

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1. Review Penelitian Sejenis

Review penelitian sejenis merupakan kumpulan hasil dari penelitian-penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh peneliti lain yang berkaitan dengan topik penelitian ini. Peneliti perlu mempelajari penelitian terdahulu untuk menghindari duplikasi, pengulangan penelitian, serta kesalahan yang sama seperti yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Penelitian terdahulu juga menjadi acuan bagi peneliti untuk memahami perkembangan penelitian yang telah dilakukan pada topik yang serupa. Dalam penelitian ini, peneliti mengkaji beberapa penelitian yang relevan sebagai bahan perbandingan dan referensi. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Gabriella Lidya, Universitas Kristen Indonesia tahun 2024, dengan judul penelitian **“FENOMENA PENYALAHGUNAAN POTRET SESEORANG SEBAGAI STIKER WHATSAPP DI KALANGAN GENERASI Z DALAM KOMUNIKASI DIGITAL”**. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan dokumentasi. Subjek penelitian ini adalah generasi Z yang aktif menggunakan stiker WhatsApp dalam komunikasi digital. Peneliti berusaha mencari tahu bagaimana dampak penggunaan stiker, khususnya dalam konteks penyalahgunaan seperti ejekan atau provokasi. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Deha D. Lilian Putri dkk. tahun 2025, dengan judul penelitian **“MAKNA SIMBOLIK STIKER WHATSAPP DAN NORMALISASI HUMOR SEKSUAL DI ERA GENERASI ZILENIAL”**. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan semiotika. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui analisis konten terhadap stiker WhatsApp yang beredar di kalangan generasi Z. Subjek dalam penelitian ini adalah pengguna WhatsApp dari kalangan generasi Zilenial. Peneliti berusaha mencari tahu bagaimana makna simbolik yang terkandung dalam penggunaan stiker WhatsApp.

Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh Muhamad Syarif Hidayatullah dkk. tahun 2024, dengan judul penelitian **“PERAN DDIGITAL DALAM MEMBENTUK POLA INTERAKSI KOMUNIKASI INTYERPERSONAL GENERASI Z”**. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan studi literatur. Subjek penelitian ini adalah generasi Z sebagai pengguna aktif media digital. Peneliti berusaha mencari tahu bagaimana komunikasi digital memengaruhi interaksi interpersonal generasi Z.

Objek dari penelitian ini adalah WhatsApp, lebih terperinci yaitu fitur stiker WhatsApp yang digunakan dalam komunikasi digital. Adapun subjek penelitian ini adalah generasi Z yang aktif menggunakan aplikasi WhatsApp dalam kehidupan sehari-hari dan menggunakan fitur stiker sebagai sarana ekspresi dalam percakapan digital. Peneliti berusaha mencari tahu bagaimana stiker WhatsApp digunakan sebagai media untuk menyampaikan emosi, perasaan, respon, maupun makna tertentu dalam komunikasi digital. Selain itu, penelitian ini juga berupaya memahami bagaimana pengalaman individu ketika menggunakan stiker WhatsApp dalam berbagai situasi komunikasi, baik dalam percakapan santai, candaan, penyampaian perasaan, maupun sebagai bentuk pengganti ekspresi nonverbal yang biasanya dilakukan secara langsung dalam komunikasi tatap muka.

Sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti memiliki beberapa perbedaan dengan penelitian sebelumnya, seperti perbedaan fokus penelitian, fokus pembahasan, serta pendekatan yang digunakan. Penelitian ini lebih menekankan pada pengalaman subjektif individu dalam menggunakan stiker WhatsApp sebagai sarana ekspresi dalam komunikasi digital. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, dimana fenomenologi merupakan pendekatan yang digunakan untuk mendeskripsikan pemaknaan dari informan terkait pengalaman-pengalaman yang mereka alami terhadap suatu fenomena. Dalam penelitian ini, fenomena yang dimaksud yaitu penggunaan stiker WhatsApp sebagai sarana ekspresi dalam komunikasi digital berdasarkan perspektif Alfred Schutz. Melalui pendekatan fenomenologi, peneliti berusaha

memahami motif, makna, serta pengalaman informan dalam menggunakan stiker WhatsApp sebagai bagian dari aktivitas komunikasi sehari-hari di era digital.

Tabel 2. 1 Review Penelitian Sejenis

No	Nama	Judul	Metode	Hasil	Persamaan dan perbedaan
1	Gabriella Lidya, Universitas Kristen Indonesia 2024	Fenomena Penyalahgunaan Potret Seseorang sebagai Stiker WhatsApp di Kalangan Generasi Z dalam Komunikasi Digital	Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu kualitatif deskriptif dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan dokumentasi terhadap generasi Z yang menggunakan stiker WhatsApp dalam komunikasi digital.	Penggunaan stiker WhatsApp dalam penelitian ini tidak hanya sebagai media ekspresi, tetapi juga dapat menimbulkan dampak negatif seperti ejekan, sindiran, dan provokasi dalam komunikasi digital, terutama bagi individu yang dijadikan objek stiker.	Persamaan: 1. Penggunaan stiker WhatsApp 2. Komunikasi digital 3. Subjek generasi Z Perbedaan: 1. Fokus penelitian 2. Fokus pembahasan 3. Dampak negatif penggunaan stiker

2	Deha D. Lilian Putri dkk. 2025	Makna Simbolik Stiker WhatsApp dan Normalisasi Humor Seksual di Era Generasi Zilenial	Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis semiotika dengan pendekatan kualitatif, teknik pengumpulan data dilakukan melalui analisis konten terhadap stiker WhatsApp yang digunakan oleh generasi Zilenial.	Penggunaan stiker WhatsApp dalam penelitian ini menunjukkan bahwa stiker memiliki makna simbolik serta menjadi media representasi budaya, termasuk dalam penyampaian humor yang bersifat implisit dan kontekstual di kalangan generasi Z.	Persamaan: 1. Penggunaan stiker WhatsApp 2. Komunikasi digital 3. Makna dalam penggunaan stiker Perbedaan: 1. Pendekatan penelitian (semiotika) 2. Fokus pada simbol dan budaya 3. Objek kajian humor seksual
3	Muhamad Syarif Hidayatullah dkk. 2024	Peran Digital dalam Membentuk Pola Interaksi Komunikasi	Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu kualitatif dengan	Komunikasi digital dalam penelitian ini menunjukkan bahwa generasi Z cenderung menggunakan media seperti	Persamaan: 1. Komunikasi digital 2. Subjek generasi Z

		Interpersonal Generasi Z	teknik pengumpulan data berupa wawancara dan studi literatur terhadap generasi Z sebagai pengguna media digital.	WhatsApp, termasuk emoji dan fitur visual lainnya sebagai sarana utama komunikasi yang bersifat informal, cepat, dan ekspresif dalam interaksi sehari-hari.	3. Penggunaan media WhatsApp Perbedaan: 1. Fokus penelitian (komunikasi digital umum) 2. Tidak spesifik pada stiker 3. Fokus pada interaksi interpersonal
--	--	--------------------------	--	---	---

Sumber: Oleh Peneliti 2026

2.1.2. Kerangka Konseptual

2.2.1 Komunikasi

2.2.1.1 Komunikasi Digital

Komunikasi digital merupakan proses komunikasi yang menggunakan teknologi digital sebagai media penyampaian pesan (Flew, 2014). Komunikasi ini memungkinkan individu untuk saling bertukar informasi melalui berbagai perangkat digital yang terhubung dengan jaringan internet. Berbeda dengan komunikasi konvensional yang mengharuskan individu berada dalam ruang dan waktu yang sama, komunikasi digital memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk berkomunikasi secara cepat, fleksibel, dan tanpa batasan geografis. Kehadiran teknologi digital juga membuat proses komunikasi menjadi lebih efisien karena pesan dapat dikirim dan diterima dalam waktu yang relatif singkat.

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, komunikasi digital telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern. Berbagai aktivitas komunikasi yang sebelumnya dilakukan secara langsung kini banyak dilakukan melalui media digital. Kehadiran aplikasi pesan instan seperti WhatsApp menjadi salah satu contoh bagaimana teknologi telah mengubah cara individu berinteraksi dalam kehidupan sehari-hari. Melalui aplikasi tersebut, pengguna dapat melakukan komunikasi personal maupun kelompok dengan memanfaatkan berbagai fitur yang tersedia.

Menurut Van Dijk (2012), komunikasi digital memiliki karakteristik interaktif, konvergen, dan berbasis jaringan. Karakteristik interaktif memungkinkan pengguna untuk saling memberikan respon secara langsung dalam proses komunikasi. Karakteristik konvergen memungkinkan berbagai bentuk media seperti teks, gambar, audio, video, maupun simbol digital digabungkan dalam satu platform komunikasi. Sementara itu, karakteristik berbasis jaringan memungkinkan komunikasi berlangsung melalui koneksi internet yang menghubungkan pengguna dari berbagai lokasi yang berbeda.

Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa komunikasi digital tidak lagi hanya bergantung pada penggunaan bahasa verbal dalam bentuk teks. Pengguna kini dapat memanfaatkan berbagai elemen visual sebagai bagian dari proses penyampaian pesan. Kehadiran emoji, GIF, meme, hingga stiker merupakan bentuk perkembangan komunikasi digital yang bertujuan untuk membantu pengguna menyampaikan makna, emosi, maupun respon tertentu secara lebih efektif. Penggunaan elemen-elemen visual tersebut juga menjadi salah satu upaya pengguna untuk menggantikan ekspresi nonverbal yang umumnya hadir dalam komunikasi tatap muka.

Dalam konteks penelitian ini, penggunaan stiker WhatsApp dipahami sebagai salah satu bentuk komunikasi yang lahir dan berkembang di era digital. Stiker tidak hanya digunakan sebagai pelengkap pesan, tetapi juga menjadi sarana yang digunakan individu untuk menyampaikan berbagai ekspresi, emosi, dan respon dalam percakapan digital. Kehadiran stiker memungkinkan pengguna menyampaikan pesan secara lebih komunikatif, menarik, dan mudah dipahami oleh lawan bicara.

2.2.2 Komunikasi Nonverbal

2.2.2.1 Pengertian Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal adalah proses penyampaian pesan tanpa menggunakan kata-kata, melainkan melalui simbol, ekspresi wajah, gerakan tubuh, kontak mata, nada suara, maupun berbagai bentuk media visual lainnya (Burgoon, 2016). Dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi nonverbal sering digunakan untuk memperkuat, melengkapi, atau bahkan menggantikan pesan verbal yang disampaikan seseorang. Kehadiran komunikasi nonverbal membuat proses komunikasi menjadi lebih mudah dipahami karena mampu memberikan informasi tambahan mengenai perasaan, emosi, maupun maksud yang ingin disampaikan oleh individu.

Dalam komunikasi tatap muka, bentuk komunikasi nonverbal dapat terlihat melalui ekspresi wajah, bahasa tubuh, gerakan tangan, cara berbicara, hingga kontak mata yang dilakukan oleh seseorang. Unsur-unsur tersebut sering kali membantu lawan bicara memahami makna yang terkandung dalam sebuah pesan. Bahkan dalam beberapa situasi, komunikasi nonverbal dianggap lebih mampu menggambarkan keadaan emosional seseorang dibandingkan kata-kata yang diucapkan secara langsung.

Menurut Birdwhistell (1970), sebagian besar makna dalam komunikasi disampaikan melalui isyarat nonverbal. Pendapat tersebut menunjukkan bahwa komunikasi manusia tidak hanya bergantung pada bahasa verbal, tetapi juga dipengaruhi oleh berbagai simbol dan ekspresi yang menyertainya. Oleh karena itu, komunikasi nonverbal memiliki peran yang penting dalam membantu individu memahami pesan secara lebih utuh serta mengurangi kemungkinan terjadinya kesalahpahaman dalam proses komunikasi.

Seiring berkembangnya teknologi komunikasi, bentuk-bentuk komunikasi nonverbal juga mengalami perubahan dan penyesuaian. Jika dalam komunikasi langsung ekspresi nonverbal dapat ditunjukkan melalui wajah dan bahasa tubuh, maka dalam komunikasi digital unsur-unsur tersebut tidak dapat ditampilkan secara langsung. Kondisi ini mendorong munculnya berbagai bentuk simbol digital yang digunakan untuk menggantikan fungsi komunikasi nonverbal, seperti emoji, GIF, meme, hingga stiker yang tersedia dalam berbagai aplikasi pesan instan.

Dalam komunikasi digital, stiker menjadi salah satu bentuk komunikasi nonverbal yang banyak digunakan oleh pengguna untuk menyampaikan ekspresi, emosi, maupun respon tertentu kepada lawan bicara. Melalui gambar, ilustrasi, maupun tulisan yang terdapat pada stiker, pengguna dapat menyampaikan makna yang terkadang sulit dijelaskan hanya melalui teks. Kehadiran stiker membuat pesan yang disampaikan menjadi lebih ekspresif dan membantu memperjelas maksud komunikasi yang ingin disampaikan.

2.2.2.2 Fungsi Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal memiliki berbagai fungsi, seperti memperkuat pesan verbal, menggantikan pesan verbal, serta mengekspresikan emosi (Knapp & Hall, 2010). Dalam banyak situasi, komunikasi nonverbal justru lebih dominan dibandingkan verbal. Selain itu, komunikasi nonverbal juga berfungsi sebagai penunjuk sikap dan perasaan individu terhadap suatu pesan. Dalam komunikasi digital, fungsi ini diadaptasi melalui simbol visual seperti emoji dan stiker. Dengan demikian, stiker WhatsApp dapat berfungsi sebagai alat untuk memperjelas dan memperkuat makna dalam komunikasi digital.

2.2.2.3 Komunikasi Nonverbal dalam Media Digital

Perkembangan teknologi menyebabkan komunikasi nonverbal mengalami transformasi ke dalam bentuk digital. Ekspresi wajah dan bahasa tubuh digantikan oleh simbol visual seperti emoji, GIF, dan stiker (Walther, 2011). Menurut teori Computer Mediated Communication (CMC), pengguna media digital mengembangkan cara baru dalam menyampaikan ekspresi melalui simbol-simbol visual (Walther, 1996). Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi nonverbal tetap hadir meskipun dalam bentuk yang berbeda. Dalam penelitian ini, stiker WhatsApp menjadi representasi komunikasi nonverbal dalam media digital yang digunakan untuk menyampaikan makna dan ekspresi.

2.2.3 Ekspresi dalam Komunikasi Digital

2.2.3.1 Pengertian Ekspresi

Ekspresi merupakan cara individu menyampaikan perasaan, emosi, pikiran, maupun respon yang dimilikinya kepada orang lain, baik secara sadar maupun tidak sadar (Goleman, 2006). Melalui ekspresi, seseorang dapat menunjukkan apa yang sedang dirasakan sehingga pesan yang disampaikan dapat lebih mudah dipahami oleh orang lain. Dalam kehidupan sehari-hari, ekspresi menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari proses komunikasi karena membantu individu menyampaikan makna yang terkadang sulit diungkapkan hanya melalui kata-kata.

Ekspresi dapat diwujudkan melalui komunikasi verbal maupun nonverbal. Secara verbal, ekspresi dapat ditunjukkan melalui penggunaan kata-kata, pemilihan bahasa, maupun cara seseorang menyusun pesan yang ingin disampaikan. Sementara itu, secara nonverbal ekspresi dapat terlihat melalui ekspresi wajah, gerakan tubuh, kontak mata, intonasi suara, serta berbagai simbol yang digunakan dalam proses komunikasi. Kehadiran unsur-unsur tersebut membantu memperkuat pesan yang disampaikan sehingga komunikasi menjadi lebih efektif dan mudah dipahami.

Dalam interaksi sosial, ekspresi memiliki peran yang penting karena dapat membantu individu memahami kondisi emosional, sikap, maupun maksud dari lawan bicaranya. Seseorang tidak hanya memahami pesan dari apa yang diucapkan, tetapi juga dari bagaimana pesan tersebut disampaikan. Oleh karena itu, ekspresi sering kali menjadi pelengkap yang memberikan makna tambahan dalam sebuah komunikasi. Melalui ekspresi, seseorang dapat menunjukkan rasa senang, sedih, marah, kecewa, terkejut, maupun berbagai bentuk emosi lainnya yang sedang dirasakan.

Seiring berkembangnya teknologi komunikasi, bentuk ekspresi juga mengalami perubahan. Jika pada komunikasi tatap muka ekspresi dapat ditunjukkan secara langsung melalui bahasa tubuh dan ekspresi wajah, maka dalam komunikasi digital unsur-unsur tersebut tidak dapat hadir secara utuh. Keterbatasan tersebut menyebabkan pengguna media digital mencari berbagai cara untuk tetap dapat menyampaikan ekspresi kepada lawan bicaranya. Oleh karena itu, muncul berbagai bentuk simbol digital yang digunakan sebagai sarana untuk menggantikan ekspresi nonverbal yang tidak dapat ditampilkan secara langsung dalam komunikasi digital.

Menurut Walther (2011), perkembangan komunikasi digital mendorong individu untuk memanfaatkan berbagai simbol visual seperti emoji, GIF, dan stiker sebagai sarana untuk menyampaikan emosi dan makna dalam percakapan. Simbol-simbol tersebut berfungsi untuk membantu pengguna menampilkan ekspresi yang sebelumnya hanya dapat disampaikan melalui komunikasi tatap muka. Dengan

adanya simbol visual tersebut, pengguna dapat menyampaikan perasaan, reaksi, maupun respon terhadap suatu pesan secara lebih jelas dan mudah dipahami.

2.2.3.2 Bentuk Ekspresi dalam Media Digital

Bentuk ekspresi dalam media digital sangat beragam, mulai dari teks, emoji, gambar, hingga stiker (Danesi, 2017). Teks tetap menjadi bentuk komunikasi utama, namun seringkali dianggap kurang mampu menyampaikan emosi secara utuh. Oleh karena itu, pengguna media digital memanfaatkan simbol visual sebagai pelengkap untuk memperkaya pesan yang disampaikan. Penggunaan simbol visual memungkinkan komunikasi menjadi lebih ekspresif, menarik, dan tidak monoton. Emoji dan stiker, misalnya, dapat memberikan nuansa emosional yang tidak dapat diwakili oleh teks semata. Selain itu, simbol visual juga berfungsi untuk mengurangi potensi kesalahpahaman dalam komunikasi digital, karena dapat memberikan konteks tambahan terhadap pesan yang disampaikan (Derks, Fischer, & Bos, 2008). Dalam penelitian ini, stiker menjadi fokus utama sebagai bentuk ekspresi visual dalam komunikasi digital. Stiker tidak hanya digunakan sebagai pelengkap pesan, tetapi juga sebagai media utama dalam menyampaikan emosi, sikap, dan maksud tertentu dalam interaksi digital.

2.2.3.3 Peran Simbol Visual dalam Ekspresi

Simbol visual memiliki peran yang sangat penting dalam menyampaikan makna dalam komunikasi digital. Menurut teori semiotika Charles Sanders Peirce, simbol merupakan tanda yang maknanya terbentuk melalui kesepakatan sosial dan interpretasi pengguna (Peirce, 1931). Dalam konteks ini, simbol visual seperti stiker menjadi media yang efektif untuk menyampaikan pesan secara cepat dan efisien. Penggunaan simbol visual memungkinkan penyampaian pesan yang kompleks dalam bentuk yang sederhana. Sebuah stiker dapat menggambarkan emosi, situasi, bahkan makna tertentu tanpa perlu penjelasan panjang. Hal ini menjadikan komunikasi digital lebih praktis, terutama dalam interaksi yang bersifat

informal. Namun demikian, makna dari simbol visual tidak selalu bersifat universal. Interpretasi terhadap stiker sangat bergantung pada konteks, pengalaman, serta latar belakang individu yang menggunakannya. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, stiker dipahami sebagai simbol yang memiliki makna subjektif, yang hanya dapat dipahami secara mendalam melalui pengalaman pengguna itu sendiri.

2.2.4 Media Sosial dan Aplikasi Pesan Instan

2.2.4.1 Media Baru (New Media)

Media baru (*new media*) merupakan media yang berbasis teknologi digital dan memungkinkan terjadinya interaksi dua arah antara pengguna (McQuail, 2010). Kehadiran media baru menjadi salah satu bentuk perkembangan teknologi komunikasi yang membawa perubahan besar dalam cara masyarakat memperoleh informasi, berkomunikasi, serta berinteraksi dengan orang lain. Berbeda dengan media konvensional yang cenderung bersifat satu arah, media baru memberikan kesempatan kepada pengguna untuk tidak hanya menerima informasi, tetapi juga berpartisipasi secara aktif dalam proses komunikasi.

Media baru memiliki beberapa karakteristik utama, seperti interaktif, fleksibel, serta dapat diakses kapan saja dan di mana saja selama terhubung dengan jaringan internet. Karakteristik tersebut membuat media baru mampu memenuhi kebutuhan komunikasi masyarakat yang semakin dinamis. Pengguna dapat dengan mudah bertukar informasi, memberikan tanggapan, maupun membangun interaksi dengan individu lain tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Kemudahan inilah yang menjadikan media baru sebagai bagian penting dalam kehidupan masyarakat modern.

Kehadiran media baru juga telah mengubah pola komunikasi masyarakat dari yang sebelumnya bersifat pasif menjadi lebih partisipatif. Jika pada media konvensional audiens hanya berperan sebagai penerima pesan, maka dalam media baru setiap individu dapat berperan sebagai penerima sekaligus pengirim pesan. Melalui berbagai platform digital yang tersedia, pengguna dapat menciptakan,

memodifikasi, dan menyebarluaskan informasi sesuai dengan kebutuhan dan kepentingannya masing-masing. Hal ini menunjukkan bahwa media baru memberikan ruang yang lebih luas bagi masyarakat untuk terlibat dalam proses komunikasi.

Menurut Lister et al. (2009), media baru merupakan media yang mampu menggabungkan berbagai bentuk komunikasi dalam satu platform digital, seperti teks, audio, gambar, video, serta berbagai bentuk interaksi lainnya. Konvergensi berbagai bentuk media tersebut membuat proses komunikasi menjadi lebih beragam dan menarik. Pengguna tidak lagi hanya mengandalkan teks dalam menyampaikan pesan, tetapi juga dapat memanfaatkan berbagai elemen visual dan multimedia untuk memperkuat makna yang ingin disampaikan kepada orang lain.

Perkembangan media baru juga melahirkan berbagai aplikasi komunikasi digital yang digunakan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu aplikasi yang berkembang pesat dan digunakan secara luas adalah WhatsApp. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk melakukan komunikasi secara personal maupun kelompok melalui berbagai fitur yang tersedia. Selain fitur pesan teks, WhatsApp juga menyediakan fitur panggilan suara, panggilan video, berbagi dokumen, emoji, hingga stiker yang dapat digunakan untuk mendukung aktivitas komunikasi penggunanya.

2.2.4.2 Aplikasi Pesan Instan

Aplikasi pesan instan merupakan salah satu bentuk media komunikasi digital yang memungkinkan pengguna untuk bertukar pesan secara real-time melalui jaringan internet (Baran, 2012). Aplikasi ini telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam komunikasi interpersonal. Keunggulan utama aplikasi pesan instan terletak pada kecepatan dan kemudahan dalam berkomunikasi. Pengguna dapat mengirim pesan, gambar, suara, hingga video dalam waktu singkat tanpa batasan jarak. Hal ini menjadikan aplikasi pesan instan sebagai media komunikasi yang efisien dan praktis. Selain itu, aplikasi pesan instan juga dilengkapi dengan berbagai fitur tambahan seperti emoji, GIF, dan stiker

yang memungkinkan komunikasi menjadi lebih ekspresif. Dalam penelitian ini, fitur-fitur tersebut, khususnya stiker, menjadi fokus dalam memahami bagaimana individu mengekspresikan diri dalam komunikasi digital.

2.2.4.3 WhatsApp sebagai Media Komunikasi Digital

WhatsApp merupakan salah satu aplikasi pesan instan yang paling banyak digunakan di dunia. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi secara real-time melalui pesan teks, panggilan suara, video, serta berbagai fitur lainnya (Statista, Tahun). Popularitas WhatsApp tidak terlepas dari kemudahan penggunaan serta fitur yang terus berkembang sesuai kebutuhan pengguna. Salah satu fitur yang menonjol dalam WhatsApp adalah stiker, yang memungkinkan pengguna untuk menyampaikan pesan secara visual. Fitur ini memberikan alternatif bagi pengguna untuk mengekspresikan emosi dan maksud komunikasi dengan cara yang lebih kreatif dan menarik. Dalam penelitian ini, WhatsApp diposisikan sebagai media komunikasi digital yang menjadi ruang interaksi bagi generasi Z. Melalui fitur stiker, pengguna tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga membangun makna dan ekspresi dalam komunikasi sehari-hari.

2.2.5 Stiker WhatsApp

2.2.5.1 Definisi Stiker WhatsApp

Stiker WhatsApp merupakan salah satu bentuk pesan visual yang digunakan dalam komunikasi digital berupa gambar atau ilustrasi yang mengandung ekspresi tertentu. Stiker ini hadir sebagai fitur dalam aplikasi WhatsApp yang memungkinkan pengguna untuk menyampaikan pesan secara lebih ekspresif dibandingkan hanya menggunakan teks (Danesi, 2017). Kehadiran stiker menjadi bagian dari perkembangan komunikasi digital yang semakin mengarah pada penggunaan simbol visual sebagai media penyampaian makna. Dalam konteks komunikasi, stiker dapat dikategorikan sebagai bagian dari komunikasi nonverbal digital. Hal ini dikarenakan stiker tidak menggunakan kata-kata secara langsung, melainkan menyampaikan pesan melalui visual yang dapat diinterpretasikan oleh

penerima. Penggunaan stiker memungkinkan penyampaian emosi seperti marah, senang, sedih, atau sarkasme dengan cara yang lebih sederhana dan cepat. Selain itu, stiker juga mencerminkan kreativitas pengguna dalam berkomunikasi. Pengguna dapat memilih atau bahkan membuat stiker sesuai dengan konteks percakapan yang sedang berlangsung. Oleh karena itu, stiker WhatsApp tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai media representasi ekspresi dan identitas dalam komunikasi digital.

2.2.5.2 Fungsi Stiker dalam Komunikasi Digital

Stiker dalam komunikasi digital memiliki berbagai fungsi yang mendukung efektivitas penyampaian pesan. Salah satu fungsi utama stiker adalah untuk memperjelas pesan yang disampaikan melalui teks. Dalam beberapa situasi, pesan teks dapat menimbulkan ambiguitas atau kesalahpahaman, sehingga penggunaan stiker membantu mempertegas maksud dari pesan tersebut (Walther, 2011). Selain itu, stiker juga berfungsi sebagai sarana untuk mengekspresikan emosi. Dalam komunikasi tatap muka, ekspresi wajah dan bahasa tubuh berperan penting dalam menyampaikan perasaan. Namun, dalam komunikasi digital, unsur tersebut tidak dapat ditampilkan secara langsung, sehingga digantikan oleh simbol visual seperti stiker. Dengan demikian, stiker menjadi alat yang efektif untuk menyampaikan emosi secara lebih jelas dan kontekstual. Fungsi lain dari stiker adalah sebagai pengganti teks dalam komunikasi. Dalam beberapa kondisi, pengguna lebih memilih menggunakan stiker dibandingkan mengetik pesan karena dianggap lebih praktis dan efisien. Hal ini menunjukkan bahwa stiker tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap, tetapi juga dapat menjadi bentuk komunikasi utama dalam interaksi digital.

2.2.5.3 Stiker sebagai Simbol Komunikasi

Stiker dapat dipahami sebagai simbol dalam komunikasi karena mengandung makna tertentu yang dapat diinterpretasikan oleh pengguna. Menurut teori semiotika Charles Sanders Peirce, simbol merupakan tanda yang maknanya

ditentukan berdasarkan kesepakatan sosial (Peirce, 1931). Dalam hal ini, stiker berfungsi sebagai simbol yang mewakili emosi, sikap, atau pesan tertentu dalam komunikasi digital. Makna yang terkandung dalam stiker tidak selalu bersifat universal, melainkan dapat berbeda tergantung pada konteks sosial dan pengalaman individu. Sebuah stiker yang digunakan dalam satu kelompok mungkin memiliki makna yang berbeda ketika digunakan dalam kelompok lain. Hal ini menunjukkan bahwa interpretasi terhadap stiker bersifat subjektif dan dipengaruhi oleh latar belakang pengguna. Dengan demikian, stiker tidak hanya berfungsi sebagai elemen visual, tetapi juga sebagai simbol komunikasi yang kompleks. Pengguna tidak hanya mengirimkan gambar, tetapi juga menyampaikan makna yang ingin dipahami oleh penerima. Oleh karena itu, penggunaan stiker dalam komunikasi digital tidak dapat dilepaskan dari proses pemaknaan yang dilakukan oleh individu.

2.2.5.4 Penggunaan Stiker sebagai Sarana Ekspresi

Penggunaan stiker dalam komunikasi digital menunjukkan adanya pergeseran cara individu mengekspresikan diri. Jika sebelumnya ekspresi lebih banyak disampaikan melalui kata-kata atau interaksi langsung, kini stiker menjadi salah satu media utama dalam menyampaikan perasaan dan emosi. Hal ini sejalan dengan perkembangan teknologi yang mendorong penggunaan simbol visual dalam komunikasi (Danesi, 2017). Stiker memungkinkan individu untuk mengekspresikan diri secara lebih bebas dan kreatif. Pengguna dapat memilih stiker yang sesuai dengan kondisi emosional atau situasi percakapan yang sedang berlangsung. Bahkan, dalam beberapa kasus, stiker digunakan untuk menyampaikan makna yang sulit diungkapkan melalui kata-kata. Dalam perspektif fenomenologi, penggunaan stiker sebagai sarana ekspresi dapat dipahami sebagai bentuk pengalaman subjektif individu dalam berkomunikasi. Setiap individu memiliki cara yang berbeda dalam memilih dan menggunakan stiker, yang dipengaruhi oleh pengalaman, konteks sosial, serta tujuan komunikasi. Oleh karena itu, stiker menjadi media yang tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga mencerminkan makna subjektif dari penggunanya.

2.2.6 Generasi Z

2.2.6.1 Definisi Generasi Z

Generasi Z merupakan kelompok generasi yang lahir pada rentang pertengahan tahun 1990-an hingga awal tahun 2010-an dan tumbuh bersamaan dengan pesatnya perkembangan teknologi digital (Tapscott, 2009). Berbeda dengan generasi sebelumnya yang mengalami proses adaptasi terhadap teknologi, Generasi Z lahir ketika internet, telepon pintar, dan berbagai platform digital telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, generasi ini sering disebut sebagai *digital native* karena sejak usia dini telah terbiasa berinteraksi dengan teknologi digital.

Sebagai generasi yang tumbuh di era digital, Generasi Z memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Mereka cenderung lebih cepat dalam menerima perkembangan teknologi, lebih terbuka terhadap perubahan, serta memiliki kemampuan yang baik dalam memanfaatkan berbagai media digital untuk memenuhi kebutuhan informasi maupun komunikasi. Kehadiran internet dan media sosial telah membentuk cara mereka berpikir, berinteraksi, serta membangun hubungan sosial dalam kehidupan sehari-hari.

Generasi Z juga dikenal sebagai generasi yang memiliki intensitas penggunaan media digital yang tinggi. Berbagai aktivitas seperti mencari informasi, belajar, bekerja, hingga berkomunikasi banyak dilakukan melalui perangkat digital. Kehidupan mereka tidak dapat dipisahkan dari penggunaan *smartphone*, internet, dan berbagai aplikasi digital yang mendukung aktivitas sehari-hari. Kondisi tersebut menjadikan teknologi bukan hanya sebagai alat bantu, tetapi juga sebagai bagian dari gaya hidup yang melekat dalam kehidupan mereka.

Dalam aspek komunikasi, Generasi Z cenderung lebih menyukai komunikasi yang cepat, praktis, dan interaktif. Mereka terbiasa menggunakan berbagai aplikasi pesan instan, media sosial, serta platform komunikasi digital lainnya untuk berinteraksi dengan orang lain. Kemudahan yang ditawarkan

teknologi membuat komunikasi dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja tanpa harus bertemu secara langsung. Akibatnya, pola komunikasi Generasi Z banyak dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital yang terus berkembang.

Selain itu, Generasi Z juga dikenal sebagai generasi yang lebih ekspresif dalam berkomunikasi. Mereka tidak hanya mengandalkan teks dalam menyampaikan pesan, tetapi juga memanfaatkan berbagai bentuk komunikasi visual seperti emoji, GIF, meme, hingga stiker. Penggunaan elemen-elemen visual tersebut dianggap mampu membantu mereka menyampaikan emosi, perasaan, dan respon secara lebih cepat serta lebih mudah dipahami oleh lawan bicara. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi digital telah melahirkan berbagai bentuk ekspresi baru yang banyak digunakan oleh Generasi Z dalam kehidupan sehari-hari.

Menurut Tapscott (2009), Generasi Z memiliki kecenderungan untuk menjadikan teknologi sebagai bagian dari aktivitas sosial mereka. Kehadiran media digital memungkinkan mereka membangun hubungan, mempertahankan komunikasi, serta mengekspresikan diri melalui berbagai platform yang tersedia. Oleh karena itu, interaksi sosial yang dilakukan Generasi Z tidak hanya berlangsung dalam kehidupan nyata, tetapi juga dalam ruang digital yang menjadi bagian dari keseharian mereka.

2.2.6.2 Karakteristik Generasi Z

Generasi Z memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan generasi-generasi sebelumnya, terutama dalam hal penggunaan teknologi, cara memperoleh informasi, serta pola komunikasi yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Perkembangan teknologi yang terjadi sejak mereka lahir membuat Generasi Z tumbuh dalam lingkungan yang sangat dekat dengan internet dan perangkat digital. Kondisi tersebut membentuk berbagai kebiasaan baru yang kemudian menjadi ciri khas generasi ini dalam berinteraksi dan berkomunikasi.

Salah satu karakteristik utama Generasi Z adalah sebagai *digital native*, yaitu individu yang sejak lahir telah terbiasa dengan penggunaan teknologi digital (Prensky, 2001). Berbeda dengan generasi sebelumnya yang harus beradaptasi

dengan perkembangan teknologi, Generasi Z justru tumbuh bersama teknologi itu sendiri. Mereka terbiasa menggunakan smartphone, internet, media sosial, dan berbagai aplikasi digital sebagai bagian dari aktivitas sehari-hari. Oleh karena itu, kemampuan mereka dalam mengoperasikan teknologi digital cenderung lebih baik dan lebih cepat dibandingkan generasi sebelumnya.

Selain dikenal sebagai generasi yang dekat dengan teknologi, Generasi Z juga dikenal sebagai generasi yang ekspresif dalam menyampaikan pikiran, pendapat, maupun perasaan mereka. Mereka cenderung memanfaatkan berbagai bentuk media untuk mengekspresikan diri, baik melalui teks, gambar, video, maupun simbol-simbol visual yang tersedia dalam media digital. Bagi Generasi Z, komunikasi tidak hanya dilakukan melalui kata-kata, tetapi juga melalui berbagai elemen visual yang dianggap lebih menarik dan mampu menyampaikan makna secara lebih efektif.

Karakteristik ekspresif tersebut dapat terlihat dari cara Generasi Z menggunakan media sosial maupun aplikasi pesan instan. Mereka sering memanfaatkan emoji, GIF, meme, foto, video, hingga stiker sebagai bagian dari aktivitas komunikasi sehari-hari. Penggunaan elemen-elemen visual tersebut tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap pesan, tetapi juga menjadi sarana untuk menunjukkan emosi, reaksi, dan identitas diri. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan Generasi Z cenderung lebih kreatif dan beragam dibandingkan komunikasi yang hanya mengandalkan teks semata.

Generasi Z juga dikenal sebagai generasi yang menyukai komunikasi yang cepat dan instan. Kemudahan akses terhadap teknologi membuat mereka terbiasa mendapatkan dan menyampaikan informasi dalam waktu singkat. Mereka cenderung memilih media komunikasi yang praktis, mudah digunakan, serta mampu memberikan respon secara langsung. Oleh karena itu, aplikasi pesan instan seperti WhatsApp menjadi salah satu media komunikasi yang banyak digunakan oleh Generasi Z dalam kehidupan sehari-hari.

2.2.6.3 Perilaku Komunikasi Generasi Z di Media Digital

Perilaku komunikasi generasi Z di media digital menunjukkan adanya perubahan pola interaksi dibandingkan komunikasi konvensional. Generasi ini lebih sering menggunakan media digital sebagai sarana utama dalam berkomunikasi, baik dalam konteks interpersonal maupun kelompok (Turner, 2015). Dalam komunikasi digital, generasi Z cenderung memanfaatkan berbagai fitur visual seperti emoji, GIF, dan stiker untuk menyampaikan pesan. Hal ini dilakukan untuk memperjelas makna serta mengekspresikan emosi dalam percakapan. Penggunaan simbol visual ini menjadi bagian penting dalam membangun interaksi yang lebih hidup dan dinamis. Selain itu, generasi Z juga menunjukkan kecenderungan untuk menggabungkan berbagai bentuk komunikasi dalam satu pesan, seperti teks dan visual secara bersamaan. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi digital pada generasi Z bersifat fleksibel. Dalam penelitian ini, perilaku tersebut menjadi penting untuk memahami bagaimana stiker WhatsApp digunakan sebagai sarana ekspresi dalam komunikasi digital.

2.3. Teori Fenomenologi

2.3.1. Teori Fenomenologi Alfred Schutz

Pendekatan dan teori dalam ilmu sosial pada hakikatnya memiliki berbagai macam perspektif yang dapat digunakan untuk memahami suatu fenomena. Setiap pendekatan memiliki cara pandang yang berbeda dalam melihat realitas sosial yang terjadi di masyarakat. Salah satu pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan fenomenologi, yaitu pendekatan yang berupaya menjelaskan suatu fenomena berdasarkan pengalaman subjektif individu dalam kajian ilmu sosial.

Alfred Schutz merupakan salah satu tokoh ilmuwan sosial yang mengembangkan pendekatan fenomenologi dalam ilmu sosial. Schutz berpandangan bahwa perilaku manusia dapat menjadi suatu tindakan sosial apabila individu memberikan makna tertentu terhadap tindakannya, serta individu lain

mampu memahami makna tersebut sebagai sesuatu yang bermakna dalam interaksi sosial (Schutz, Tahun). Dengan demikian, setiap tindakan manusia tidak hanya dipahami sebagai aktivitas semata, tetapi sebagai tindakan yang memiliki arti bagi pelakunya.

Dalam teorinya, Alfred Schutz menjelaskan bahwa fenomena-fenomena yang terjadi dalam masyarakat dapat dianalisis melalui pendekatan fenomenologi dengan menitikberatkan pada pengalaman langsung individu yang mengalaminya. Proses pendekatan fenomenologi dilakukan dengan cara menggali data dari pengalaman subjektif individu, sehingga peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dan komprehensif mengenai makna dari suatu fenomena. Tujuan utama dari fenomenologi adalah untuk memahami bagaimana suatu fenomena dialami dalam kesadaran, pemikiran, serta tindakan individu, serta bagaimana fenomena tersebut dimaknai dalam kehidupan sehari-hari.

Selain itu, Alfred Schutz juga mengemukakan konsep motif dalam tindakan sosial. Ia membedakan motif menjadi dua jenis, yaitu *in-order-to motive* dan *because motive*. *In-order-to motive* merupakan dorongan yang mengarah pada tujuan yang ingin dicapai oleh individu melalui suatu tindakan, sedangkan *because motive* merupakan dorongan yang didasarkan pada pengalaman masa lalu yang mempengaruhi tindakan individu di masa sekarang. Kedua motif ini saling berkaitan dalam membentuk tindakan sosial individu.

Berkaitan dengan penelitian ini, penggunaan stiker WhatsApp sebagai sarana ekspresi dalam komunikasi digital dapat dipahami sebagai suatu tindakan sosial yang memiliki makna tertentu bagi penggunanya. Individu menggunakan stiker tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai bentuk ekspresi yang dipengaruhi oleh pengalaman sebelumnya serta tujuan komunikasi yang ingin dicapai. Penggunaan stiker dapat dilihat sebagai hasil dari *because motive*, yaitu pengalaman komunikasi digital sebelumnya, serta *in-order-to motive*, yaitu tujuan untuk menyampaikan emosi, memperjelas pesan, atau membangun kedekatan dalam interaksi.

Oleh karena itu, peneliti menggunakan teori fenomenologi Alfred Schutz dalam penelitian ini karena dianggap relevan untuk memahami bagaimana individu memaknai penggunaan stiker WhatsApp dalam komunikasi digital. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menggali pengalaman subjektif pengguna serta memahami makna yang terkandung dalam penggunaan stiker sebagai sarana ekspresi dalam komunikasi sehari-hari.

2.3. Kerangka pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan gambaran konseptual yang menjelaskan alur penelitian secara sistematis, mulai dari tahap awal hingga tahap akhir. Kerangka ini disusun sebagai dasar dalam memahami hubungan antar konsep yang digunakan dalam penelitian, sehingga dapat memberikan arah yang jelas dalam proses analisis. Dasar pemikiran yang digunakan peneliti dalam memilih WhatsApp sebagai objek penelitian didasarkan pada fakta bahwa WhatsApp merupakan salah satu aplikasi pesan instan yang banyak digunakan oleh generasi Z dalam kehidupan sehari-hari. Penggunaan fitur-fitur yang tersedia, seperti stiker, memungkinkan terjadinya bentuk komunikasi yang lebih ekspresif dalam interaksi digital. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori fenomenologi Alfred Schutz sebagai landasan teoritis dalam menganalisis fenomena yang diteliti. Teori ini digunakan untuk memahami makna subjektif dari pengalaman individu dalam menggunakan stiker WhatsApp sebagai sarana ekspresi dalam komunikasi digital. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat menggali bagaimana individu memaknai tindakan komunikasi yang mereka lakukan.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, maka dapat digambarkan beberapa konsep utama yang menjadi acuan dalam penelitian ini. Kerangka pemikiran teoritis tersebut selanjutnya diterapkan dalam kerangka konseptual yang disesuaikan dengan fokus penelitian, yaitu “Ekspresi Dalam Digitalisasi”.

Gambar 2.1 Bagan Pemikiran