

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi penggunaan emoji dalam komunikasi pesan teks WhatsApp antara Generasi X dan Generasi Z. Latar belakang penelitian ini didasari oleh meningkatnya penggunaan emoji sebagai simbol visual dalam komunikasi digital, yang sering kali menimbulkan perbedaan pemaknaan antar generasi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei melalui kuesioner online. Responden terdiri dari 96 orang yang tergabung dalam grup WhatsApp kerja dan berasal dari dua kelompok usia berbeda, yakni Generasi X (1965–1980) dan Generasi Z (1995–2011). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan dalam persepsi dan frekuensi penggunaan emoji antara kedua generasi. Generasi X lebih berhati-hati dan cenderung memahami emoji secara literal, sedangkan Generasi Z lebih ekspresif dan fleksibel dalam menggunakan emoji, bahkan sering kali memaknainya secara kontekstual atau sarkastik. Temuan ini memperkuat teori Stimulus-Organism-Response (S-O-R) dan efek kognitif, yang menunjukkan bahwa persepsi komunikasi sangat dipengaruhi oleh pengalaman dan latar belakang generasi. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami dinamika komunikasi lintas generasi dalam lingkungan kerja digital.

Kata Utama: Emoji, Generasi X, Generasi Z, WhatsApp, Persepsi, Komunikasi Digital