

## DINAMIKA BAHASA VISUAL DAN DIGITAL PADA GENERASI ALPHA DALAM KOMUNIKASI SEHARI-HARI DI MEDIA SOSIAL

Daroe Iswatiningsih<sup>1</sup>, Inka Krisma Melati<sup>2</sup>, Mohammad Khikam Zahidi<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universitas Muhammadiyah Malang, [daroe@umm.ac.id](mailto:daroe@umm.ac.id)

<sup>2</sup>Universitas Muhammadiyah Malang, [inkakrisma@umm.ac.id](mailto:inkakrisma@umm.ac.id)

<sup>3</sup>Universitas Muhammadiyah Malang, [khikamzahidi@umm.ac.id](mailto:khikamzahidi@umm.ac.id)

### ABSTRACT

Language represents its speakers. Such is the case of language use in Generation Alpha in daily communication on social media. This study aims to describe the forms of visual and digital language in the Alpha generation and the meaning of visual and digital language in the Alpha generation. This type of research is qualitative, with a sociolinguistic approach. The data are in the form of linguistic units produced by the Alpha generation on social media in the form of visual and digital language. Data sources were obtained from social media platforms WhatsApp, Twitter, Instagram, and TikTok. The data were collected by documentation and capture screenshots of the four applications on social media. Data analysis using description analysis based on data findings, identification, categorization based on data form and meaning and then interpreting and presenting data. Based on the research results, (1) the form of visual language in Generation Alpha is expressed by the use of emojis, GIF memes, and stickers; while the use of digital language by Generation Alpha is expressed in the form of abbreviations, words or phrases, acronyms, shortening, reversed words, and written expressions. (2) The meaning of visual and digital language in Generation Alpha as (a) expression of emotion, (b) communication efficiency, (c) social and cultural identity; (d) nonverbal social interaction, and (e) communication creativity. The contribution of this research is expected to enrich creative and efficient communication, especially in communicating on social media in accordance with the context of use.

**Key Words:** *Alpha generation, Digital language, Language meaning, Social media, Visual language*

### ABSTRAK

Bahasa merepresentasikan penuturnya. Begitu pula penggunaan bahasa pada Generasi Alpha dalam komunikasi sehari-hari di media sosial. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan bentuk bahasa visual dan digital pada Generasi Alpha serta makna bahasa visual dan digital pada Generasi Alpha. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan sosiolinguistik. Data berupa satuan kebahasaan yang diproduksi Generasi Alpha di media sosial berupa bahasa visual dan digital. Sumber data diperoleh dari platform media sosial WhatsApp, Twitter, Instagram, dan TikTok. Pengumpulan data dilakukan dengan cara dokumentasi dan tangkapan layar (screenshot) keempat aplikasi di media sosial tersebut. Analisis data menggunakan analisis deskriptif berdasarkan temuan data, identifikasi, kategorisasi berdasarkan bentuk dan makna data kemudian melakukan interpretasi dan penyajian data. Berdasarkan hasil penelitian, (1) bentuk bahasa visual pada Generasi Alpha diekspresikan dengan penggunaan emoji, GIF meme, dan stiker; sedangkan penggunaan bahasa digital oleh Generasi Alpha diekspresikan dalam bentuk singkatan, kata atau frasa, akronim, pemendekan, kata terbalik, dan ungkapan tertulis. (2) Makna bahasa visual dan digital pada Generasi Alpha sebagai (a) ekspresi emosi,

(b) efisiensi komunikasi, (c) identitas sosial dan budaya; (d) interaksi sosial nonverbal, dan (e) kreativitas komunikasi. Kontribusi penelitian ini diharapkan dapat memperkaya komunikasi yang kreatif dan efisien, khususnya dalam berkomunikasi di media sosial sesuai dengan konteks penggunaannya.

**Kata Kunci:** Generasi Alpha, Bahasa digital, Makna bahasa, Media sosial, Bahasa visual

## PENDAHULUAN

Bahasa sebagai alat komunikasi memiliki sifat yang dinamis dan terus berkembang seiring dengan perkembangan sosial, budaya, dan teknologi. Bahasa tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai media untuk mengekspresikan identitas, budaya, dan nilai-nilai masyarakat (Mahesti & Jaya, 2024; Melati et al., 2023). Salah satu fenomena bahasa yang mencolok pada era digital saat ini adalah bahasa gaul yang digunakan oleh generasi *Alpha* sebagai media dalam mengekspresikan diri. Bahasa gaul dalam konteks generasi *Alpha* tidak hanya merujuk pada kata-kata baru atau slang, tetapi juga melibatkan penggunaan simbol secara visual, seperti emoji, GIF, stiker, dan meme yang digunakan pada komunikasi sehari-hari (Arafah & Hasyim, 2019; Bagaskara & Putri, 2023; Wibisono et al., 2023). Selain itu, bahasa gaul sering kali memadukan bahasa Indonesia dengan bahasa asing atau bahasa daerah sehingga menciptakan istilah-istilah baru yang unik dalam generasi tertentu (Puspaningtyas et al., 2023).

Bahasa tidak hanya menggambarkan keadaan sosial masyarakatnya, tetapi juga menggambarkan perubahan bahasa akibat pengaruh perkembangan zaman pada masyarakat tersebut (Chaer, 2007). Perubahan bahasa di generasi *Alpha* saat ini tidak lepas dari pengaruh sosial, budaya, dan kemajuan teknologi. Kemajuan teknologi telah membawa dampak yang signifikan terhadap dinamika bahasa yang tercermin dalam fenomena bahasa gaul (Siregar et al., 2024; Wulandari et al., 2021). Hal tersebut juga dipengaruhi oleh gaya hidup generasi *Alpha* yang tidak lepas dari *handphone* untuk memenuhi kebutuhan secara internal dan eksternal. Kebutuhan internal yaitu berupa pengembangan kemampuan kompetensi secara kognitif dan psikomotorik, sedangkan kebutuhan eksternal yaitu penggunaan teknologi seperti media sosial secara luas dan terbuka (Arisandy et al., 2019; Hudaa & Bahtiar, 2020; Putri, 2017). Dengan demikian, bahasa dapat mencerminkan identitas kelompok sosial tertentu dan dapat memberikan pembeda identitas diri dari generasi sebelumnya.

Generasi *Alpha* adalah generasi yang lahir antara tahun 2010 hingga 2024. Generasi ini merupakan generasi pertama yang lahir sepenuhnya di abad ke-21. Generasi *Alpha* lahir di lingkungan yang terpapar layar digital sejak dini, memiliki kemampuan teknologi yang luar biasa, dan terampil secara digital daripada generasi sebelumnya (Fitriah et al., 2021; Iswatiningsih et al., 2021; Khairiah et al., 2024; Nabila et al., 2021). Generasi *Alpha* disebut sebagai *digital natives supercharged* karena kemampuan mereka yang sangat fasih dalam menggunakan teknologi digital (McCrinkle, 2021). Mereka mengintegrasikan berbagai bentuk media sosial sebagai bagian dari komunikasi sehari-hari yang kemudian melahirkan bentuk-bentuk baru bahasa gaul berbasis visual.

Internet dan teknologi turut membuka kesempatan khususnya generasi *Alpha* dalam belajar hal baru tanpa batas (Harahap & Alfikri, 2023). Termasuk pada penggunaan kosakata atau bahasa baru yang terjadi lewat tutur kata secara langsung maupun melalui media sosial. Peran media sosial dalam mengakses semua informasi juga turut berpartisipasi dalam menciptakan sebuah kosakata baru (Bakhtiar et al., 2022; Iswatiningsih et al., 2021; Swandhina & Maulana, 2022). Seperti kata *Mewing*, *sigma*, *negative aura*, dan *cap* merupakan bahasa yang muncul dan kerap digunakan oleh anak-anak generasi *Alpha* saat ini. Bahasa yang digunakan pada saat ini bisa dikategorikan sebagai kosakata yang disingkat dan digabung dari bahasa asing (Afida & Kurnia, 2022). Berbeda dengan proses pembentukan bahasa gaul sebelumnya yang cenderung dipendekkan dan mengalami penyisipan bagian, pada bahasa gaul generasi *Alpha* adalah menonjolkan keberanian untuk memberikan makna baru berdasarkan kata yang diserap dari bahasa asing serta menambahkan bentuk yang tidak ada kaitannya dengan kata yang dilekati. Hal ini merupakan sikap kreatif dan inovatif anak-anak generasi *Alpha* dalam melahirkan kosakata baru atau bahasa gaul yang diterima oleh masyarakat (Fadlurrohimi et al., 2020).

Secara teoretis, sosiolinguistik sebagai studi tentang hubungan antara bahasa dan masyarakat menyadari bahwa bahasa tidak pernah statis. Menurut Fishman (1972) bahasa merupakan refleksi dari realitas sosial, di mana perubahan dalam masyarakat akan mempengaruhi bentuk, fungsi, dan makna bahasa. Dalam konteks ini, fenomena penggunaan simbol visual oleh generasi *Alpha* adalah hasil dari perkembangan teknologi komunikasi yang memungkinkan ekspresi non-verbal dalam interaksi daring

(Dahniar & Sulistyawati, 2023; Nabila et al., 2021). Bahasa bagi generasi *Alpha* tidak hanya mencakup kata-kata verbal, tetapi juga simbol visual yang dapat memperkaya makna pada pesan. Generasi *Alpha* menggunakan bahasa gaul untuk mengekspresikan identitas mereka yang unik dalam masyarakat yang semakin terhubung secara global (Arafah & Hasyim, 2019; Bagaskara & Putri, 2023).

Kajian bahasa gaul pada generasi *Alpha* berkembang di masyarakat pada skala mikro telah dilakukan oleh Budi & Ula (2024); Cindana & Sutarini (2022); Maulida (2022); Swandhina & Maulana (2022) mengaji pergeseran makna dan penggunaan kosakata pada generasi *Alpha*. Hasil penelitian diperoleh simpulan (1) perubahan dan pergeseran bahasa pada generasi *Alpha* dipengaruhi oleh *influencer*, media sosial, dan generasi sebelumnya yaitu generasi Z dan (2) perubahan dan pergeseran bahasa dipengaruhi oleh konten asal viral yang kemudian menimbulkan dimensi komunikasi baru yang belum pernah ada sebelumnya, seperti *ashiap* atau *anjay*.

Merujuk pada kajian terdahulu di atas, belum ditemukan penelitian yang secara mendalam membahas bentuk dinamika bahasa visual dan digital pada generasi *Alpha* dalam komunikasi sehari-hari di media sosial dan makna bahasa visual dan digital pada generasi *Alpha* dalam komunikasi sehari-hari di media sosial. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menyebutkan bentuk-bentuk bahasa visual dan digital pada generasi *Alpha* dalam komunikasi sehari-hari di media sosial, tetapi juga memaknai bahasa visual dan digital pada generasi *Alpha* dalam komunikasi sehari-hari di media sosial.

Penelitian tentang dinamika bahasa visual dan digital pada generasi *Alpha* dalam komunikasi sehari-hari di media sosial dapat memberikan kontribusi penting bagi pengembangan ilmu bahasa, khususnya di bidang sociolinguistik. Selain itu, juga sebagai upaya mendokumentasikan perkembangan bahasa di masyarakat sesuai dengan perkembangan generasi. *Pertama*, penelitian ini membuka jalan bagi pemahaman yang lebih mendalam tentang evolusi bahasa dalam era digital, di mana media komunikasi baru memengaruhi cara orang berkomunikasi, tidak hanya dalam konteks verbal, tetapi juga dalam konteks visual dan simbolik. *Kedua*, penelitian ini juga memberikan wawasan tentang bagaimana bahasa gaul berperan dalam membangun identitas sosial di kalangan generasi *Alpha*. Bahasa gaul dan penggunaan

simbol visual menjadi sarana bagi mereka untuk mengekspresikan identitas, afiliasi kelompok, dan hubungan sosial di media sosial (Hudaa & Bahtiar, 2020). Hal ini penting dalam sosiolinguistik, di mana identitas sosial sering kali dikonstruksi melalui pilihan bahasa yang digunakan. Oleh karena itu, penelitian ini dapat memperkaya pemahaman tentang tantangan komunikasi lintas generasi yang dihadapi dalam era digital. Generasi *Alpha*, dengan bahasa visualnya yang berkembang pesat, berpotensi mengalami kesulitan dalam berkomunikasi dengan generasi yang lebih tua, dan berpotensi kesulitan menggunakan bahasa Indonesia sesuai dengan kaidah yang baik dan benar. Pemahaman ini dapat membantu merumuskan strategi komunikasi yang lebih inklusif di era digital, serta memperkaya kurikulum pendidikan bahasa yang responsif terhadap perubahan teknologi.

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan bentuk-bentuk bahasa visual dan digital pada generasi *Alpha* dan makna bahasa visual dan digital pada generasi *Alpha*. Jenis penelitian ini kualitatif. Pendekatan penelitian yaitu sosiolinguistik. Data berupa satuan kebahasaan yang diproduksi oleh generasi *Alpha* di media sosial berupa bahasa visual dan digital. Sumber data diperoleh dari media sosial Platform *WhatsApp*, *Twitter*, *Instagram*, dan *TikTok*. Data dikumpulkan dengan dokumentasi dan tangkap layar dari empat aplikasi di media sosial tersebut. Analisis data menggunakan analisis deskripsi berdasarkan temuan data, identifikasi, kategori berdasarkan bentuk data dan makna. Selanjutnya, menginterpretasi dan menyajikan data.

## PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis data penggunaan bahasa visual pada generasi *Alpha* dalam media sosial pada aplikasi *WhatsApp*, *Instragram*, *Twitter*, dan *TikTok* menunjukkan bahwa bentuk bahasa visual yang digunakan berupa emoji, GIF, meme dan stiker. Masing masing penggunaan bergantung pada reaksi emosi masing-masing pengguna saat chatting. Penggunaan emoji memiliki pesan positif, yakni mengakrabkan antarpembicara dalam mengirim pesan serta menjadikan lebih efisien agar tidak telalu menghabiskan waktu menulis pesan dalam bentuk kalimat.

Media sosial berbasis visual seperti *WhatsApp*, *Instagram*, dan *TikTok* memfasilitasi komunikasi dengan bahasa visual. Umumnya pengguna dapat memilih

emoji, GIF, dan meme menjadi alat utama dalam mendukung komunikasi. Emoji merupakan gambar atau ikon kecil yang digunakan dalam komunikasi digital untuk mengekspresikan emosi, ide, atau situasi tertentu sesuai dengan konteks komunikasi. Emoji dapat berupa wajah, objek, makanan, binatang, dan banyak lagi. Selain emoji, graphic interchange format, yang lebih dikenal dengan GIF sering digunakan untuk menyampaikan reaksi, emosi, atau tindakan dalam komunikasi daring atau digital. GIF sering berupa potongan-potongan video pendek yang berulang (looping), foto-foto yang menarik seperti bunga, ucapan selamat, dan memungkinkan pengguna menyampaikan pesan visual tanpa harus menggunakan teks. Terlebih lagi bahasa visual meme yang menjadikan pengguna dan mitra komunikasi menjadi lebih akrab dan menikmati interaksi komunikasi.

Pada beberapa penelitian yang mengkaji tentang penggunaan emosi, baik dari aspek kebahasaan, bahasa ekspresi emoji menunjukkan bahwa emoji dapat mewakili pikiran dan perasaan daripada menggunakan bahasa verbal (Hasanuddin, 2019). Demikian halnya manfaat serta pengaruh penggunaan emoji dalam menyampaikan pesan melalui media sosial menunjukkan ada keefektifan (Bakhtiar, 2022; Wibisono, dkk, 2022; Salsabila, 2023). Penggunaan bahasa visual berupa emoji sering digunakan pada aplikasi WhatsApp. Hal ini dikarenakan hampir setiap orang memiliki dan sangat familiar atau cukup dikenal. Sebaliknya, pada aplikasi *Twitter*, *Instagram*, *Tiktok* banyak dimiliki dan digunakan oleh kaum muda atau remaja. Mereka sangat menguasai digital karena hampir setiap waktu menggunakan untuk berbagai keperluan.

Dalam keseharian generasi *Alpha* tidak bisa meninggalkan gadgetnya. Dengan gadget remaja melakukan interaksi, komunikasi serta beraktivitas. Justru aktivitas yang dilakukan remaja dengan telepon pintar ini beragam, mulai dari mendengar musik, melihat film, *chatting* dengan teman, *ngevlog*, *scroll* media sosial melihat berita update atau viral, menonton video YouTube dan main game bersama (mabar game). Generasi Alpha merupakan generasi yang sangat akrab dengan internet. Generasi yang sangat akrab dengan teknologi digital, serta generasi yang diklaim sangat pintar dibandingkan generasi-generasi sebelumnya. Tidak heran mengapa mayoritas anak-anak saat ini yang

umurnya berada di bawah 7 tahun sudah mampu ataupun paham menggunakan hp dengan mudah, baik buat bermain, ataupun berkomunikasi (Cindana dan Sutarini, 2022).

Saat berinteraksi mengajak teman bermain atau berkomunikasi, bahasa visual remaja muncul dalam ketiga bentuk, yakni emoji atau emoticon, GIF, stiker, dan meme secara bergantian sesuai dengan bentuk komunikasi yang berlangsung. Berikut beberapa contoh penggunaan bahasa visual generasi *Alpha* saat berinteraksi di media sosial.

### Bentuk Bahasa digital oleh Generasi *Alpha*

Penggunaan bahasa digital oleh Generasi *Alpha* di media sosial ditampilkan dalam bentuk singkatan, kata, pemendekan, akronim, simbol, dan gabungan huruf dan angka. Bahasa singkatan merupakan pemendekan dari masing-masing kata pada huruf pertama. Penggunaan singkatan dimaksudkan untuk mengefisienkan waktu dalam menyampaikan pesan, terutama platform yang memiliki batasan karakter seperti Twitter atau chat yang cepat seperti WhatsApp. Singkatan merupakan bentuk pemendekan kata atau frasa yang terdiri dari huruf pertama dari kata-kata yang ingin dipersingkat. Dalam bahasa digital, Generasi *Alpha* sering menggunakan singkatan untuk mempercepat penulisan dan menghemat ruang ketika berkomunikasi di platform seperti Twitter, Instagram, atau TikTok.

Bahasa digital yang digunakan oleh Generasi *Alpha* selain dalam bentuk singkatan, juga dinyatakan dalam kata atau frase, yakni satu atau dua kata yang mewakili maksud yang diharapkan penutur. Selain itu, juga dalam bentuk akronim, pemendekan kata, kata yang dibalik, serta bentuk tulisan sebagai ekspresi tertawa.

Berikut sajian data penggunaan bahasa digital dalam tabel 1.

**Tabel 1. Bentuk Bahasa Digital Generasi *Alpha* di Media Sosial**

No	Bentuk Bahasa Digital	Arti	Jenis						Konteks
			Singkatan	Kata/frase	Akronim	Pemendekan	Kata dibalik	Tulisan ekspresi	
1.	LOL	Laughing out loud	√						Saat merasa lucu
2.	OMG	Oh my God	√						Menanggapi sesuatu mengejutkan
3.	BTW	By the way	√						Transisi pembicaraan

4.	BRB	Be right back	√						Saat meninggalkan percakapan online
5.	IDK	I don't know	√						Merespon pertanyaan yang tidak diketahui
6.	TMI	Too much information	√						Saat merasa informasi terlalu pribadi
7.	TTYL	Talk to you later	√						Saat ingin pamit secara informal
8.	SMH	Shaking my head	√						Saat kecewa atau tidak setuju
9.	FOMO	Fear of missing out			√				Saat membahas tren atau kegiatan yang populer
10.	YOLO	You only live once			√				Mengajak melakukan hal berani atau baru
11.	GG	Good game	√						Dalam konteks game setelah pertandingan selesai
12.	AFK	Away from keyboard	√						Umum di kalangan gamer atau chat
13.	NP	No problem	√						Membalas ucapan terima kasih dengan santai
14.	DM	Direct message	√						Saat ingin berkomunikasi lebih personal
15.	ICYMI	In case you missed it	√						Digunakan untuk berbagi berita atau update
16.	TLDR	Too long; didn't read	√						Digunakan untuk merespon teks yang dianggap terlalu panjang
17.	ASAP	As soon as possible			√				Umum dalam konteks mendesak
	BAE	Before anyone else			√				Biasanya untuk menyebut pacar atau orang tersayang
18.	TBH	To be honest	√						Digunakan untuk berbicara secara jujur dalam opini
19.	IRL	In real life	√						Menyebut hal yang terjadi di luar dunia digital
19	ILY	I love you	√						Digunakan secara informal dalam hubungan dekat
20	WFH	Work from home	√						Umum digunakan selama pandemi atau dalam pekerjaan digital
21	Vibe check	Memastikan suasana hati		√					Umum di media sosial untuk memeriksa mood atau suasana
22	Mood	Ekspresi perasaan		√					Digunakan untuk menyatakan kesamaan perasaan dengan sesuatu
23	Stan	Penggemar berat		√					Umum dalam komunitas penggemar selebriti atau idol
24	Sip	Setuju atau baik		√					Santai, digunakan untuk menyetujui sesuatu secara informal
25	Cap	Bohong atau dusta		√					Digunakan untuk memanggil sesuatu yang dianggap tidak benar

26	No cap	Jujur atau tidak bohong	√					Umum digunakan untuk memperkuat pernyataan kejujuran
27	Sus	Mencurigakan	√					Digunakan saat ada hal yang dianggap tidak jujur atau aneh
28	Lowkey	Secara tidak jelas atau diam-diam	√					Untuk hal yang tidak ingin diperbesar
29	Highkey	Secara jelas atau terbuka	√					Untuk hal yang ingin diungkapkan dengan jelas
30	Ship	Mendukung pasangan	√					Umum di fandom atau komunitas penggemar untuk mendukung pasangan fiktif atau nyata
31	Fire	Sangat bagus	√					Digunakan untuk menyebut hal yang luar biasa atau keren
32	Lit	Luar biasa atau menyenangkan	√					Digunakan untuk merespon acara atau situasi yang sangat menyenangkan
33	Flex	Menunjukkan sesuatu dengan bangga	√					Umum digunakan untuk membahas seseorang yang memamerkan kekayaan atau prestasi
34	Salty	Marah atau kesal	√					Digunakan saat seseorang merasa kesal karena situasi tidak berjalan sesuai harapan
35	Tea	Gossip atau berita menarik	√					Umum digunakan saat berbicara tentang gossip atau rumor
36	Ghosting	Menghilang tanpa penjelasan	√					Umum digunakan dalam konteks percintaan digital
37	Clapback	Balasan tajam	√					Digunakan saat memberikan respon yang cerdas atau sarkastik terhadap kritik
38	Bet	Setuju atau menerima tantangan	√					Digunakan untuk merespon tantangan atau ajakan
39	Cancel	Membatalkan dukungan	√					Digunakan dalam konteks "cancel culture" untuk menghentikan dukungan terhadap seseorang atau sesuatu
40	Sksksk wkwwk	Tertawa atau kesenangan					√	Umum digunakan oleh Generasi Alpha sebagai pengganti tawa dalam teks
41	E-boy/ E-girl	Subkultur remaja digital						Digunakan untuk mendeskripsikan gaya tertentu yang populer di platform seperti TikTok
42	Thirst trap	Posting untuk menarik perhatian	√					Digunakan saat seseorang mengunggah konten untuk mendapat pujian atau perhatian
43	Receh	Lucu atau lelucon sederhana	√					Digunakan untuk menyebut humor yang ringan atau sederhana

44	Gokil	Sangat keren atau gila		√					Umum digunakan untuk menyebut hal yang sangat menarik atau mengejutkan
45	Kuy	Ayo, atau mari					√		Digunakan untuk mengajak teman melakukan sesuatu secara santai
	Ngab	Bro, kawan					√		Digunakan dalam percakapan sehari-hari sebagai sebutan informal untuk teman atau sahabat

Dari bentuk bahasa visual yang disajikan dalam tabel lebih banyak yang berupa singkatan. Adapun bentuk kata singkatan banyak yang berasal dari bahasa asing. Hal ini berbeda dengan penggunaan bahasa Generasi Z pada saatnya yang lebih banyak menggunakan bentuk akronim dan bersumber dari bahasa Indonesia, diikuti dengan bentuk singkatan dari bahasa asing (Cindana dan Sutarini, 2022).

### Makna Penggunaan Bahasa Visual dan Digital pada Generasi Alpha

Penggunaan bahasa visual dan digital pada Generasi Alpha memiliki lima fungsi, yakni sebagai (a) ekspresi emosi, (b) efisiensi komunikasi, (c) identitas sosial dan budaya; (d) interaksi sosial nonverbal, dan (e) kreativitas berkomunikasi.

Bahasa generasi Alpha di dalam berkomunikasi dengan kelompok sebayanya ini **pertama**, menyatakan ekspresi emosi. Hal ini tampak pada penggunaan emoji 🥰 (mata hati), mengekspresikan kekaguman atau cinta, sedangkan emoji 😂 (tertawa terbahak-bahak) digunakan untuk menunjukkan tawa yang tak tertahankan hingga mengeluarkan air mata. Penggunaan emoji 😎 (keren) untuk menunjukkan perasaan percaya diri. Penggunaan emoji ini tentu membantu pengguna menyampaikan perasaan mereka dengan cara yang lebih cepat dan mudah dipahami serta menimbulkan kelucuan. Sebaliknya, apabila pengguna harus menulis kata demi kata dimungkinkan tidak sebaik maksud yang diwakili oleh emoji. Penggunaan emoji pada bahasa visual dan digital oleh Generasi Alpha ini bersifat informal, bersahabat dan humoris.

Selain dengan emoji, yakni gambar atau ikon kecil yang digunakan untuk mewakili ekspresi dan emosi, pengguna juga dapat mengirimkan GIF (*Graphics Interchange Format*) sebagai perpanjangan emosi. GIF yang berisi gerakan singkat, seperti seseorang melompat-lompat kegirangan, berjoget dan menari dapat digunakan untuk menunjukkan kebahagiaan yang tidak bisa dijelaskan hanya dengan kata-kata. GIF ini sering digunakan untuk menambahkan ekspresi yang lebih hidup dan dinamis dalam komunikasi daring.

Makna **kedua** dalam penggunaan visual dan digital Generasi Alpha menyatakan efisiensi komunikasi. Keefisienan ini dapat dilihat dari kecepatan saat berbalas pesan atau saat menginisiasi untuk berkirim pesan kepada seseorang. Selain dari aspek penghematan waktu, juga keefisienan ruang atau karakter untuk menulis pesan yang sering kali terbatas. Bahasa visual memungkinkan Generasi Alpha untuk menyampaikan pesan dengan lebih cepat, singkat, dan padat makna yang sering kali menggantikan frasa panjang atau penjelasan yang rumit.

Sifat efisiensi dalam penggunaan bahasa visual dan digital di media sosial dalam berkomunikasi dengan kelompok atau merespon unggahan informasi di aplikasi dapat dilihat dari bentuk bahasa berupa singkatan pada kata “I Don’t Know”, “Direct Message”, “Too much information” menjadi “IDK”, “DM”, “TMI”. Hal ini memungkinkan pengguna dapat merespon lebih cepat dan efisien di platform seperti WhatsApp atau Instagram. Demikian juga penggunaan simbol yang saat ini dinilai efisien, seperti emoji 👍 (jari jempol) yang menggantikan kata “oke”, “baik” atau “mantap,” istilah remaja saat ini yang artinya lebih kompleks dari sekedar baik dan elok. Kata “mantap” dapat diartikan dengan “sempurna” atau “super baik”. Dengan demikian, keberadaan emoji sebagai komunikasi nonverbal mampu mengungkapkan ekspresi yang relevan dengan emosi pengguna. Berbagai aplikasi berbasis internet saat ini telah dilengkapi dengan simbol-simbol bahasa yang mewakili emosi dan ekspresi penuturnya. Tentu hal ini tidak terlepas dari perkembangan teknologi informasi sebagai media komunikasi. Masyarakat semakin dimudahkan dengan teknologi dengan beragam aplikasi yang sesuai dengan fungsinya.

Makna **ketiga** penggunaan bahasa visual dan digital pada Generasi Alpha, yakni sebagai identitas sosial dan budaya. Penggunaan bahasa visual sebagai identitas sosial mencerminkan adanya kelompok sosial tertentu. Mereka mampu merepresentasikan simbol-simbol sosial secara visual seperti GIF atau Stiker yang dijadikan sarana komunikasi yang menggambarkan artis Korea atau potongan film pendek Drama Korea (Drakor).

**Gambar 1.**



Generasi *Alpha* yang menggunakan bahasa digital untuk menandai afiliasi mereka dengan kelompok sosial tertentu, mengekspresikan nilai budaya, dan mengikuti tren media sosial. Banyak remaja berupaya untuk mengikuti tren di media sosial, mulai dari gaya hidup hingga style. Mereka dengan mudah menemukan tempat-tempat menarik atau “vibes”, dalam bahasa gaul, yakni tempat yang memiliki aura, atau suasana hati sesuai gaya remaja. Untuk itu, dunia industri juga diuntungkan oleh remaja dan Generasi Alpha yang senantiasa ingin mencoba hal-hal baru. Mereka pun dengan mudahnya membuat konten-konten video atau vlog menarik tentang berbagai hal untuk disebarakan kepada masyarakat luas.

**Gambar 2.**



Generasi *Alpha* dengan hanya duduk di tempat saja dapat bereksplorasi menjelajah dunia. Mereka mampu menemukan berbagai informasi yang menarik dan dirasa penting bahkan ingin mendapatkan informasi yang pertama. Generasi Alpha dikenal sebagai *digital natives*, yaitu generasi yang tumbuh besar dengan teknologi dan media sosial sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari. Mereka menggunakan media sosial tidak hanya untuk berkomunikasi tetapi juga untuk mengonsumsi informasi, hiburan, dan berinteraksi dengan tren budaya pop yang saat merambah dunia. Tentu saja nilai-nilai budaya yang mereka pahami dan juga multikultural, baik dari lokal dan global. Generasi Alpha sangat

dinamis dan cepat berubah, seiring dengan tren di media sosial. Mereka mudah sekali membuat istilah-istilah menjadi viral dalam waktu singkat dan mudah berganti dengan istilah berikutnya.

Bahasa visual dan digital yang menggambarkan makna sebagai identitas sosial, seperti membuat Meme sebagai alat budaya, untuk menyampaikan kritis sosial meski dengan gambar lucu. Mereka berharap kritis sosial yang diwujudkan dengan gambar lucu mampu direspon masyarakat dengan baik dan menjadi viral sebagai bentuk kepedulian.

**Gambar 3.**



Penggunaan bahasa visual dan digital pada Generasi Alpha yang **keempat** adalah interaksi sosial nonverbal. Dalam berkomunikasi Generasi Alpha sering menggunakan bentuk bahasa berupa simbol, seperti simbol tangan (👉, 👈, 👉) dalam caption untuk menunjukkan respon yang singkat namun bermakna. Bentuk bahasa selain simbol jari tangan juga seperti stiker, meme, tanpa perlu dilengkapi dengan teks tambahan. Bahasa visual memungkinkan Generasi Alpha dapat melakukan komunikasi secara interaktif, tidak monoton, terasa santai, dan menyenangkan. Mereka menganggap hal-hal yang ada di sekitarnya tampak mudah, menyenangkan dan dibuat santai, Generasi Alpha tidak ingin berpikir yang berat-berat. Segalanya dapat dilakukan dengan mudah dengan hanya menggenggam gadget, yang dianggap mampu menyelesaikan segala hal.

Makna penggunaan bahasa visual dan digital pada Generasi Alpha **kelima** yakni kreativitas berkomunikasi. Generasi Alpha yang ditengarai terlahir di tahun 2010 ke atas dengan didukung oleh perkembangan pengetahuan dan teknologi sangat identik sebagai anak-anak yang cerdas berteknologi. Mereka mampu menggunakan gadget seperti mereka sedang bermain. Mereka adalah anak-anak yang berani mencoba dan berupaya untuk mengetahui segala hal yang tersimpan di gadget yang keseharian dipegang. Untuk itu, mereka mampu berkreaitivitas dalam berbahasa sebagaimana bahasa dalam masing-masing aplikasi. Mereka sering berinovasi dengan menciptakan bentuk-bentuk baru

dalam berbahasa, seperti menggunakan kombinasi emoji untuk menyusun narasi atau cerita. Generasi Alpha mampu menggunakan emoji secara kreatif untuk membuat cerita pendek atau menggambarkan suatu aktivitas. Misalnya, mereka dapat menggabungkan emoji 🏃♂️ 🍕 🛏️ untuk menunjukkan bahwa mereka sedang berlari untuk mengambil pizza lalu tidur setelahnya. Demikian pula dengan **penggunaan meme dan GIF sebagai media kreatif**. Meme dan GIF tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai media kreatif yang memungkinkan pengguna untuk menciptakan konten baru dan menyebarkannya secara luas. Ini menciptakan pola komunikasi yang interaktif dan partisipatif. Di platform seperti TikTok, Generasi Alpha sering menggabungkan visual dan audio untuk membuat video yang lucu, unik, dan viral. Ini merupakan bentuk ekspresi kreatif yang berbeda dari sekadar teks.

Gambar 4.



## SIMPULAN

Dinamika penggunaan bahasa visual dan digital oleh Generasi Alpha dapat dikatakan sebagai bentuk kompleksitas dari bahasa gaul yang selama ini dikaji oleh para peneliti. Dalam bahasa gaul di media sosial lebih ditekankan pada penggunaan bahasa verbal yang ditinjau dari aspek bentuk, makna, fungsi dan konteks. Bentuk bahasa gaul verbal Generasi Alpha sudah banyak mengalami perkembangan. Hal ini sesuai dengan perkembangan sosial budaya serta dinamika penggunaannya. Untuk itu, beberapa bentuk bahasa gaul digital pada Generasi Alpha terdapat dinamika dari istilah-istilah yang digunakan. Istilah kekinian tampak sekali seperti kata “Shaking my head” (SHM), “Fear of missing out” (FOMO), “You only live once” (YOLO), dan “Good game” (GG). Adapun pola pembetulan bahasa digital relatif sama dengan

bahasa gaul umumnya, yakni berupa kata atau frase, singkatan, pemendekan, akronim, kata dibalik. Sebagai generasi yang tumbuh besar dengan teknologi dan media sosial sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari, maka tidak dapat dipungkiri Generasi Alpha sangat kreatif dalam berkomunikasi di media sosial.

Kemampuan Generasi Alpha di bidang teknologi seyogyanya mampu dikembangkan secara maksimal secara produktif dan kreatif. Bakat membuat konten dengan berbagai aplikasi di media sosial diarahkan pada hal-hal yang positif guna pengembangan kompetensi dan keterampilan yang memberi kebermaknaan diri dan kemanfaatan bagi masyarakat luas, negara, bangsa dan agama. Untuk itu, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi bagi para peneliti yang lain dalam mengkaji penggunaan bahasa di masyarakat dan pengembangannya. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan mampu diimplementasikan dalam pembelajaran.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Afida, F. R., & Kurnia, A. (2022). Krisis Eksistensi Bahasa Jawa Pada Generasi Alfa: Studi Kasus Peserta Didik Sdn Modong Kecamatan Tulangan. *Jurnal Primary*, 3(2), 54–62.  
<http://ejournal.stkipgri-sidoarjo.ac.id/index.php/psd/article/view/449/350>
- Arafah, B., & Hasyim, M. (2019). The Language of Emoji in Social Media. *KnE Social Sciences*, August. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i19.4880>
- Arisandy, D., Rizkika, D. P., & Astika, T. D. (2019). Eksistensi Bahasa Indonesia Pada Generasi Milenial Di Era Industri 4.0. *Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 3(2), 247–251. [garuda.ristekbrin.go.id](http://garuda.ristekbrin.go.id)
- Bagaskara, R. S., & Putri, F. N. F. (2023). Efek Penggunaan Emoji Terhadap Kesan Hangat dan Kompeten di Konteks Proyek Virtual Mahasiswa. *Wacana*, 15(2), 134. <https://doi.org/10.20961/wacana.v15i2.72892>
- Bakhtiar, A., Sukamto, B. K., & Pramono, S. H. S. (2022). Efektivitas Penggunaan Emoji dalam Komunikasi Digital. *Prosiding SNIIS*, 620, 620–632. <https://proceeding.unesa.ac.id/index.php/sniis/article/download/118/103>
- Budi, A. P., & Ula, D. M. (2024). Peran Media Sosial Terhadap Perkembangan Identitas Sosial Generasi Alpha di Desa Sidodadi Lawang Malang. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 3(11), 11–22.  
<https://generationalalpha.com/wp-content/upload/2020/02/understanding-Generation-Alpha-McCrandle.pdf>
- Chaer, A. (2007). *Sosiolinguistik: Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Cindana, & Sutarini. (2022). Analisis penggunaan kosakata bahasa Indonesia di kalangan generasi alpha. *Ability: Journal of Education and Social Analysis*, 3(3), 43–54.  
<https://pusdikrapublishing.com/index.php/jesa/article/view/680%0Ahttps://pusdikrapublishing.com/index.php/jesa/article/download/680/590>
- Dahnir, A., & Sulistyawati, R. (2023). Analisis Campur Kode pada Tiktok Podcast

- Kesel Aje dan Dampaknya Terhadap Eksistensi Berbahasa Anak Milenial: Kajian Sociolinguistik. *ENGGANG: Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, Dan Budaya*, 3(2), 55–65. <https://doi.org/10.37304/enggang.v3i2.8988>
- Fadlurrohimi, I., Husein, A., Yulia, L., Wibowo, H., & Raharjo, S. T. (2020). Memahami Perkembangan Anak Generasi Alfa Di Era Industri 4.0. *Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(2), 178. <https://doi.org/10.24198/focus.v2i2.26235>
- Fitriah, L., Indah, A., Karimah, & Iswatiningsih, D. (2021). Kajian etnolinguistik leksikon bahasa remaja milenial di sosial media. *Basastra*, 13(1), 1–7.
- Harahap, G. R., & Alfikri, M. (2023). Fenomena Bahasa Gaul Sebagai Komunikasi Generasi Z di Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Bandar Perdagangan. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 4(2), 600–606. <https://doi.org/10.35870/jimik.v4i2.259>
- Hudaa, S., & Bahtiar, A. (2020). Variasi Bahasa Kaum Milenial: Bentuk Akronim dan Palindrom dalam Media Sosial. *ESTETIK : Jurnal Bahasa Indonesia*, 3(1), 41. <https://doi.org/10.29240/estetik.v3i1.1470>
- Iswatiningsih, D., Pangesti, F., & Fauzan. (2021). Ekspresi remaja milenial melalui penggunaan bahasa gaul di media sosial (Millennial youth expression through the use of slang on social media). *KEMBARA: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 7(2), 476–489. <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/kembara>
- Fishman, J. A. (1972). *The Sociology of Language*. Rowley: Newbury House.
- Halliday, M. A. K. (1978). *Language as Social Semiotic: The Social Interpretation of Language and Meaning*. London: Edward Arnold.
- Khairiah, D. I., Agustin, L., Indah, S. N., Pratiwi, V., & Puspita, A. M. I. (2024). Pengaruh Konten Berbagi pada Akun Tiktok @ Williesalim terhadap Gaya Hidup Anak Generasi Alfa. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(5), 361–366.
- Mahesti, A., & Jaya, A. (2024). Dinamika Penggunaan Bahasa Indonesia dan Bahasa Gaul di Kalangan Generasi Muda. *Parataksis: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pembelajaran Bahasa Indonesia*, 7(2). <https://doi.org/10.31851/parataksis.v7i2.16522>
- Maulida, U. (2022). Pergeseran Makna Kata pada Komunikasi Generasi Alpha sebagai Kontestasi Identitas. *Kode : Jurnal Bahasa*, 11(1), 38–49. <https://doi.org/10.24114/kjb.v11i1.33492>
- McCordle, M. (2021). *Understanding Generation Alpha*. McCordle Research.
- Melati, I. K., Hasanah, U., & ... (2023). Dynamics of Kinship Addressing among Millennial Teenagers on Social Media. *LITE: Jurnal Bahasa ...*, 3, 111–119. <https://publikasi.dinus.ac.id/index.php/lite/article/view/8787%0Ahttps://publikasi.dinus.ac.id/index.php/lite/article/download/8787/4324>
- Nabila, H., Iswatiningsih, D., & Wuriyanto, A. B. (2021). Bahasa Slang Dalam Komunikasi Grup Whatsapp Remaja di Kota Lumajang. *Riksa Bahasa*, 6(2), 155–162. <http://ejournal.upi.edu/index.php/RBSPs/index>
- Puspaningtyas, E., Simarmata, R. F., & Febriana, I. (2023). Analisis Bahasa Gaul dalam Video Youtube Arif Muhammad. *Pustaka: Jurnal Bahasa Dan Pendidikan*, 3(2), 153–154.
- Putri, N. P. (2017). Eksistensi Bahasa Indonesia pada Generasi Milenial. *Jurnal Widyabastra*, 05, 61–67. <https://doi.org/10.1515/9783112372760-010>
- Siregar, H., Tampubolon, Q. A., Ribreka, D., Pratama, O. J., & Tansliova, L. (2024).

- Pengaruh Bahasa Gaul Terhadap Penggunaan Bahasa Indonesia di Kalangan Gen Z. *Bersatu: Jurnal Pendidikan Bhinneka Tunggal Ika*, 2(3), 40–53.  
<https://doi.org/10.51903/bersatu.v2i3.707>
- Swandhina, M., & Maulana, R. A. (2022). Generasi alpha : Saatnya anak usia dini melek digital refleksi proses pembelajaran dimasa pandemi Covid-19. *Jurnal Edukasi Sebelas April (JESA)*, 6(1), 150. <https://ejournal.unsap.ac.id/index.php/jesa>
- Wibisono, A. T. A., Suryawati, I. G. A. A., Joni, I. D. A. S., & Damasemil, C. (2023). Pengaruh Penggunaan Emoji Whatsapp Terhadap Kepuasan Remaja Kota Denpasar dalam Menyampaikan Pesan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 3(2), 146–157.
- Wulandari, R., Fawaid, F. N., Hieu, H. N., & Iswatiningsih, D. (2021). Penggunaan Bahasa Gaul pada Remaja Milenial di Media Sosial. *Literasi : Jurnal Bahasa Dan Sastra Indonesia Serta Pembelajarannya*, 5(1), 64.  
<https://doi.org/10.25157/literasi.v5i1.4969>