

ABSTRACT

This study aims to identify the forms and functions of Gen Z slang used on social media, specifically on Instagram, Facebook, and X (Twitter). As digital communication continues to reshape everyday language, Generation Z has developed a distinctive way of speaking online that often departs from standard English, raising the question of whether this style follows any systematic pattern. This study addresses two research questions: (1) what forms of Gen Z slang are used in social media, and (2) what functions do these slang terms serve. The forms were analyzed using Yule's (2020) theory of word-formation processes, while the functions were analyzed using Allan and Burridge's (2006) theory of social motivations behind slang use. This study employed a qualitative method with covert observation and simple random sampling technique (Arikunto, 2021) to select the data. From 150 screenshots collected across the three platforms, twenty-three data were selected as the final sample, consisting of seven data from Instagram, nine from X (Twitter), and seven from Facebook. The findings show that Gen Z slang in this study is constructed through five word-formation processes: clipping (34.8%), coinage (26.1%), acronym (21.7%), compounding (13.0%), and blending (4.3%), with clipping being the most dominant. In terms of function, the data reveal six of the seven functions proposed by Allan and Burridge (2006): to express impression (43.5%), to reveal anger or emotion (21.7%), to humiliate or criticize (13.0%), to form an intimate atmosphere (8.7%), to initiate a relaxed conversation (8.7%), and to show solidarity (4.3%); only the function to address did not appear. These findings indicate that Gen Z slang on social media is not random or meaningless, but follows systematic linguistic patterns that serve specific social purposes.

Keywords: *english slang, forms and functions, gen z, social media, thematic analysis*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk dan fungsi *slang* Gen Z yang digunakan di media sosial, khususnya di Instagram, Facebook, dan X (Twitter). Seiring dengan komunikasi digital yang terus membentuk kembali bahasa sehari-hari, Generasi Z telah mengembangkan cara berbicara daring yang khas dan sering kali menyimpang dari bahasa Inggris baku, sehingga memunculkan pertanyaan apakah gaya bahasa ini mengikuti suatu pola yang sistematis. Penelitian ini menjawab dua rumusan masalah, yaitu (1) bentuk-bentuk *slang* Gen Z apa saja yang digunakan di media sosial, dan (2) fungsi apa saja yang dijalankan oleh istilah-istilah *slang* tersebut. Bentuk-bentuk *slang* dianalisis menggunakan teori proses pembentukan kata dari Yule (2020), sedangkan fungsi-fungsinya dianalisis menggunakan teori motivasi sosial di balik penggunaan *slang* dari Allan dan Burridge (2006). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik *covert observation* dan teknik *simple random sampling* (Arikunto, 2021) untuk memilih data. Dari 150 tangkapan layar (*screenshot*) yang berhasil dikumpulkan dari ketiga platform tersebut, dipilih dua puluh tiga data sebagai sampel akhir, terdiri atas tujuh data dari Instagram, sembilan data dari X (Twitter), dan tujuh data dari Facebook. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *slang* Gen Z dalam penelitian ini dibentuk melalui lima proses pembentukan kata, yaitu *clipping* (34,8%), *coinage* (26,1%), *acronym* (21,7%), *compounding* (13,0%), dan *blending* (4,3%), dengan *clipping* sebagai proses yang paling dominan. Dari segi fungsi, data penelitian menunjukkan enam dari tujuh fungsi yang dikemukakan oleh Allan dan Burridge (2006), yaitu *to express impression* (43,5%), *to reveal anger or emotion* (21,7%), *to humiliate or criticize* (13,0%), *to form an intimate atmosphere* (8,7%), *to initiate a relaxed conversation* (8,7%), dan *to show solidarity* (4,3%); hanya fungsi *to address* yang tidak ditemukan. Temuan ini menunjukkan bahwa *slang* Gen Z di media sosial bukanlah sesuatu yang acak atau tanpa makna, melainkan mengikuti pola linguistik yang sistematis dan memiliki tujuan sosial tertentu.

Kata kunci: *slang* bahasa Inggris, bentuk dan fungsi, Gen Z, media sosial, analisis tematik