

## SATU EMOJI, BANYAK MAKNA: ANALISIS SEMIOPRAGMATIS DALAM TANDA DALAM KOMUNIKASI DIGITAL

Aisyah Awwab<sup>1</sup>, Arina Darojatul Ula Romadlona<sup>2</sup>, Hafsyah Eka Putri<sup>3</sup>,  
Lucky Amru<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Semarang

Email: [asyhwwb@gmail.com](mailto:asyhwwb@gmail.com), [arinarmdn8@gmail.com](mailto:arinarmdn8@gmail.com), [foureightseven07@gmail.com](mailto:foureightseven07@gmail.com), [luckyamru@students.unnes.ac.id](mailto:luckyamru@students.unnes.ac.id)

Published: September, 2026

---

### ABSTRAK

Emoji telah berevolusi dari sekadar hiasan visual menjadi sistem tanda yang kompleks dalam komunikasi digital. Artikel ini mengkaji emoji melalui pendekatan semiopragmatik perpaduan antara semiotika Peircean dan pragmatik kontekstual untuk mengungkap bagaimana satu ikon visual yang sama dapat menghasilkan spektrum makna yang luas bergantung pada konteks tuturan, relasi penutur, platform digital, dan latar budaya. Melalui survei terhadap 65 responden digital native Generasi Z, analisis menunjukkan bahwa emoji berfungsi sebagai tanda trikotomis yang maknanya bersifat dinamis, polisemis, dan sangat terikat pada konteks pragmatik. Temuan empiris mengungkap inversi semantik total pada beberapa emoji, konvensi komunitas yang menggantikan makna ikonik, serta fungsi agresivitas terselubung melalui tanda visual yang tampak polos.

**Kata Kunci:** Emoji, Semiotika, Pragmatik, Komunikasi Digital, Polisemi, Inversi Semantik, Literasi Digital, Generasi Z

### ABSTRACT

*Emojis have evolved from mere visual decorations into complex sign systems in digital communication. This article examines emojis through a semiopragmatic approach, a blend of Peircean semiotics and contextual pragmatics, to reveal how the same visual icon can generate a broad spectrum of meanings depending on the context of the utterance, the speaker's relationship, the digital platform, and the cultural background. Through a survey of 65 digital native Generation Z respondents, the analysis shows that emojis function as trichotomous signs whose meanings are dynamic, polysemous, and deeply tied to pragmatic context. Empirical findings reveal complete semantic inversion in some emojis, community conventions that supersede iconic meanings, and a disguised aggressive function through seemingly innocent visual signs.*

**Keywords:** *Emoji, Semiotics, Pragmatics, Digital Communication, Polysemy, Semantic Inversion, Digital Literacy, Generation Z*

---

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

---

### PENDAHULUAN

Pertumbuhan teknologi digital telah merombak cara berkomunikasi manusia, terutama melalui media berbasis teks seperti media sosial maupun aplikasi. Di dalam berkomunikasi secara digital, pembatasan nonverbal akan menuntun terjadinya beberapa jenis simbol visual, salah satunya adalah emoji. Emoji sangatlah penting di dalam komunikasi modern karena mampu mengekspresikan emosi, sikap, serta makna dari komunikasi itu sendiri.

Emoji bisa diartikan sebagai tanda semiotik dengan makna yang bermakna. Emoji bukanlah tanda ikonik yang mencirikan suatu objek atau emosi saja, tapi ia juga merupakan tanda indeksikal dan simbolik. Ini berarti bahwa makna dari emoji ini dinamis dan fleksibel dan bergantung pada konteks komunikatif dan karakteristik penggunaannya (Koltsova & Kartashkova, 2022).

Penggunaan emoji dalam konteks pragmatika dipandang dengan sangat penting karena memiliki fungsi pragmatik tertentu dalam komunikasi. Hasil penelitian dari Li & Yang (2018) menghasilkan beberapa fungsi pragmatik yang dihasilkan emoji, seperti penegakan emosi, pengklarifikasian maksud ujaran, dan pemoderasi relasi sosial dalam dunia komunikasi digital. Emoji juga berfungsi sebagai substitusi elemen tertentu dalam bahasa dan penanda sikap komunikasi online (Pardede & Damanik, 2025).

Selanjutnya, pendekatan semiopragmatis menganggap emoji sebagai suatu tanda dimana maknanya dibentuk dari interaksi antara sistem tanda dengan konteks penerapannya. Tidak hanya memiliki fungsi representatif, emoji juga digunakan untuk membentuk makna sosial dalam komunikasi digital. Studi yang dilakukan baru-baru ini mendapati bahwa pemakaian emoji ditentukan oleh faktor budaya, konteks komunikasi, serta hubungan partisipan, sehingga makna sebuah emoji bisa bervariasi (Alshaboul, 2026).

Ketiga hal tersebut membuktikan bahwa penggunaan emoji dalam komunikasi digital tidaklah mudah. Sebuah emoji bisa memiliki berbagai makna, bahkan dapat menimbulkan ketidakpastian atau salah paham. Karenanya, diperlukan pendekatan ilmiah yang menggabungkan perspektif semiotik dan pragmatik, atau pendekatan semiopragmatis, dalam mencoba memahami cara pembentukan dan interpretasi makna emoji dalam komunikasi digital.

Dengan latar belakang tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti makna emoji dalam komunikasi digital menggunakan pendekatan semiopragmatis, khususnya untuk mengungkap bagaimana satu emoji dapat memiliki banyak makna serta faktor-faktor yang memengaruhi interpretasinya.

## **METODE**

### **Pendekatan dan Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini, pendekatan *deskriptif kualitatif* telah digunakan dengan adanya data kuantitatif dalam bentuk persentase hasil kuesioner. Pada dasarnya, pendekatan kualitatif telah digunakan karena tujuan penelitian ini adalah interpretasi tentang makna emoji dalam komunikasi digital. Teoretisnya, penelitian ini telah memanfaatkan pendekatan semiopragmatis, yakni gabungan antara semiotik dan pragmatik. Dalam hal ini, aspek semiotik menggagas teori tanda Charles Sanders Peirce tentang tiga jenis tanda, yakni ikon, indeks, dan simbol, sedangkan aspek pragmatik digunakan untuk interpretasi mitra tutur berdasarkan konteks situasi komunikasi digital.

### **Jenis Data dan Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer: melibatkan dua macam data, yaitu data dokumen yang berupa tangkapan layar dari komentar atau percakapan yang memiliki emoji dari media TikTok, Instagram, dan X (Twitter) beserta data hasil penyebaran kuesioner yang berisi jawaban 65 responden tentang makna emoji tersebut.
2. Sumber data sekunder: adalah data ilmiah berupa literatur, jurnal, dan teori yang berkaitan dengan studi semiotik, pragmatik, dan komunikasi digital, antara lain penelitian dari Koltsova dan Kartashkova (2022), Li dan Yang (2018), Pardede dan Damanik (2025), serta Alshaboul (2026).

### **Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui dua tahap yang saling berkaitan, yaitu dokumentasi dan kuesioner.

## 1. Dokumentasi

Pada tahap pertama, penelitian ini mengumpulkan data berupa gambaran layar komentar dan percakapan yang menggunakan emoji dari TikTok, Instagram, dan X. Data tersebut dipilih berdasarkan persyaratan emoji dan konteks penggunaan emoji tersebut. Ditemukan 12 komentar media sosial yang dianggap sesuai untuk menjadi data penelitian dan menjadi stimulus dalam kuesioner.

## 2. Kuesioner

Dengan mengacu pada data yang telah dikumpulkan melalui dokumentasi, peneliti merancang alat uji berupa kuesioner yang berisi 12 pertanyaan. Dalam setiap pertanyaan, peneliti mencantumkan satu contoh komentar dan percakapan dengan emoji yang digunakan di media sosial tersebut, lalu peserta survei diminta untuk memilih jawaban yang paling mendekati menurut pendapat mereka sendiri sebagai pengguna media sosial. Kuesioner dilengkapi dengan informasi bahwa tidak ada jawaban yang benar atau salah, sehingga peserta bisa dengan jujur memilih jawaban yang benar-benar diinterpretasikannya. Kuesioner tersebut dibagikan secara online dengan menggunakan Google Forms kepada 65 peserta survei yang merupakan pengguna aktif media sosial. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* yakni pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu, yaitu individu yang aktif menggunakan media sosial TikTok, Instagram, dan/atau X dalam keseharian mereka.

## Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara *deskriptif-interpretatif* dengan mengintegrasikan hasil dokumentasi dan kuesioner. Adapun langkah-langkah analisis adalah sebagai berikut:

1. Reduksi data, yaitu memilah dan memfokuskan data berupa komentar beserta emoji yang relevan dengan tujuan penelitian dari keseluruhan data yang telah dikumpulkan.
2. Interpretasi hasil kuesioner, yaitu dengan menganalisa data persentase respons dari 65 responden yang digunakan untuk mendeskripsikan variasi makna pada satu emoji tersebut dalam konteks komentar yang berbeda-beda. Hal ini menjadi bukti empiris bahwa satu emoji sebenarnya dapat ditafsirkan secara beragam oleh pengguna media sosial.
3. Klasifikasi tanda, yang terdiri dari analisis setiap emoji sesuai dengan teori semiotika tanda Peirce untuk mengetahui mengapa sebuah emoji bisa memunculkan makna yang bervariasi tergantung pada unsur ikonik, indeksikal, atau simbolik, di mana maknanya ditentukan oleh kemiripannya dengan objek atau ekspresi visual tertentu, memiliki hubungan langsung dengan konteks komunikasi tertentu, atau konvensi antara pembuat dan penerima pesan. Data tersebut dikombinasikan dengan data dari kuesioner untuk menjelaskan akar dari keragaman makna yang ditemukan.
4. Analisis pragmatis, pengertian ini melibatkan identifikasi makna pesan pembicara dan interpretasi pendengar berdasarkan konteks komunikasi, relasi interpersonal antara individu-individu yang berkomunikasi, dan media yang digunakan untuk memposting komentar. Penafsiran ini dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana konteks, tujuan komunikasi, dan latar sosial budaya turut memengaruhi pemaknaan emoji oleh pengguna.
5. Penarikan simpulan, yaitu menyimpulkan temuan penelitian secara menyeluruh berdasarkan hasil analisis semiopragmatis yang telah dilakukan, khususnya terkait bagaimana satu emoji dapat memiliki banyak makna dalam komunikasi digital serta faktor-faktor yang melatarbelakanginya.

## Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April 2026, dengan pengambilan data kuesioner dilakukan pada tanggal 21 April 2026. Pengumpulan data dokumentasi dilakukan secara daring melalui platform TikTok, Instagram, dan X, sedangkan penyebaran kuesioner dilakukan secara daring melalui

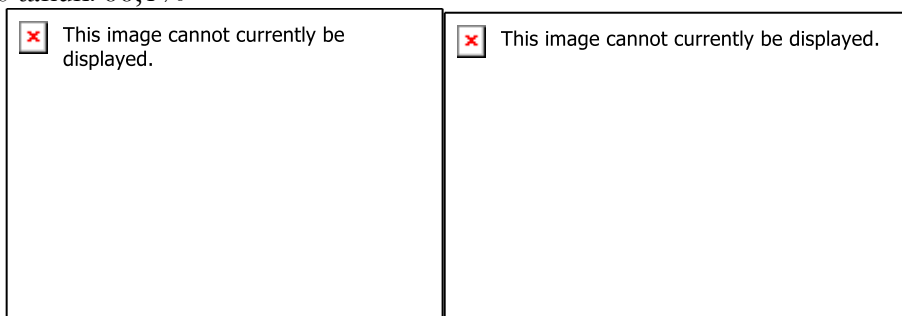
Google Forms. Penelitian ini merupakan bagian dari kegiatan akademik yang dilaksanakan oleh peneliti sebagai mahasiswa Universitas Negeri Semarang, Semarang, Jawa Tengah.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk menguji secara empiris hipotesis polisemi pragmatis emoji, penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner berbasis Google Forms yang disebarakan kepada 65 responden. Setiap butir menyajikan satu konteks komentar atau percakapan digital nyata yang mengandung emoji, dan responden diminta mengidentifikasi makna pragmatis yang paling tepat dari pilihan yang tersedia.

### Profil Demografis Responden

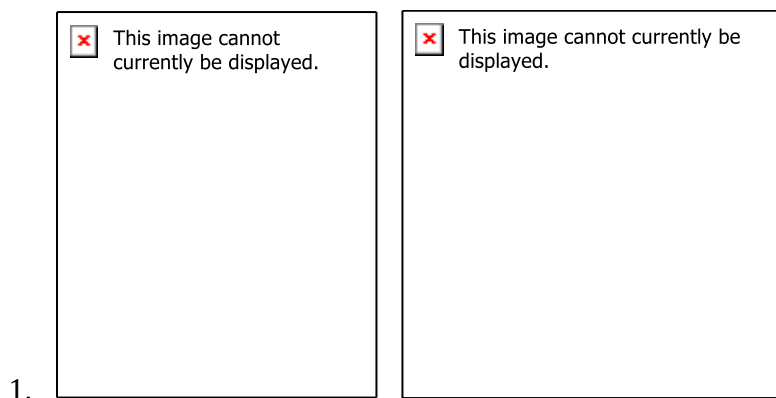
- Total responden: 65
- Mahasiswa: 75,4%
- Usia dominan: 19-20
- Usia 19-20 tahun: 66,1%

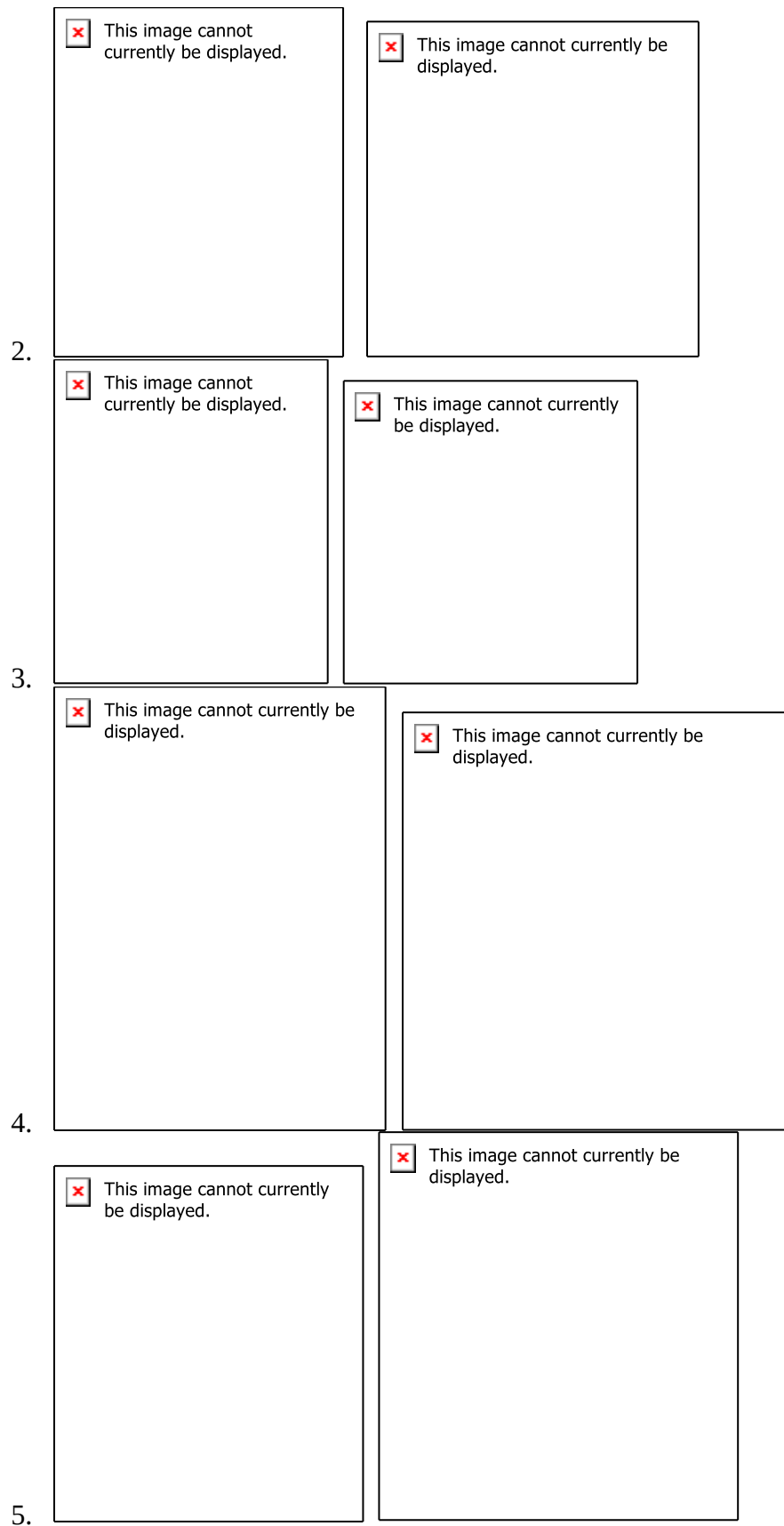


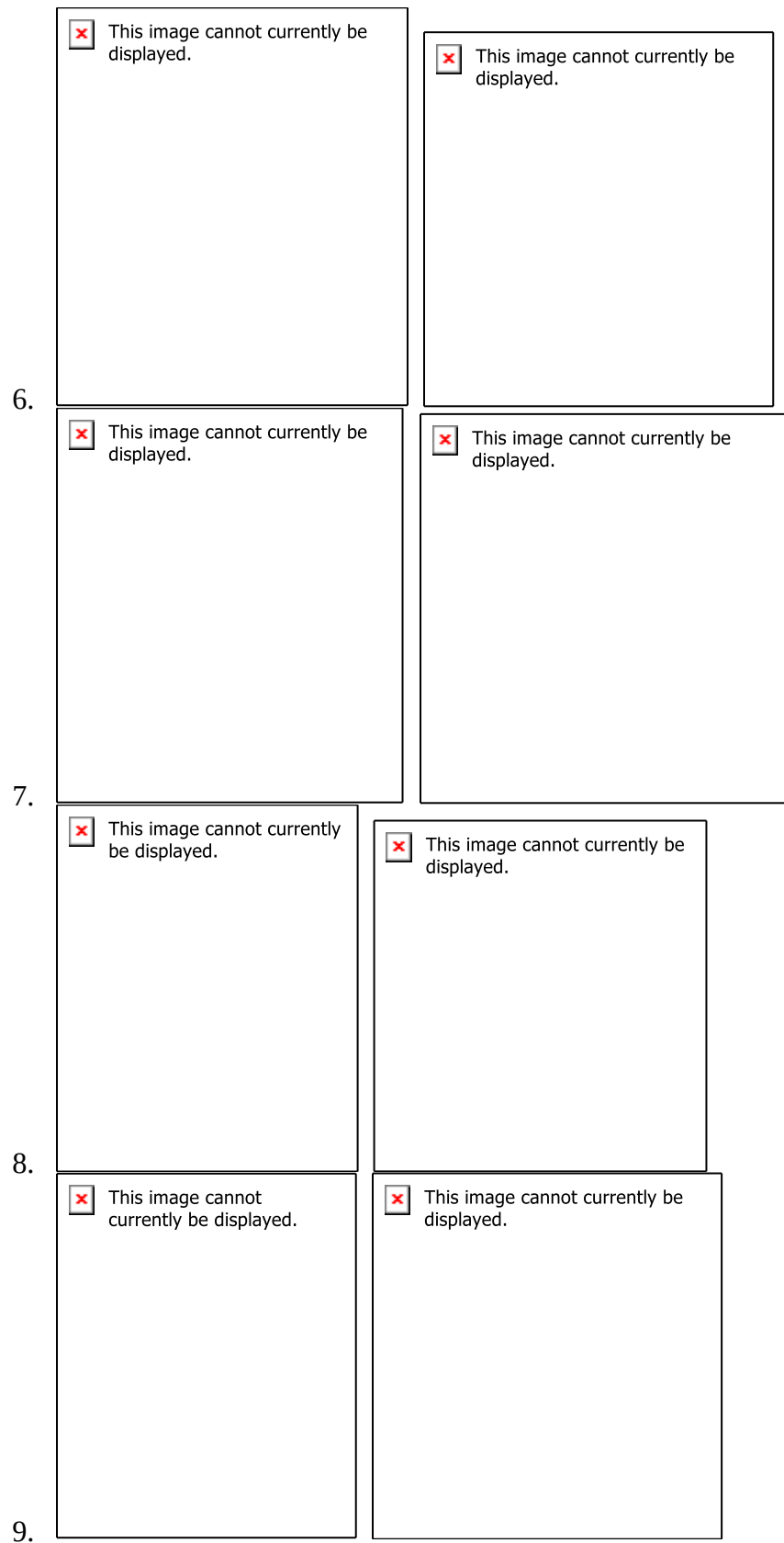
Dominasi kelompok usia 19 tahun (33,8%) dan 20 tahun (32,3%) menjadikan sampel ini sangat representatif sebagai *digital native* Generasi Z — kelompok yang paling aktif menggunakan dan berinovasi dalam penggunaan emoji. Mayoritas berstatus mahasiswa (75,4%) yang berada dalam lingkungan komunikasi digital intensif, sehingga konvensi interpretasi emoji yang mereka miliki dapat dianggap matang dan kontekstual.

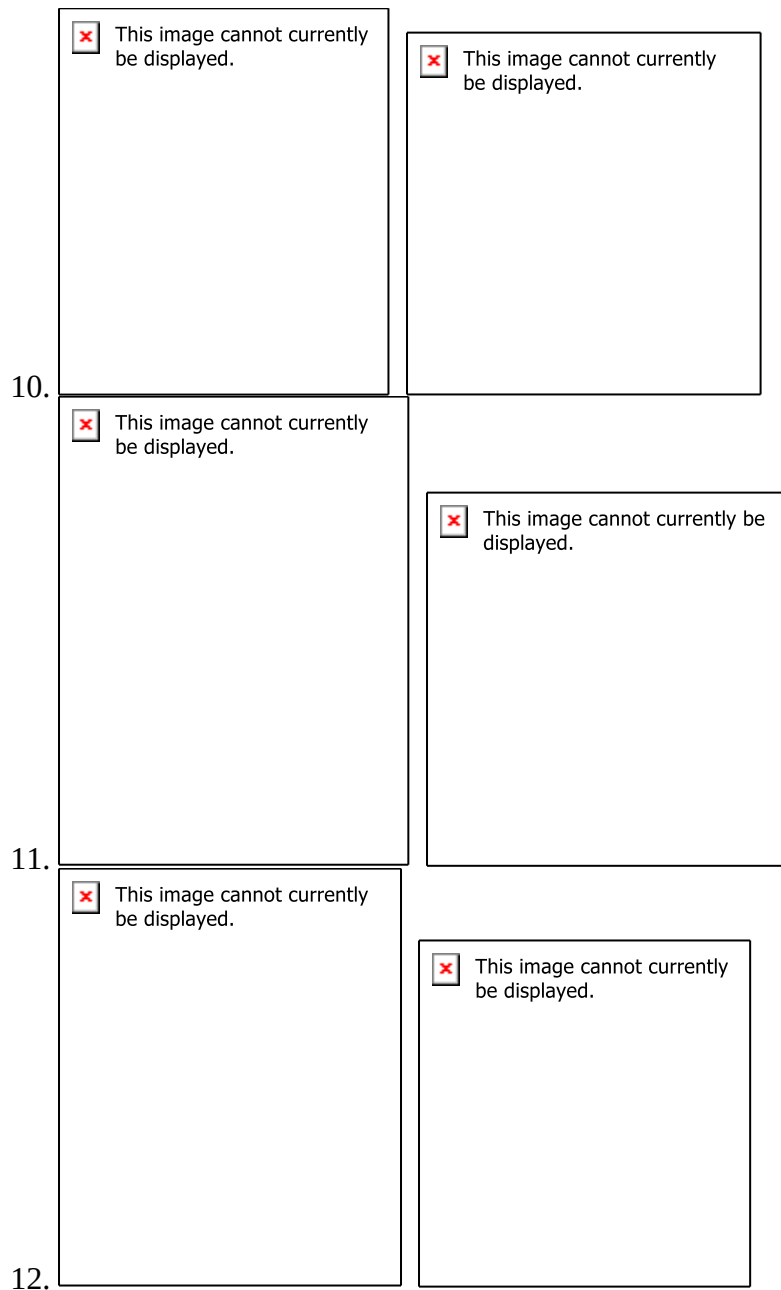
### Distribusi Jawaban Per Butir Pertanyaan

Berikut distribusi jawaban lengkap untuk 12 butir pertanyaan beserta visualisasi datanya. Setiap kartu menampilkan konteks komentar asli, emoji yang dianalisis, grafik distribusi jawaban, dan makna yang dipilih secara dominan.









### Pembahasan: Emoji 🤔 Konverensi Baru “Syok”

Temuan pada soal no 1 dan soal no 2 sangat mengejutkan secara semiotis: emoji 🤔 tersebut yang secara ikonik merepresentasikan senyum ringan justru diinterpretasikan sebagai Syok oleh 83,1% responden (Q1) dan 60% responden (Q2). Ini membuktikan bahwa komunitas digital Indonesia khususnya komunitas K-Pop telah membangun konvensi baru yang sepenuhnya menggeser makna ikonik emoji tersebut. Ini adalah contoh nyata dari apa yang dalam teori Peirce disebut semiosis tak terbatas: rantai interpretasi yang terus bergerak melampaui titik asal ikonisasinya.

### Pembahasan: Konteks dan Ambiguitas pada 😊

Perbandingan Q3 dan Q4 mengungkapkan pola yang sangat instruktif. konsensus mencapai 95,4% untuk makna Gemas. Gemas hanya 40%, Frustrasi 35,4%, dan Lelah 15,4%. Penurunan

konsensus sebesar 55,4 poin persentase ini secara kuantitatif mendemonstrasikan bahwa kejelasan konteks berbanding langsung dengan kemampuan interpretasi pragmatis sebuah konfirmasi empiris atas teori relevansi Sperber & Wilson.

### **Pembahasan: Inversi Semantik pada ☐ dan 😞**

Pasangan Q7/Q8 dan Q11/Q12 memberikan demonstrasi paling dramatis tentang inversi semantik. Emoji ☐ dalam pujian tulus dimaknai Kagum (64,6%), tetapi dalam konteks hiperbola absurd dimaknai **Sarkas** dengan konsensus 95,4%. Begitu pula, 😞 dalam konteks kekaguman terhadap penampilan dimaknai Terpesona (78,5%), dan dalam konteks humor dimaknai Tertawa Terbahak (86,2%) — keduanya berlawanan total dengan denotasi "menangis sedih."

Fenomena ini secara teoritis dapat dijelaskan melalui konsep *ironic speech act* Austin-Searle: penutur memanfaatkan jarak antara makna literal dan makna kontekstual untuk menciptakan efek komunikatif yang lebih kaya. Komunitas digital Gen Z, sebagaimana tercermin dalam sampel penelitian ini, telah mengembangkan kompetensi pragmatis yang sangat tinggi dalam menavigasi jarak tersebut.

### **Pembahasan: Emoji 😊 sebagai Penanda Agresivitas Terselubung**

Dalam kedua konteks konfrontatif (Q9 dan Q10), 😊 secara konsisten dimaknai sebagai Tersenyum Paksa (49,2% dan 66,2%). Lebih menarik lagi, pada Q9, pilihan *Sarkas* juga mendapat dukungan signifikan (43,1%) — menunjukkan bahwa komunitas responden memahami dalam konteks ketegangan sebagai penanda dua lapis: ia bisa berarti senyum yang dipaksakan (penekanan diri) atau sarkasme terbuka.

Temuan ini mengkonfirmasi apa yang dalam pragmatik disebut sebagai *indirect speech act*: tanda yang secara permukaan menyampaikan keramahan, namun dalam konteks interaksional yang tepat berfungsi sebagai ancaman atau tekanan sosial terselubung — sebuah *ironic impoliteness* dalam istilah Leech (1983).

## **KESIMPULAN**

Analisis Semiopragmatis yang diperkuat oleh data empiris dari 65 responden ini membuka penemuan paradoks yang menarik: pertama, emoji merupakan simbol yang sangat "universal" dalam arti melampaui batasan bahasa dan aksara. Kedua, emoji merupakan tanda yang sangat "lokal", dalam arti makna yang ditunjukkan terikat kuat dengan konteks sosial, komunitas, generasi, dan media.

Satu emoji, terbukti, mengandung banyak makna. Tetapi bukan karena tanda itu sendiri yang ambigu — melainkan karena makna selalu merupakan produk negosiasi antara tanda, penutur, pendengar, konteks, dan budaya. Emoji 😊 yang "tersenyum" bisa mengekspresikan syok. Emoji 😞 yang "menangis" bisa mengekspresikan kekaguman atau tawa. Emoji 😊 yang "bahagia" bisa mengekspresikan ancaman. Dalam pengertian ini, emoji adalah cermin sempurna dari sifat bahasa itu sendiri: selalu dalam proses, selalu berubah, dan selalu lebih kaya dari yang tampak di permukaan.

## **REFERENCES**

- Alshaboul, Y. M. (2026). Emoji interpretation in digital discourse: A semiopragmatic perspective. *Journal of Pragmatics and Digital Communication*, 12(1), 45–61.
- Austin, J. L. (1962). *How to do things with words*. Oxford University Press.
- Koltsova, O., & Kartashkova, E. (2022). Emoji as semiotic resources in online communication: Meanings and contextual variability. *Social Semiotics*, 32(4), 567–583.
- Leech, G. N. (1983). *Principles of pragmatics*. Longman.

- Li, L., & Yang, Y. (2018). Pragmatic functions of emoji in computer-mediated communication. *Discourse, Context & Media*, 26, 32–38.
- Pardede, H., & Damanik, R. (2025). Emoji sebagai penanda sikap dan substitusi unsur bahasa dalam komunikasi digital. *Jurnal Linguistik Indonesia*, 43(1), 55–70.
- Peirce, C. S. (1931–1958). *Collected papers of Charles Sanders Peirce* (Vols. 1–8). Harvard University Press.
- Searle, J. R. (1969). *Speech acts: An essay in the philosophy of language*. Cambridge University Press.
- Searle, J. R. (1979). *Expression and meaning: Studies in the theory of speech acts*. Cambridge University Press.
- Sperber, D., & Wilson, D. (1995). *Relevance: Communication and cognition* (2nd ed.). Blackwell Publishing.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.