, B. D. I., Burhanuddin, & Jafar, S. (2020). Bentuk dan Fungsi Bahasa Slang pada Keterangan Foto Akun Lambe Turah di Media Sosial Instagram. *Jurnal Bastrindo*, 1, 116–123. [10.29303/jb.v1i2.40](https://doi.org/10.29303/jb.v1i2.40)
- Creswell, J. W. (2012). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research* (4th ed.). Boston, MA: Pearson.
- Fauziah, Aditya, R., Shabrina, Mutmainnah, N., Harmilawati, Sabaruddin, & Indirwan. (2025). *English and Gen Z Slang: A Sociolinguistic Study of English Students*. *Pedagogy: Journal of Multidisciplinary Education*, 2(2), 165–170. <https://doi.org/10.61220/pedagogy.v2i2.272>
- Khatimah, H., & Rohainy, N. A. (2024). VARIASI BAHASA SLANG DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @FOLKSHITT. *Isolek - Jurnal Pendidikan, Pengajaran, Bahasa, Dan Sastra*, 2(1). <https://doi.org/10.59638/isolek.v2i1.216>
- Prayoga, R. A., Khatimah, H. (2019). POLA PIKIR PENGGUNAAN BAHASA INGGRIS PADA MASYARAKAT PERKOTAAN DI JABODETABEK. *Simulacra*, 2, 39–52. <https://doi.org/10.21107/sml.v2i1.5520>
- Qadrianti, L., Nur, N. A., Zulfiani, W. (2025). TREN GAYA BAHASA GENERASI Z ABAD 21. *AUFKLARUNG : Jurnal Kajian Bahasa , Sastra Indonesia , dan Pembelajarannya*, 5(1), 61–67. <https://doi.org/10.51574/aufklarung.v5i1.4335>
- Rahmawati, Rahayu, A., Budiyawati, F. A., Hilda, A., & Julianti, U. (2025). *The Phenomenon of Slang Language Usage Among Gen Z on the X (Twitter) Platform*. *Jurnal Multidisiplin Sahombu*, 5(4), 974–979. <https://doi.org/10.58471/jms.v5i04>
- Salsabila, F. L., Widiyanarti, T., Ashari, S. D., Zahra, T., & Ayu, S. (2024). *Pengaruh Globalisasi terhadap Perubahan Komunikasi antar Budaya pada Generasi Z Pola*. *Indonesian Culture and Religion Issues*, 4(1), 1–13. <https://doi.org/10.47134/diksima.v1i4.110>
- Suhardianto. (2016). *Batam Teenagers' Slang Language: Shaping, Using, and Perspective*. *JURNAL PERKOTAAN*, 8(1), 23-35. <https://doi.org/10.25170/perkotaan.v8i1.273>
- Syahrizal, H., & Jailani, M. S. (2023). *Jenis-Jenis Penelitian Dalam Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. *Qosim Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1(1), 13–23. <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.49>
- Tasyarasita, A. Z., Duhita, M. E., Yulianti, W., & Yustanto, H. (2023). *RAGAM BAHASA SLANG OLEH REMAJA GEN Z PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK (KAJIAN SOSIOLINGUISTIK)*. *Jurnal Universitas Sebelas Maret*, 3(2), 98–109. <https://doi.org/10.20961/transling.v3i2.74673>