

PENGUNAAN EMOJI MENANGIS SEBAGAI HIPERBOLA MELALUI WHATSAPP: ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES

Nasyah Fadillah^{1*}

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bahasa, Universitas Bina
Sarana Informatika, Jakarta

*Penulis Korespondensi: fadillahnasah@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze and describe the use of the crying emoji (😭) as hyperbole in WhatsApp conversations among Generation Z, utilizing Roland Barthes' semiotic approach. A descriptive qualitative method within a constructivist paradigm was employed. Data collection involved in-depth interviews, observation, and documentation. The study involved 11 informants selected via purposive sampling—specifically, active WhatsApp users from Generation Z who habitually use the crying emoji in their daily digital conversations on the platform. The findings reveal that at the level of denotation, the crying emoji is universally recognized as a visual representation of sadness or weeping. At the level of connotation, a significant shift in meaning occurs; the emoji functions as a signifier for exaggerated or hyperbolic emotional expressions, ranging from laughter, amusement, and being deeply moved to frustration and sarcasm. At the level of myth, this hyperbolic usage has been naturalized into a cross-regional digital cultural convention for Generation Z, where the emoji has evolved from a mere symbol of emotion into a symbol of tone in digital communication. Thus, the use of the crying emoji in Generation Z's WhatsApp conversations constitutes a form of digital hyperbole, the meaning of which is determined by the conversational context and evolving digital communication cultural conventions.*

Keywords: *Crying emoji, hyperbole, Roland Barthes' semiotics, WhatsApp, Generation Z*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan penggunaan emoji menangis (😭) sebagai hiperbola dalam percakapan WhatsApp di kalangan Generasi Z melalui pendekatan semiotika Roland Barthes. Metode kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivisme digunakan dalam penelitian ini. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian berjumlah 11 orang yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pengguna aktif WhatsApp dari kalangan Generasi Z yang memiliki kebiasaan menggunakan emoji menangis dalam percakapan digital sehari-hari melalui WhatsApp. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa pada tataran denotasi, emoji menangis dikenali secara universal sebagai representasi visual kesedihan atau tangisan. Pada tataran konotasi, terjadi pergeseran makna yang signifikan di mana emoji menangis telah berfungsi sebagai penanda ekspresi emosi yang berlebih-lebihan atau hiperbolik, meliputi tawa, rasa gemas, terharu, frustrasi, hingga sarkasme. Pada tataran mitos, penggunaan hiperbolik emoji menangis telah dinaturalisasi menjadi konvensi budaya digital Generasi Z yang bersifat lintas wilayah, di mana emoji ini telah bergeser dari sekadar simbol emosi menjadi simbol nada bicara dalam komunikasi digital. Dengan demikian, penggunaan emoji menangis dalam percakapan WhatsApp Generasi Z merupakan bentuk hiperbola digital yang maknanya ditentukan oleh konteks percakapan dan konvensi budaya komunikasi digital yang terus berkembang.

Kata kunci: Emoji menangis, hiperbola, semiotika Roland Barthes, WhatsApp, Generasi Z

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara orang berkomunikasi dalam kehidupan sehari-hari secara mendalam. Munculnya berbagai platform digital seperti media sosial, aplikasi chat instan, dan konferensi virtual membuat komunikasi lintas waktu dan ruang lebih mudah diakses. Namun di balik kemudahan itu, muncul dinamika

baru dalam cara berkomunikasi antar manusia yang menimbulkan tantangan, baik dalam hal kualitas interaksi, kedekatan emosional, maupun risiko salah paham. Komunikasi antar manusia yang dulu sering dilakukan secara langsung kini semakin beralih ke bentuk komunikasi berupa teks atau audiovisual (Mutmainnah et al. 2025).

WhatsApp digunakan secara luas sebagai sarana komunikasi digital karena dinilai efektif dalam menunjang koordinasi dan pertukaran informasi, baik dalam konteks personal maupun kelompok (Sitorus et al. 2025). Meski demikian, penggunaan WhatsApp Group tidak lepas dari persoalan seperti pesan penting yang terlewat, dominasi anggota pasif, serta miskomunikasi akibat pesan yang kurang jelas (Sitorus et al. 2025). Di sisi lain, komunikasi pada platform tersebut umumnya berbasis teks, sehingga unsur nonverbal seperti ekspresi wajah, nada suara, dan gerak tubuh tidak dapat disampaikan secara utuh. Kesalahpahaman antara pengirim dan penerima pesan berpotensi ditimbulkan oleh keterbatasan tersebut, karena maksud emosional di balik sebuah teks tidak selalu dapat ditangkap secara akurat oleh lawan bicara.

Untuk mengatasi keterbatasan tersebut, emoji dihadirkan sebagai elemen visual yang menggantikan sebagian fungsi komunikasi nonverbal dalam interaksi berbasis teks (Bai et al., 2019). Meski demikian, kesan yang ditimbulkan emoji dapat bersifat ambigu, bergantung pada kepribadian individu, latar belakang budaya, konteks percakapan, hingga platform yang digunakan (Bai et al., 2019). Salah satu emoji yang paling sering digunakan sekaligus memiliki kompleksitas makna tinggi adalah emoji menangis, yang secara denotatif dimaknai sebagai kesedihan mendalam, namun dalam praktiknya kerap dimaknai secara berbeda oleh penggunaannya (Yuliana Khoirun Nisa, 2025).

Pergeseran makna tersebut melahirkan fenomena penggunaan emoji secara berlebihan yang berfungsi sebagai hiperbola dalam komunikasi digital. Emoji tidak lagi semata menggambarkan emosi secara literal, melainkan dipakai untuk mendramatisasi suatu keadaan atau menegaskan intensitas perasaan (Ramdani et al. 2025). Pola serupa ditemukan pada platform lain, ketika emoji difungsikan sebagai strategi komunikasi yang mencerminkan emosi, sindiran, maupun identitas sosial (Yheshinta et al. 2025). Pada konteks WhatsApp, cara remaja menerima dan memaknai pesan juga dipengaruhi oleh penggunaan emoji (Swarna et al. 2024; Famelio et al. 2025).

Kompleksitas makna emoji menangis menjadi persoalan tersendiri dalam kajian komunikasi, karena satu simbol visual yang sama dapat menghasilkan interpretasi berbeda bergantung pada konteks penggunaannya. Persoalan pemaknaan ini relevan dikaji melalui semiotika Roland Barthes, yang membedah tanda ke dalam tiga tingkatan, yaitu denotasi, konotasi, dan mitos, sehingga tanda visual dipahami tidak hanya sebagai makna literal tetapi juga sebagai makna konotatif yang dapat berkembang menjadi mitos budaya (Matondang et al. 2022).

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah ditelaah, dapat diketahui bahwa kajian mengenai emoji telah banyak dilakukan, baik dari sudut pandang fungsi sosial, strategi komunikasi, maupun semiotika secara umum. Namun demikian, penelitian yang secara khusus menganalisis emoji menangis sebagai bentuk hiperbola dalam percakapan melalui WhatsApp, dengan menggunakan tiga tingkat pemaknaan Roland Barthes (denotasi, konotasi, dan mitos) secara utuh, belum banyak ditemukan. Celah penelitian inilah yang mendasari penelitian ini dilakukan.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk memahami penggunaan emoji dalam komunikasi online, di mana data diperoleh melalui observasi interaksi di platform media sosial. Pendekatan ini diambil karena tujuan penelitian adalah memahami makna penggunaan emoji menangis sebagai hiperbola dalam komunikasi digital, yang tidak dapat diukur secara angka tetapi perlu diinterpretasikan dalam konteks (Waruwu, 2024).

2.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

2.2.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini ditujukan kepada pengguna WhatsApp yang secara aktif memanfaatkan emoji menangis dalam interaksi digital sehari-hari. Lokasi penelitian tidak dibatasi oleh wilayah tertentu karena penggunaan emoji dalam komunikasi digital merupakan fenomena yang umum tanpa terpengaruh batasan geografis.

Penelitian dilakukan secara daring melalui WhatsApp untuk menghubungi informan yang berada di lokasi berbeda. Kontak awal, koordinasi, dan wawancara mendalam dilakukan melalui WhatsApp guna memahami bagaimana informan mengartikan dan memakai emoji menangis sebagai bentuk hiperbola.

2.2.2 Waktu Penelitian

Proses penelitian dimulai dengan tahap persiapan dan pemilihan narasumber, dilanjutkan dengan pengumpulan data melalui wawancara pada 8–27 Juni 2026, serta diakhiri dengan pengolahan dan analisis data.

2.3 Unit Analisis

Unit analisis penelitian ini adalah pesan teks WhatsApp Generasi Z yang mengandung emoji menangis dan digunakan sebagai gaya bahasa hiperbola dalam komunikasi digital antarpribadi. Unit analisis ini dipilih untuk memahami bagaimana makna emoji menangis berubah dari konotasi literal (kesedihan) menjadi hiperbola (ekspresi berlebihan pada situasi biasa) melalui tiga tingkatan Barthes: denotasi, konotasi, dan mitos.

2.4 Definisi Konseptual

- 1) **Emoji Menangis sebagai Simbol Semiotik.** Emoji menangis didefinisikan sebagai simbol ikonik digital berupa wajah manusia yang mengeluarkan air mata besar. Secara denotatif, simbol ini merujuk pada kesedihan, tetapi di kalangan Generasi Z sering digunakan secara hiperbolik untuk menekankan emosi, tawa berlebihan, atau rasa tidak percaya, sehingga maknanya bergeser menuju konotasi dan mitos (Yuliana Khoirun Nisa, 2025).
- 2) **Hiperbola sebagai Gaya Bahasa.** Aprila (2022) mengartikan hiperbola sebagai ungkapan yang dengan sengaja menyatakan sesuatu secara berlebihan dibandingkan kenyataan untuk memberikan penekanan, memperkuat kesan, dan meningkatkan dampak pada penerima pesan. Dalam penelitian ini, hiperbola dipandang juga sebagai strategi komunikasi nonverbal digital yang terwujud melalui penggunaan emoji menangis secara intens dalam percakapan WhatsApp.

- 3) Komunikasi Digital melalui WhatsApp. Syah et al. (2026) menggambarkan WhatsApp sebagai aplikasi pesan instan berbasis internet untuk berbagi teks, gambar, video, audio, dan dokumen. Keterbatasan teks yang tidak dapat menyampaikan intonasi dan ekspresi wajah memotivasi pengguna memakai emoji sebagai pengganti isyarat paralinguistik, sebagaimana dijelaskan dalam teori Computer-Mediated Communication (CMC) oleh Walther (1996).

2.5 Pemilihan Informan dan Teknik Pengumpulan Data

2.5.1 Pemilihan Informan

Informan dipilih secara sengaja (purposive sampling) berdasarkan kriteria yang sejalan dengan fokus penelitian, yakni individu yang aktif menggunakan emoji menangis dalam komunikasi digital sehari-hari dan memiliki pengalaman langsung menggunakannya sebagai bagian dari gaya komunikasi digital, sehingga mampu memberikan wawasan yang mendalam dan relevan.

2.5.2 Pengumpulan Data

1. Data primer diperoleh langsung dari sumber asli (Undari Sulung, 2024). Dalam studi ini, data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam secara daring melalui WhatsApp kepada informan Generasi Z di berbagai kota di Indonesia yang aktif menggunakan emoji menangis dalam komunikasi sehari-hari.
2. Data sekunder diperoleh secara tidak langsung dari bahan yang sudah ada sebelumnya (Undari Sulung, 2024). Dalam penelitian ini, data sekunder berupa tangkapan layar percakapan WhatsApp yang dikirimkan narasumber serta referensi tentang semiotika Roland Barthes, hiperbola, dan komunikasi digital sebagai penguat data primer.
3. Observasi dilakukan dengan mengamati objek secara langsung (Ardiansyah et al., 2023), yaitu pola pemakaian emoji menangis dalam chat WhatsApp yang dikirim informan, untuk memahami konteks komunikasi digital yang melatarbelakangi penggunaannya sebagai bentuk hiperbola.
4. Wawancara dilakukan melalui dialog mendalam antara peneliti dan informan (Ardiansyah et al., 2023). Wawancara semi-terstruktur dilakukan secara daring melalui WhatsApp untuk menggali makna yang dipahami informan ketika emoji menangis digunakan, baik dalam arti langsung, makna tambahan, maupun mitos yang muncul.
5. Dokumentasi bersumber dari arsip, catatan, atau dokumen tertulis terkait isu penelitian (Ardiansyah et al., 2023). Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan tangkapan layar percakapan WhatsApp yang menunjukkan penggunaan emoji menangis sebagai data pendukung analisis denotasi, konotasi, dan mitos.

2.6 Metode Analisis Data

Data dianalisis menggunakan tiga tataran pemaknaan Barthes, yaitu denotasi, konotasi, dan mitos, yang diterapkan pada hasil wawancara serta observasi dan dokumentasi tangkapan layar percakapan WhatsApp informan.

2.7 Keabsahan Data

Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data antarinforman serta membandingkan hasil wawancara dengan tangkapan layar percakapan WhatsApp, guna memastikan konsistensi antara makna yang diungkapkan informan dan pola penggunaan

emoji menangis yang sesungguhnya terjadi. Triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan data dari wawancara, observasi pola penggunaan emoji, dan dokumentasi tangkapan layar; apabila ketiganya menghasilkan data yang berbeda, peneliti melakukan konfirmasi lebih lanjut kepada informan.

2.8 Paradigma Konstruktivisme

Paradigma konstruktivisme dapat diidentifikasi melalui empat elemen dasar. Secara ontologis (relativisme), realitas dipandang dibentuk secara sosial dan bersifat jamak (multiple realities). Secara epistemologis (transaksional-subjektivis), peneliti dan objek yang diteliti dipandang saling memengaruhi, sehingga pemahaman dihasilkan melalui interaksi. Secara metodologis (hermeneutis-dialektis), makna direkonstruksi secara bertahap melalui dialog dan interpretasi yang berulang antara peneliti dan partisipan. Secara aksiologis, nilai etika dan moral dipandang tidak terpisahkan dari proses penelitian, dengan peneliti sebagai partisipan aktif sekaligus fasilitator berbagai perspektif subjektif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Profil Informan

Sebelas informan dari kalangan Generasi Z yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia dilibatkan dalam penelitian ini. Berikut adalah data lengkap profil informan:

Tabel 1. Profil informan

No	Nama	Usia	Asal	Jenis kelamin	Status	Wawancara
1	Eklesya Cahyani Br Sihombing (Clara)	20	Sumatera Utara	Perempuan	Mahasiswa	8 Juni 2026
2	Sarah Suci R	23	Bandung	Perempuan	Mahasiswa	10 Juni 2026
3	Nailah Ramadani	22	Bekasi Timur	Perempuan	Mahasiswa	9 Juni 2026
4	Yuni Maulida (Yunsky)	24	Lampung	Perempuan	Mahasiswa	9 Juni 2026
5	Unsy Nur Aulia Asifah	22	Jakarta Utara	Perempuan	Mahasiswa	11 Juni 2026
6	Debi Khoirunnisa	20	Lampung	Perempuan	Pekerja	13 Juni 2026
7	Anida Sahira	20	Bekasi Utara	Perempuan	Pekerja	13 Juni 2026
8	Eca Auliatun Nisya	21	Jakarta Pusat	Perempuan	Pekerja	23 Juni 2026
9	Ibrahim Khairul	20	Bekasi Timur	Laki-laki	Pekerja	24 Juni 2026

No	Nama	Usia	Asal	Jenis kelamin	Status	Wawancara
10	Nazwa Dara	22	Jakarta Utara	Perempuan	Pekerja	9 Juni 2026
11	Sahlan Muzaqi	20	Bekasi Timur	Laki-laki	Mahasiswa	27 Juni 2026

3.2 Observasi Pola Penggunaan Emoji Menangis

Dari hasil observasi terhadap tangkapan layar percakapan yang diberikan informan, ditemukan beberapa pola penggunaan emoji menangis yang konsisten. Pertama, emoji menangis sering muncul dalam respons terhadap konten yang dianggap lucu atau menggelikan, bukan dalam konteks kesedihan. Kedua, emoji ini kerap digunakan secara berulang atau dirangkai untuk memperkuat intensitas ekspresi—sebuah strategi hiperbolik yang mempertegas temuan wawancara. Ketiga, makna emoji sangat bergantung pada kalimat yang mendahuluinya, sehingga tanpa konteks tekstual yang menyertai, emoji menangis berpotensi menimbulkan ambiguitas penafsiran.

3.2.1 Observasi Pergeseran Fungsi Emoji

Berdasarkan observasi, emoji menangis telah mengalami perluasan fungsi yang signifikan; fungsi aslinya sebagai penanda kesedihan kini hanya salah satu dari banyak fungsinya. Unsy menyebut emoji tersebut telah bertransformasi menjadi “digital punctuation”, alat tata bahasa digital yang multifungsi. Temuan ini selaras dengan pernyataan Hukunala dan Nahuway (2024) bahwa pengguna didorong mengembangkan strategi alternatif dalam berekspresi akibat keterbatasan isyarat nonverbal dalam komunikasi digital.

3.3 Pemaparan Data Hasil Wawancara

3.3.1 Pemahaman Makna Denotatif Emoji Menangis

Makna dasar emoji menangis sebagai simbol kesedihan mampu diidentifikasi oleh seluruh informan. Menurut Clara, informan dari Sumatera Utara, secara literal emoji ini “menggambarkan seseorang yang sedang menangis dengan air mata yang keluar dari kedua mata dan melambangkan ekspresi kesedihan”. Menurut Yunsy dari Lampung, emoji ini merupakan “lambang kesedihan yang mendalam, patah hati, atau luapan emosi yang tak tertahankan”. Menurut Ibrahim dari Bekasi Timur, emoji ini “menunjukkan kesedihan, rasa sedih yang mendalam, atau menangis karena emosi yang kuat”.

Penjelasan yang lebih rinci mengenai makna dasar emoji tersebut diberikan oleh Sahlan dari Bekasi Timur:

“Secara literal, emoji menangis dikenal sebagai ‘Loudly Crying Face’, yang mengekspresikan kesedihan yang mendalam, duka, rasa sakit, atau kondisi emosional yang hancur. Secara visual, hal ini dipertegas oleh dua aliran air mata yang deras dan mulut yang terbuka lebar, yang menggambarkan seseorang sedang menangis tersedu-sedu atau meraung.” (Sahlan, Bekasi Timur)

Konsistensi pemahaman denotatif di antara informan dari berbagai daerah ini membuktikan bahwa pada tataran makna pertama Barthes, emoji menangis masih

dikenali secara universal sebagai ikon visual kesedihan, sebagaimana juga ditegaskan Eca dari Jakarta Pusat bahwa makna sebenarnya hanya satu: sedih, kecewa, sakit, atau terharu.

3.3.2 Pergeseran Makna dan Penggunaan Non-Literal

Meskipun demikian, seluruh informan dari semua lokasi mengakui bahwa dalam praktik komunikasi sehari-hari mereka, emoji menangis digunakan jauh melampaui makna literalnya. Ragam ekspresi yang diasosiasikan dengan emoji ini dijelaskan oleh Nailah dari Bekasi Timur:

“Maknanya bisa tertawa sampe nangis, terharu, gemes banget, frustrasi, kaget, bersyukur, atau dramatis gitu.” (Nailah, Bekasi Timur)

Analisis tentang mengapa emoji ini menjadi multifungsi diberikan oleh Unsy dari Jakarta Utara:

“Emoji menangis dianggap emoji yang lebih natural untuk mengekspresikan perasaan karena saat berkomunikasi di dunia nyata, semua perasaan meliputi perasaan senang, marah, terharu diakhiri dengan air mata.” (Unsy, Jakarta Utara)

3.3.3 Perbedaan Pemaknaan Antargenerasi

Salah satu temuan konsisten di antara informan dari berbagai daerah adalah kesadaran tentang perbedaan pemaknaan emoji menangis antargenerasi. Hal tersebut diuraikan oleh Sarah dari Bandung (di bawah), dikonfirmasi Yunsy dari Lampung bahwa Generasi Z dan Generasi Alpha menggunakannya untuk tawa yang teramat sangat, dan Eca dari Jakarta Pusat bahwa tanpa konteks sedih, emoji tersebut 90% bermakna lucu:

“Di kalangan Gen Z jika ingin menertawakan atau ada hal konyol itu menggunakan emoji menangis, tetapi jika di kalangan milenial kebanyakan menggunakan emoji .” (Sarah, Bandung)

3.3.4 Pesan Sosial dari Penggunaan Berlebihan

Penggunaan berlebihan emoji menangis secara eksplisit dikaitkan dengan hiperbola oleh Yunsy dari Lampung:

“Penggunaan emoji menangis secara berlebihan sering kali tidak lagi bermakna kesedihan, melainkan bergeser menjadi penanda hiperbola, sarkasme, atau tawa.” (Yunsy, Lampung)

Pergeseran fungsi yang lebih mendasar diidentifikasi oleh Nazwa dari Jakarta Utara:

“Budaya media sosial saat ini telah menggeser identitas emoji tersebut dari ‘simbol emosi’ menjadi ‘simbol nada bicara’.” (Nazwa, Jakarta Utara)

Eca dari Jakarta Pusat menjelaskan bahwa penggunaan berlebihan emoji tersebut juga berfungsi sebagai bentuk humor yang menyamarkan kelelahan:

“Lelah tapi dibecandain aja, misal ‘deadline 3, dosen killer, wifi mati pake emoji nangis berlebihan jadi tameng. pesan sosialnya: ‘gue lagi gak baik-baik aja, tapi gue gak mau nyusahin. kita ketawain bareng ya’. Ini budaya ‘self-deprecating humor’ anak internet.” (Eca, Jakarta Pusat).

3.4 Analisis Semiotika Roland Barthes

3.4.1 Tataran Denotasi

Pada tataran denotasi, emoji menangis berfungsi sebagai ikon visual yang representasinya bersifat universal. Maknanya diidentifikasi secara konsisten sebagai kesedihan atau tangisan oleh seluruh 11 informan dari berbagai daerah (Sumatera Utara, Bandung, Bekasi Timur, Lampung, Jakarta Utara, Bekasi Utara, dan Jakarta Pusat), sehingga pada tataran pertama Barthes hubungan penanda dan petanda bersifat stabil dan universal.

3.4.2 Tataran Konotasi

Pada tataran konotasi, ditemukan pergeseran makna yang signifikan dan konsisten di antara seluruh informan lintas daerah. Emoji menangis telah bergeser menjadi penanda ekspresi emosi yang sangat kuat dan berlebih-lebihan—sebuah fungsi hiperbolik. Temuan ini selaras dengan teori hiperbola sebagai gaya bahasa (Hasan Asroh et al. 2025) dan teori CMC Walther yang menjelaskan strategi adaptif pengguna dalam menghadapi keterbatasan komunikasi berbasis teks.

3.4.3 Tataran Mitos

Pada tataran mitos, ditemukan bahwa penggunaan hiperbolik emoji menangis telah dinaturalisasi menjadi konvensi budaya digital Generasi Z yang bersifat lintas daerah. Pola pemaknaan yang serupa pada seluruh informan menunjukkan bahwa mitos ini bukan fenomena lokal, melainkan bagian dari identitas komunikasi digital Generasi Z Indonesia. Nazwa dari Jakarta Utara merangkumnya: emoji menangis telah bergeser dari “simbol emosi” menjadi “simbol nada bicara”. Naturalisasi ini diperkuat oleh pandangan Sahlan bahwa emoji menangis adalah alat interaksi sosial untuk terhubung dengan orang lain, dan oleh Eca yang menggambarkan perubahan fungsi dari “simbol” menjadi “reaksi”, layaknya tombol react yang maknanya cair dan bergantung pada konteks.

3.5 Hambatan dalam Penelitian

Hambatan utama yang dirasakan informan terkait penggunaan emoji menangis di WhatsApp adalah potensi kesalahpahaman akibat pergeseran makna yang tidak seragam antargenerasi, sejalan dengan temuan bahwa keterbatasan isyarat nonverbal dalam komunikasi digital sering memicu miskomunikasi.

Menurut Sarah dari Bandung, hambatan utama yang ia rasakan adalah sulitnya membedakan ekspresi yang sesungguhnya dari yang sekadar bercanda.

“Jika terjadi di beda kalangan, menjadikannya sulit untuk membedakan yang sungguh sedih dengan bercanda.” (Sarah, Bandung)

Ditambahkan oleh Anida Sahira dari Bekasi Utara bahwa penafsiran emoji menangis menuntut pembacaan konteks secara menyeluruh terlebih dahulu:

“Saya menafsirkan emoji menangis berdasarkan konteks pesan. Jika pesannya tentang hal menyedihkan, saya menganggapnya sebagai ungkapan sedih. Namun jika pesannya bercanda atau lucu, saya menganggapnya sebagai tanda tertawa atau gemas.” (Anida Sahira, Bekasi Utara)

Dijelaskan oleh Debi dari Lampung bahwa perubahan makna terjadi karena kebiasaan dan bukan kesadaran penuh, yang dapat menjadi hambatan dalam komunikasi lintas kelompok:

“Pernah menggunakan emoji menangis untuk perasaan yang tidak sedih, karena udah terbiasa aja.” (Debi, Lampung)

Dari sisi metodologis, nuansa intonasi dan ekspresi informan tidak dapat tertangkap secara langsung karena wawancara dilakukan sepenuhnya melalui teks WhatsApp, sehingga berpotensi menimbulkan kesalahpahaman. Selain itu, jeda waktu antara wawancara mayoritas informan (8–13 Juni 2026) dan wawancara Eca, Ibrahim, serta Sahlan (23–27 Juni 2026) menjadi keterbatasan temporal yang perlu dicatat, meskipun jawaban ketiganya tetap konsisten dengan pola temuan informan lainnya.

3.6 Tabel Analisis Percakapan

Tabel 2. Analisis percakapan

Informan	Konteks pesan	Denotasi	Konotasi	Bentuk hiperbola	Mitos
Yunsky, Lampung	Penggunaan berlebihan	Kesedihan mendalam, patah hati	Bergeser menjadi penanda hiperbola, sarkasme, atau tawa	Pengulangan atau penumpukan emoji untuk menegaskan intensitas	Antargenerasi : Gen Z memakainya untuk tawa ekstrem
Unsy, Jakarta Utara	Alasan emoji menjadi multifungsi	Ekspresi menangis	Emoji yang lebih natural untuk mengekspresikan perasaan	Dipakai melampaui makna asli untuk semua puncak emosi	Disebut “digital punctuation”
Anida Sahira, Bekasi Utara	Reaksi terhadap konten lucu	Kesedihan	Reaksi sangat kuat terhadap sesuatu yang lucu; juga tawa, gemas, terharu	Reaksi kuat pada hal receh diekspresikan lewat simbol tangisan mendalam	Makna meluas menjadi penanda intensitas reaksi
Eca, Jakarta Pusat	Logika ironi dan humor <i>self-deprecating</i>	Sedih, kecewa, sakit, terharu	Emoji sedih untuk hal lucu itu ironis; kode “ini sarkas tapi aku ngakak”	Dipakai sebagai tameng humor saat sebenarnya lelah	Budaya <i>self-deprecating humor</i> ; devaluasi makna

Informan	Konteks pesan	Denotasi	Konotasi	Bentuk hiperbola	Mitos
Sahlan, Bekasi Timur	Devaluasi makna akibat penggunaan berlebihan	<i>Loudly Crying Face:</i> duka, rasa sakit, kondisi emosional hancur	Simbol kesedihan terdalam dipakai untuk hal jenaka (devaluasi)	Penggunaan berlebihan untuk hal receh menghilangkan bobot emosional	<i>The emoji gap</i> antargenerasi

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Pada tataran denotasi, makna emoji menangis dipahami secara konsisten oleh seluruh 11 informan sebagai representasi visual ekspresi kesedihan atau tangisan, sesuai dengan makna literalnya sebagai simbol universal.

Pada tataran konotasi, ditemukan pergeseran makna yang signifikan: emoji menangis tidak lagi menyampaikan kesedihan yang sesungguhnya, melainkan menjadi penanda emosi yang sengaja dilebih-lebihkan (hiperbola), baik untuk menekankan rasa lucu, kekaguman, kelelahan, maupun sarkasme, bergantung pada konteks percakapan dan pengirimnya.

Pada tataran mitos, penggunaan hiperbolik emoji menangis telah dinaturalisasi menjadi konvensi komunikasi digital yang dianggap wajar di kalangan Generasi Z. Tidak satu pun dari 11 informan mempertanyakan penggunaan emoji ini di luar makna literalnya, sehingga emoji menangis bergeser dari “simbol emosi” menjadi “simbol nada bicara” dan bagian dari identitas komunikasi digital kolektif Generasi Z.

Dengan demikian, penelitian ini menjawab rumusan masalah bahwa makna emoji menangis dalam percakapan WhatsApp Generasi Z bergeser secara bertahap dari denotasi (kesedihan literal) menuju konotasi (ekspresi hiperbolik) hingga mitos (konvensi budaya digital yang dinaturalisasi), sekaligus membuktikan relevansi kerangka semiotika Roland Barthes dalam membedah dinamika pemaknaan tanda visual pada komunikasi digital kontemporer.

4.2 Saran

1. Untuk Pengguna WhatsApp Kalangan Generasi Z. Pengguna disarankan memiliki kesadaran semiotis yang lebih baik, karena konvensi emoji menangis sebagai ekspresi hiperbola di antara sesama Generasi Z belum tentu dipahami sama oleh generasi lain atau dalam konteks formal.
2. Untuk Peneliti Selanjutnya. Peneliti selanjutnya disarankan memperluas jumlah responden dan cakupan waktu, membandingkan penggunaan emoji menangis di platform lain seperti Instagram, Twitter/X, atau TikTok, serta mengombinasikan semiotika Barthes dengan analisis wacana kritis.
3. Untuk Akademisi dan Bidang Ilmu Komunikasi. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi pengembangan kajian semiotika komunikasi digital di Indonesia,

karena kerangka Barthes tetap relevan untuk membedah fenomena komunikasi digital kontemporer.

4. Untuk Pengembang Platform Digital. Makna emoji yang digunakan pengguna tidak selalu sejalan dengan definisi resmi standar Unicode, melainkan berkembang organik mengikuti konvensi komunitas penggunaannya, sehingga pembaruan desain dan sistem emoji sebaiknya mempertimbangkan evolusi makna tersebut.

DAFTAR REFERENSI

- Aprila, T. M. (2022). Gaya Bahasa Hiperbola dalam Novel Bumi Manusia Karya Pramoedya Ananta Toer. *Takuana: Jurnal Pendidikan, Sains, dan Humaniora*, 1(1), 40–49. <https://doi.org/10.56113/takuana.v1i1.22>
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan pada Pendekatan Kualitatif. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9.
- Bai, Q., Dan, Q., Mu, Z., & Yang, M. (2019). A Systematic Review of Emoji: Current Research and Future Perspectives. *Frontiers in Psychology*, 10, 2221. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02221>
- Matondang, D. T. K., Prawira, N. G., & Fetrianggi, R. (2022). Analisis Semiotika Roland Berthes pada Poster World Ocean Day BBPB. *FINDER*, 2(1), 1–6. <https://ejournal.upi.edu/index.php/FINDER/article/view/46232>
- Ramdani, et al. (2025). Emoji Sebagai Strategi Komunikasi Sosial: Analisis Sociolinguistik terhadap Teks Digital. *DEIKTIS: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 5(3), 2660–2669. <https://doi.org/10.53769/deiktis.v5i3.2054>
- Sitorus, A. P., Nugroho, D. R., Ulya, E. D., & Mulyono. (2025). Efektivitas Komunikasi Grup WhatsApp Organisasi Mahasiswa di Sekolah Vokasi IPB. *ArtComm: Jurnal Komunikasi dan Desain*, 8(2), 266–279.
- Swarna, M. F., Sabarudin, A. P., Bilqis, T. D., & Anwar, I. I. (2024). Pengaruh Emoji Whatsapp: Analisa Penerimaan Pesan Komunikasi Remaja di Universitas Djuanda Bogor. *Karimah Tauhid*, 3(2), 1608–1628. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i2.11876>
- Syah, A., Jufri, R., & Suryawijaya, A. (2026). Peran Media Sosial WhatsApp dalam Meningkatkan Komunikasi Internal Staf Pegawai KUA Tiroang, 4(4), 1305–1314. <https://doi.org/10.56113/takuana.v4i4.257>
- Undari Sulung, M. M. (2024). *Jurnal Edu Research: Indonesian Institute for Corporate Learning and Studies (IICLS)*, 5(2), 28–33.
- Walther, J. B. (1996). Computer-Mediated Communication: Impersonal, Interpersonal, and Hyperpersonal Interaction. *Communication Research*, 23(1), 3–43. <https://doi.org/10.1177/009365096023001001>
- Waruwu, M. (2024). Pendekatan Penelitian Kualitatif: Konsep, Prosedur, Kelebihan dan Peran di Bidang Pendidikan. *Afeksi: Jurnal Penelitian dan Evaluasi Pendidikan*, 5(2), 198–211. <https://doi.org/10.59698/afeksi.v5i2.236>

- Yheshinta Nabilla Navayanesty Divanesa Trisnastuti, Suparmin, S., Dini Septiari, W., & Sukarno, S. (2025). Dinamika Emoji sebagai Bahasa Visual dalam Penggunaan Media Sosial TikTok di Era Digital. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra*, 11(3), 2753–2770. <https://doi.org/10.30605/onoma.v11i3.5759>
- Yuliana Khoirun Nisa. (2025). Analisis Semiotika terhadap Penggunaan Emoji dalam Komunikasi Daring oleh Remaja. *Jurnal Ilmiah Research Student*, 2(2), 852–859. <https://doi.org/10.61722/jirs.v2i2.5876>