

# **Analisis Perbedaan Penggunaan Gaya Bahasa Antara Generasi Milenial dan Generasi Z dalam Komunikasi Online : Studi Kasus Akun X @xcintakiehlx dan @nnauraayu**

**Muhammad Rusydi Athaillah Akbar<sup>1</sup>, Melya Vebryanti<sup>2</sup>, Faris Nur Tsani<sup>3</sup>,  
Hanif Ziva Zavira<sup>4</sup>**

1,2,3,4 Program Studi Sains Data, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

e-mail: [22083010054@student.upnjatim.ac.id](mailto:22083010054@student.upnjatim.ac.id)<sup>1</sup>,  
[22083010063@student.upnjatim.ac.id](mailto:22083010063@student.upnjatim.ac.id)<sup>2</sup>, [22083010076@student.upnjatim.ac.id](mailto:22083010076@student.upnjatim.ac.id)<sup>3</sup>,  
[22083010078@student.upnjatim.ac.id](mailto:22083010078@student.upnjatim.ac.id)<sup>4</sup>

## **Abstrak**

Generasi Milenial dan Generasi Z merupakan dua generasi yang berbeda dalam hal usia, pengalaman, dan budaya. Perbedaan ini juga tercermin dalam gaya bahasa mereka dalam berkomunikasi online di media sosial, khususnya di platform X. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan penggunaan gaya bahasa yang ditinjau dari penggunaan kata slang dari dua generasi tersebut menggunakan metode kualitatif dengan metode NLP (*Natural Language Processing*) dan EDA (*Exploratory Data Analysis*) data text. Data dikumpulkan melalui proses *web scraping* yang berasal dari unggahan di akun X dari salah satu dari kedua generasi tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan dalam penggunaan gaya bahasa antara Generasi Milenial dengan Generasi Z. Melalui analisis data dari platform media sosial, temuan menunjukkan bahwa Generasi Z cenderung menggunakan kata slang dan kata dasar lebih banyak daripada Generasi Milenial, mencerminkan preferensi komunikasi informal. Hasil analisis ini memberikan wawasan tentang dinamika komunikasi digital antara kedua generasi dan implikasinya dalam merancang strategi komunikasi yang efektif untuk mencapai target audiens dari Generasi Milenial dan Generasi Z.

**Kata Kunci :** *Generasi Milenial, Generasi Z, Gaya Bahasa, Komunikasi Online, X*

## **Abstract**

Millennials and Generation Z are two different generations in terms of age, experience, and culture. This difference is also reflected in their language style in communicating online on social media, especially on the X platform. This study aims to analyze the differences in the use of language styles in terms of the use of slang words from the two Generations using qualitative methods with NLP (*Natural Language Processing*) and EDA (*Exploratory Data Analysis*) data text methods. The data was collected through a web scraping process derived from posts on the X account of one of the two generations. The results show that there are differences in the use of language styles between Millennials and Generation Z. Through the analysis of data from social media platforms, the findings show that Generation Z tends to use slang words and root words more than millennials, reflecting a preference for informal communication. The results of this analysis provide insights into the dynamics of digital communication between the two generations and its implications in designing effective communication strategies to reach the target audience of Millennials and Generation Z.

**Keywords :** *Millennials, Generation Z, Language Style, Online Communication, X*

## PENDAHULUAN

Generasi adalah sekelompok orang yang memiliki kesamaan tahun lahir, umur, lokasi dan juga pengalaman historis atau kejadian-kejadian dalam individu tersebut yang sama yang memiliki pengaruh signifikan dalam fase pertumbuhan mereka. Jadi, dapat dikatakan pula bahwa generasi adalah sekelompok individu yang mengalami peristiwa – peristiwa yang sama dalam kurun waktu yang sama pula (Kupperschmidt, dikutip dalam Putra, 2016).

Dilansir dari Badan Pusat Statistik Indonesia, Generasi Milenial atau generasi Y adalah individu yang lahir pada tahun 1981 hingga 1996, sedangkan Generasi Z merupakan kelompok individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Dalam dekade terakhir, perhatian khusus telah diberikan kepada dua generasi yang mewakili fase penting dalam perkembangan teknologi digital. Generasi Milenial telah menjadi pelaku utama dalam mendorong perubahan paradigma komunikasi di berbagai aspek. Di sisi lain, Generasi Z, telah tumbuh di tengah-tengah revolusi digital, memberikan pemahaman dan pengalaman unik dalam penggunaan teknologi.

Kemajuan teknologi informasi telah mengubah lanskap komunikasi manusia secara signifikan, khususnya dalam era digital saat ini. Salah satu platform yang paling populer digunakan untuk berkomunikasi secara online, yaitu aplikasi X, yang telah berganti nama dari Twitter. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan dalam penggunaan gaya bahasa antara Generasi Milenial dan Generasi Z dalam komunikasi online, dengan menggunakan aplikasi X sebagai studi kasus. Aplikasi X dipilih karena merupakan platform yang populer di kalangan kedua generasi ini, dimana aplikasi ini memfasilitasi komunikasi singkat dan langsung.

Dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel dari dua akun X dari masing-masing generasi. Akun X Cinta Laura (@xcintakiehlx) sebagai sampel dari Generasi Milenial, dan akun Naura Ayu (@nnauraayu) yaitu sampel dari akun X Generasi Z. Kedua akun memiliki pengikut yang cukup banyak dan aktif dalam berinteraksi di platform X. Pengambilan data dari kedua akun X tersebut dilakukan dengan mempertimbangkan representasi generasi.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pijakan awal untuk penelitian selanjutnya yang lebih komprehensif tentang gaya bahasa Generasi Milenial dan Generasi Z dalam komunikasi online. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga tentang fenomena bahasa yang dialami dari kedua generasi, serta membantu memahami bagaimana generasi yang berbeda memanfaatkan media sosial untuk berinteraksi dan berkomunikasi. Dengan demikian, pemahaman yang lebih baik tentang perbedaan ini dapat memiliki implikasi yang signifikan dalam bidang komunikasi, linguistik, dan bahkan pemasaran.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan penggunaan gaya bahasa antara Generasi Milenial dan Generasi Z dalam komunikasi online, khususnya aplikasi X pada akun @xcintakiehlx dan @nnauraayu dan untuk menganalisis bentuk pola penggunaan gaya bahasa yang digunakan Generasi Milenial dan Generasi Z.

### Landasan Teori

Mengutip laman resmi Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia 2021, Generasi Milenial atau Generasi Y adalah individu yang lahir pada tahun 1981 hingga 1996 dimana generasi ini hidup di zaman perubahan dari konvensional menjadi modern. Generasi Z merupakan kelompok individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Generasi ini kerap dikenal sebagai generasi yang tumbuh dan berinteraksi di era *smartphone* dan media sosial.

Menurut Kuncoro (2022), “Komunikasi daring adalah cara berkomunikasi di mana penyampaian dan penerimaan pesan dilakukan dengan atau melalui jaringan Internet.” Komunikasi daring atau online memiliki karakteristik yang berbeda dengan komunikasi tatap muka karena bersikap asinkronus, yaitu tidak terikat ruang dan waktu.

Menurut Abrams (dalam Nurgiyantoro, 2013 : 369) gaya bahasa adalah metode dalam menyampaikan bahasa dalam prosa atau cara seseorang menyatakan sesuatu yang ingin diungkapkannya. Seseorang menggunakan bahasa untuk menciptakan efek tertentu dalam berkomunikasi. Gaya bahasa memperhatikan struktur kalimat, pemilihan kata, dan

elemen non-verbal seperti emoji dan slang digunakan untuk menyampaikan pesan secara lebih efektif dan menarik.

Media sosial adalah media di Internet yang memungkinkan pengguna untuk mengusulkan, berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, berkomunikasi, dan membuat hubungan sosial virtual dengan pengguna lain. Media sosial adalah lingkungan digital di mana realitas sosial diciptakan dan berinteraksi dengan pengguna melintasi ruang dan waktu. X adalah salah satu media sosial yang berfokus pada berbagi pesan singkat. (Kartini, et al., 2020)

Arus globalisasi telah merubah hampir seluruh aspek kehidupan manusia, tak terkecuali bahasa yang merupakan suatu hal yang sudah dikenal sejak manusia lahir. Masuknya budaya asing di Indonesia menyebabkan tata bahasa Indonesia menjadi menyimpang akibat pencampuran banyak bahasa. Fenomena ini terutama terjadi dalam komunikasi online, di mana penggunaan kata-kata yang tidak baku atau tidak formal semakin umum ditemui.

Dalam analisis penggunaan gaya bahasa, terdapat banyak aspek yang dapat diteliti, seperti sintaksis, morfologi, pragmatik, dan lain-lain. Namun, dalam artikel ini, fokus utamanya adalah pada analisis penggunaan kata slang. Aspek ini dipilih karena mencerminkan tren dominan dalam komunikasi online saat ini, terutama di kalangan generasi muda.

Penggunaan kata slang menjadi penting untuk dipelajari karena mereka mencerminkan preferensi dan identitas budaya pengguna. Slang sering digunakan untuk mengekspresikan kesan informalitas dan keakraban. Dengan memahami bagaimana dan mengapa gaya bahasa ini digunakan, kita dapat mendapatkan wawasan yang lebih dalam tentang dinamika komunikasi online dalam masyarakat saat ini.

Penelitian ini difokuskan pada perbedaan gaya bahasa yang terjadi antara Generasi Milenial dan Generasi Z pada sosial media di platform X. Dengan adanya penelitian ini diharapkan peneliti dapat mengetahui perbedaan gaya bahasa yang terjadi antara Generasi Milenial dan Generasi Z.

Dari tinjauan pustaka yang telah dilakukan, terdapat beberapa penelitian relevan yang dapat mendukung penelitian ini. Pertama, penelitian yang ditulis oleh Syamsudin (2018). Dari penelitian ini ditemukan bahwa *Code Mixing* atau campur kode sering digunakan oleh Generasi Milenial karena penggunaan bahasa Indonesia yang diselingi kata bahasa Inggris membuat mereka lebih percaya diri karena merasa sebagai orang dengan pendidikan tinggi. Hal ini terjadi karena Generasi Milenial memiliki keinginan untuk diakui keberadaannya dalam lingkup sosial masyarakat Indonesia.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Rufaida (2023). Dari penelitian ini ditemukan bahwa Generasi Z yang tumbuh dalam lingkungan yang penuh teknologi dan media global memiliki gaya berkomunikasi yang santai, cepat, kreatif, dan cenderung menggunakan singkatan, emotikon, dan kata-kata asing. Akibat dari lebih cenderung Generasi Z yang terpapar bahasa asing maka muncul juga bahasa-bahasa slang.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Rohman, Arsanti, Hasanudin (2023). Dari penelitian ini didapati bahwa Generasi Z banyak menciptakan bahasa-bahasa baru yang lebih menarik menurut mereka. Adapun kosakata baru yang tidak jelas muncul sebagai bahasa gaul seperti "slebew", "anjay", "gamon". Generasi Z juga suka membalikkan kosa kata bahasa Indonesia seperti "bisa" menjadi "sabi". Dampak yang didapat dari mencampur kosa kata bahasa Indonesia ini memiliki dampak positif yaitu menjadikan Generasi Z cenderung lebih kreatif. Namun dampak negatifnya adalah menjadikan bahasa Indonesia kurang baik dan benar.

## METODE

### 1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menganalisis perbedaan penggunaan gaya bahasa antara Generasi Milenial dan Generasi Z dalam komunikasi online X. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan filsafat *postpositivisme*. Metode penelitian ini digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang

alamiah atau bukan eksperimen, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive* dan *snowbaal*, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2015 : 15). Pendekatan ini memungkinkan untuk mengumpulkan data secara sistematis dan objektif untuk kemudian dianalisis guna mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang pola-pola bahasa yang digunakan oleh kedua generasi tersebut.

## 2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah akun X resmi dari dua tokoh publik yang mewakili Generasi Milenial dan Generasi Z. Akun yang dianalisis adalah akun *@xlaurakiehlx* dan *@nnauraayu*. Data yang digunakan adalah postingan di platform X oleh kedua akun tersebut mulai dari tahun 2022 hingga 2024.

Kedua akun tersebut dipilih karena memiliki basis pengikut yang besar dan aktif, serta sering melakukan interaksi dengan pengikut mereka melalui postingan, retweet, dan komentar. Selain itu, kedua akun tersebut juga sering mengunggah konten yang mencerminkan gaya bahasa yang khas dari masing-masing generasi, seperti penggunaan kata slang.

Dengan menggunakan kedua akun ini sebagai subjek penelitian, dapat menganalisis perbedaan dalam penggunaan gaya bahasa antara Generasi Milenial dan Generasi Z dalam konteks komunikasi online. Hasil analisis ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam tentang preferensi bahasa dan gaya komunikasi dari kedua generasi ini, serta memahami perubahan tren dalam komunikasi digital seiring berjalannya waktu.

## 3. Metode Pengumpulan Data

Data untuk penelitian ini dikumpulkan melalui teknik *web scraping*, di mana postingan di platform X oleh akun *@xlaurakiehlx* dan *@nnauraayu* pada aplikasi X diambil secara otomatis dengan menggunakan bahasa pemrograman Python. Penggunaan *web scraping* memudahkan untuk mengumpulkan jumlah data yang besar dengan cepat dan efisien dari platform media sosial. Selain itu, data kata slang didapatkan dari *repository* Github dengan catatan data ini diseleksi secara manual agar kata yang dianalisis sesuai dengan kata slang pada zaman ini.

## 4. Metode Analisis Data

Data yang dikumpulkan akan dianalisis menggunakan metode analisis NLP (*Natural Language Processing*) dan EDA (*Exploratory Data Analysis*) dengan menggunakan bahasa pemrograman Python, untuk mengidentifikasi pola-pola penggunaan kata slang yang digunakan oleh kedua generasi dalam komunikasi online. Analisis ini melibatkan ekstraksi kata-kata kunci *slang words* atau bahasa gaul dari teks postingan oleh kedua akun. Selanjutnya, frekuensi penggunaan kata-kata tersebut akan dihitung untuk setiap generasi.

### 5. Alur Penelitian



**Gambar 1. Alur Penelitian**

Tahapan pertama dalam penelitian adalah *literature review* dimana peneliti mengeksplorasi referensi yang terkait dengan konsep, analisis, dan simulasi, termasuk sumber-sumber literatur seperti buku yang relevan. Lalu dilakukan tahap *collection data* dengan teknik *web scraping* dengan data yang berasal dari aplikasi X dan dilakukan pembersihan data. Pembersihan data ini melibatkan penghapusan kolom yang tidak diperlukan, penggantian simbol NaN dengan nilai NaN itu sendiri, pengecekan duplikasi data, dan penghapusan data yang NaN. Untuk mengetahui informasi awal dari data yang telah didapatkan, dilakukannya proses EDA kemudian masuk ke dalam tahap NLP. Tahap ini merupakan tahap inti dari penelitian, dalam tahap ini dilakukannya proses penghapusan karakter yang tidak diinginkan dan *tokenizing*. Proses *tokenizing* ini digunakan untuk mengidentifikasi kata slang. Langkah terakhir, dilakukannya visualisasi data dan penarikan kesimpulan. Data yang berhasil dikoleksi sebagai berikut :

	link	date	text	user	likes	quotes	retweets	comments	pictures	videos	gifs	external-link	is-retweet	is-pinned	quoted-post
0	<a href="https://twitter.com/KapanLagicom/status/176749...">https://twitter.com/KapanLagicom/status/176749...</a>	Mar 12, 2024 · 10:35 AM UTC	Selalu Jadi Inspirasi, 8 Potret Cinta Laura Ba...	kapanlagicom	23	0	6	0	0	0	0	<a href="http://dlvr.it/T3yCGN">http://dlvr.it/T3yCGN</a>	True	False	0
1	<a href="https://twitter.com/aucrum/status/176754123967...">https://twitter.com/aucrum/status/176754123967...</a>	Mar 12, 2024 · 1:20 PM UTC	Papua Mountain Provincial Government Brings in...	Slamet Subagio	14	0	6	2	0	0	0	NaN	True	False	0
2	<a href="https://twitter.com/VemaleDotcom/status/176756...">https://twitter.com/VemaleDotcom/status/176756...</a>	Mar 12, 2024 · 2:42 PM UTC	Potret Cinta Laura di Wamena, Berbaur dengan A...	VemaleDotCom	18	0	6	1	0	0	0	<a href="http://dlvr.it/T3ymdt">http://dlvr.it/T3ymdt</a>	True	False	0
3	<a href="https://twitter.com/IDNTimes/status/1767676331...">https://twitter.com/IDNTimes/status/1767676331...</a>	Mar 12, 2024 · 10:17 PM UTC	7 Momen Cinta Laura Kunjungi PAUD di Wamena, N...	IDN Times	12	0	6	0	0	0	0	NaN	True	False	0
4	<a href="https://twitter.com/IDNTimes/status/1767822443...">https://twitter.com/IDNTimes/status/1767822443...</a>	Mar 13, 2024 · 7:58 AM UTC	9 Potret Cinta Laura Gelar Aksi Sosial di Jaya...	IDN Times	12	0	4	0	0	0	0	NaN	True	False	0

**Gambar 2. Data Akun X dengan Username @xcintakiehlx**

	link	date	text	user	likes	quotes	retweets	comments	pictures	videos	gifs	external-link	is-retweet	is-pinned	quoted-post
0	<a href="https://twitter.com/nnauraayu/status/158206549...">https://twitter.com/nnauraayu/status/158206549...</a>	Oct 17, 2022 - 5:46 PM UTC	girls, imagine him telling his mom about you	naura ayu	49938	4865	8916	1743	0	0	0	NaN	False	True	0
1	<a href="https://twitter.com/nnauraayu/status/177111764...">https://twitter.com/nnauraayu/status/177111764...</a>	Mar 22, 2024 - 10:12 AM UTC	DENYUUUUTTT JANTUNGKU BERDEBAR	naura ayu	436	6	36	21	0	0	0	NaN	False	False	0
2	<a href="https://twitter.com/nnauraayu/status/176959034...">https://twitter.com/nnauraayu/status/176959034...</a>	Mar 18, 2024 - 5:03 AM UTC	kaget kan sama masa lalu nya Kinaan? sama, sam...	naura ayu	305	2	2	20	0	0	0	NaN	False	False	0
3	<a href="https://twitter.com/nnauraayu/status/176891832...">https://twitter.com/nnauraayu/status/176891832...</a>	Mar 16, 2024 - 8:32 AM UTC	AWW THANK YOU 🥰❤️	naura ayu	193	0	1	10	0	0	0	NaN	False	False	<a href="https://twitter.com/lowjunie/status...">[link: https://twitter.com/lowjunie/status...</a>
4	<a href="https://twitter.com/nnauraayu/status/176715316...">https://twitter.com/nnauraayu/status/176715316...</a>	Mar 11, 2024 - 11:38 AM UTC	mari kita tanya, kamu udah nonton belom? mau p...	naura ayu	152	6	3	12	0	0	0	NaN	False	False	<a href="#">[link: "", "text": "", "user": {}, "date": "...</a>

**Gambar 3. Data Akun X dengan Username @nnauraayu**

Dimana pada saat dilakukan proses scraping, yaitu terhitung pada 22 Maret 2024, terdapat 817 data yang berasal dari akun X @xcintakiehlx dan 664 data yang berasal dari akun @nnauraayu. Dimana data ini tidak semua data berhasil diambil karena adanya batasan pada halaman profil masing-masing akun.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Penggunaan Kata Slang pada Generasi Milenial dan Generasi Z

Untuk menganalisis penggunaan gaya bahasa pada Generasi Milenial dan Generasi Z, dapat dilakukan dengan mengidentifikasi frekuensi penggunaan kata slang yang paling banyak digunakan oleh kedua akun. Analisis ini dilakukan dengan batasan hanya pada teks yang ditulis oleh dirinya sendiri. Jadi, pengaruh faktor lain seperti posting ulang atau kutip tidak akan terlibat pada analisis.

Perbedaan distribusi frekuensi penggunaan kata slang yang paling banyak digunakan dapat dilihat pada Tabel 1 dan Tabel 2.

**Tabel 1. Penggunaan Kata Slang Pada Akun @xcintakiehlx**

No.	Akun Cinta Laura Kiehl	
	Kata Slang	Jumlah
1.	NYOBLOS	1
2.	ya	4
3.	Udah	2
4.	guys	3
5.	udah	1
6.	usah	1
7.	LA	4
8.	aia	2
	<b>Jumlah</b>	<b>18</b>

**Tabel 2. Penggunaan Kata Slang Pada Akun @nnauraayu**

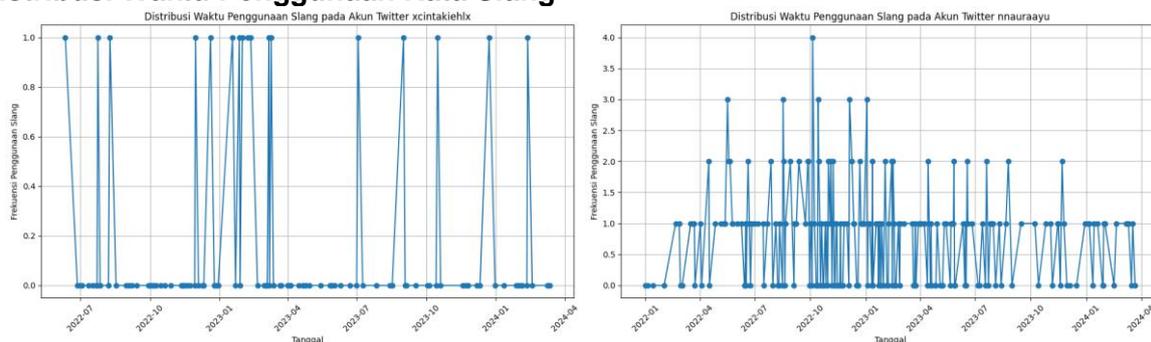
No.	Akun Naura Ayu			
	Kata Slang	Jumlah	Kata Slang	Jumlah
1.	u	42	jd	6
2.	yg	38	liat	6
3.	ya	30	acc	6
4.	bgt	29	sampe	5
5.	udah	14	ni	5
6.	tp	13	gbs	5
7.	tau	11	msh	5
8.	aia	10	gt	5

9.	guys	9	bener	5
10.	jq	8	YG	4
11.	kalo	8	bs	4
12.	trs	8	dapet	4
13.	klo	7	ign	4
14.	hrs	6	temen2	4
15.	lg	6	hi	4
<b>Jumlah</b>			<b>484</b>	

### Visualisasi Penggunaan Kata Slang pada Generasi Milenial dan Generasi Z

Visualisasi data digunakan untuk mengetahui pola penggunaan gaya bahasa yang telah dianalisis sebelumnya. Misalnya, pola distribusi waktu penggunaan kata slang dapat memberikan wawasan tentang tren dan perubahan.

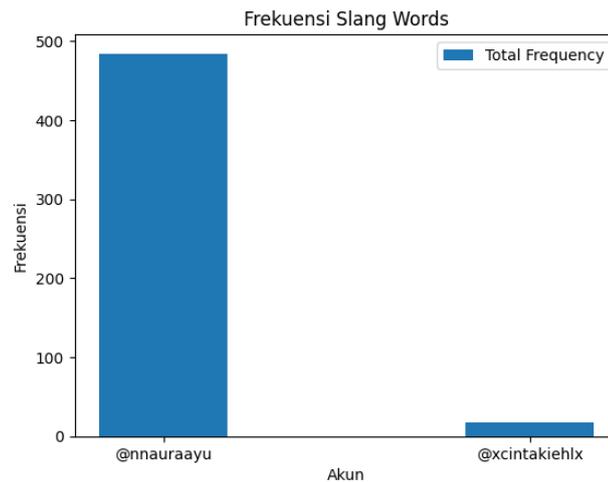
#### Distribusi Waktu Penggunaan Kata Slang



**Gambar 4. Perbedaan Distribusi Waktu Penggunaan Kata Slang**

Dari Gambar 4. didapatkan *insight* pada akun *@xcintakiehlx*, terlihat adanya tren peningkatan penggunaan slang sejak awal 2022 hingga pertengahan 2023, diikuti dengan penurunan pada akhir 2023 dan awal 2024. Pada akun *@nnauraayu*, fluktuasi penggunaan slang lebih terlihat dengan periode puncak pada pertengahan 2022 dan awal 2023. Pola ini menunjukkan variasi penggunaan slang yang lebih tinggi dibandingkan akun *@xcintakiehlx*.

Jika dilihat dalam sisi distribusi penggunaan kata slang, pada akun *@nnauraayu*, distribusi penggunaan slang menunjukkan frekuensi yang lebih tinggi pada kategori “sedang” (0-4 kata slang per tweet). Hal ini menunjukkan bahwa akun ini umumnya menggunakan slang dalam jumlah yang sedikit. Pada akun *@xcintakiehlx*, distribusi penggunaan slang hampir sama pada kategori “sedikit” (0-1 kata slang per tweet). Hal ini menunjukkan variasi penggunaan kata slang pada akun *@nnauraayu* yang lebih luas dibandingkan akun *@xcintakiehlx*.



**Gambar 5. Perbedaan Jumlah Penggunaan Kata Slang**

Gambar 5. Menunjukkan gambar histogram yang menginterpretasikan penggunaan kata slang oleh kedua akun, @xcintakiehlx dan @nnauraayu, mengungkapkan perbedaan yang mencolok dalam frekuensi penggunaan kata slang. Akun @nnauraayu memiliki total penggunaan kata slang sebanyak 484, yang menunjukkan aktivitas penggunaan slang yang sangat tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa @nnauraayu mungkin memiliki gaya bahasa yang lebih santai dan mungkin ditujukan untuk audiens yang lebih muda atau lebih familiar dengan bahasa slang. Sebaliknya, akun @xcintakiehlx hanya menggunakan kata slang sebanyak 18 kali, menunjukkan bahwa akun ini cenderung menggunakan bahasa yang lebih formal atau tidak banyak menggunakan slang. Perbedaan yang signifikan ini dapat menunjukkan perbedaan dalam tujuan, audiens, atau jenis konten yang diposting oleh kedua akun tersebut.

## SIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan mengenai penggunaan gaya bahasa antara Generasi Milenial dan Generasi Z dalam komunikasi online, menunjukkan terdapat perbedaan dalam penggunaan kata slang antara kedua generasi. Akun yang mewakili Generasi Z cenderung menggunakan kata slang lebih banyak dibandingkan dengan akun Generasi Milenial. Hal ini mencerminkan preferensi dan kebiasaan berkomunikasi yang berbeda antara Generasi Milenial dan Generasi Z. Generasi Milenial mungkin lebih condong menggunakan bahasa formal atau resmi, sementara Generasi Z lebih terbiasa dengan bahasa informal atau tidak baku. Temuan ini sesuai dengan tren globalisasi dan penggunaan teknologi yang mempengaruhi cara generasi muda berinteraksi dan berkomunikasi. Namun, tentunya temuan ini dipengaruhi oleh jumlah banyak Generasi Milenial dan Generasi Z melakukan posting. Dimana Generasi Z melakukan posting lebih banyak dibandingkan Generasi Milenial.

Selain itu, analisis pola komunikasi online menunjukkan bahwa Generasi Milenial cenderung melakukan posting ulang atau mengutip lebih banyak dibandingkan dengan menulis konten baru sendiri. Di sisi lain, Generasi Z memiliki kecenderungan untuk memposting hasil tulisan mereka sendiri. Perbedaan ini mungkin mencerminkan preferensi dan kebiasaan dalam menggunakan platform media sosial antara kedua generasi. Hal ini memengaruhi analisis penggunaan gaya bahasa yang telah dilakukan sebelumnya.

Dengan demikian, hasil analisis ini memberikan pemahaman yang lebih baik tentang penggunaan gaya bahasa khususnya penggunaan kata slang antara Generasi Milenial dan Generasi Z dalam komunikasi online. Temuan ini dapat digunakan sebagai dasar untuk merancang strategi komunikasi yang lebih efektif dalam mencapai target audiens dari kedua generasi ini, serta memahami dinamika komunikasi digital yang terus berkembang dalam masyarakat saat ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV syakir Media Press. Retrieved at <https://repository.ung.ac.id/get/karyailmiah/8793/Buku-Metode-Penelitian-Kualitatif.pdf>
- Badan Pusat Statistik (BPS) (2021, Januari 21). Hasil Sensus Penduduk 2020. <https://demakkab.bps.go.id/news/2021/01/21/67/hasil-sensus-penduduk-2020.html>
- Kartini, Harahap, I. A., Arwana, N. Y., Rambe, S. W. T. B. (2020). Teori dalam Penelitian Media. *Jurnal Edukasi Nonformal*, 3(2), 2715-2634. <https://ummaspul.ejournal.id/JENFOL/article/download/4470/1791/>
- Kuncoro (2022, April 15). Komunikasi Daring. <https://teknik-informatika-s1.stekom.ac.id/informasi/baca/Komunikasi-Daring/814b482f4eb31c4610ec714ddab40d6fadda72a3>
- Nurgiyantoro, Burhan. 2013. *Teori Pengkajian Fiksi*. Yogyakarta
- Rohman, M. T., Arsanti, M., & Hasanudin, C. (2023, January). Penggunaan Bahasa dan Sastra Indonesia di Kalangan Generasi Z. In *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian, Pengabdian, dan Diseminasi* (Vol. 1, No. 1, pp. 160-167). Retrieved at <https://prosiding.ikipgribojonegoro.ac.id/index.php/SNHPP/article/view/1507>
- Rufaida, B. S. (2023). Pengaruh Gaya Bahasa Generasi Z dalam Berbahasa Indonesia di Era Globalisasi terhadap Keutuhan Bahasa Indonesia. *Translation and Linguistics (Transling)*, 3(3), 169-181. Retrieved at <https://jurnal.uns.ac.id/transling/article/view/82707>
- Sitohang, G. S., Situmorang, F., Syahbana, E., Batubara, R. M., & Lubis, F. (2023). Analisis Penggunaan Bahasa Baku Dan Nonbaku Terhadap Kehidupan Sehari-Hari Generasi Milenial Di Kota Medan. *Jurnal Bima: Pusat Publikasi Ilmu Pendidikan bahasa dan Sastra*, 1(4), 70-77.
- Syamsudin, O. R. (2018). Ketahanan Bahasa Indonesia Di Era Milenial. *Jurnal Kajian Stratejik Ketahanan Nasional*, 1(2), 131-135. Retrieved at <https://scholarhub.ui.ac.id/jkskn/vol1/iss2/5>
- Wijayanti, S. H., Sihotang, K., & Dirgantara, V. E. (2022). Bentuk-Bentuk Komunikasi Generasi Milenial Di Sosial Media. *Jurnal Komunikasi*, 6(1), 84-99. <http://dx.doi.org/10.17977/um007v6i12022p84-99>
- Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan perilaku komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di era digital. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69-87.