

**INTERPRETASI DAN AKOMODASI EMOJI SENYUM DALAM KOMUNIKASI
DIGITAL LINTAS GENERASI DI TEMPAT KERJA (Studi Deskriptif Pada Pegawai Gen
X dan Gen Z di PT X Logistik)**

Amalia Juwita Agriyani¹, Luqman Hakim²

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta

2210411174@mahasiswa.upnvj.ac.id¹, luqman@upnvj.ac.id²

ABSTRAK

Emoji hadir sebagai bentuk penyesuaian dalam komunikasi digital karena pesan berbasis teks tidak sepenuhnya mampu menampilkan ekspresi nonverbal. Namun, penggunaan emoji tidak selalu dimaknai secara sama oleh setiap individu terutama jika ditinjau dari perspektif generasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis interpretasi pegawai Generasi X dan Generasi Z terhadap emoji senyum serta bentuk akomodasi yang mereka lakukan untuk membangun pemahaman bersama. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik sampling. Data diperoleh melalui wawancara dan dokumentasi terhadap Pegawai PT X. Teori yang menjadi alat analisis pada penelitian ini, yaitu Teori Akomodasi Komunikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pegawai Generasi X dan Generasi Z memiliki pemahaman yang berbeda terhadap emoji senyum. Pegawai Generasi Z cenderung melakukan akomodasi konvergensi seperti menunggalkan arti emoji senyum ataupun dengan menambahkan emoji lain. Sebaliknya, pegawai Generasi X cenderung melakukan akomodasi divergensi dengan mempertahankan penggunaan emoji secara literal sebagai bentuk keramahan dan kesopanan.

Kata kunci: komunikasi digital, emoji senyum, komunikasi lintas generasi, akomodasi komunikasi

ABSTRACT

Emojis exist as a form of adaptation in digital communication because text-based messages are not fully capable of displaying nonverbal expressions. However, the use of emojis is not always interpreted the same by every individual, especially when viewed from a generational perspective. This difference aims to analyze the interpretation of Generation X and Generation Z employees towards the smile emoji and the forms of accommodation they make to build mutual understanding. This study uses a descriptive qualitative approach with a purposive sampling technique. Data were obtained through interviews and documentation with PT X employees. The theory used as an analytical tool in this study is the Communication Accommodation Theory. The results show that Generation X and Generation Z employees have different understandings of the smile emoji. Generation Z employees tend to make convergence accommodations such as single meanings of the smile emoji or by adding other emojis. In contrast, Generation X employees tend to make divergence accommodations by maintaining the literal use of emojis as a form of friendliness and politeness.

Keywords: *digital communication, smiley emoji, cross-generational communication, communication accommodation*

PENDAHULUAN

WhatsApp merupakan aplikasi komunikasi digital yang paling populer dan banyak digunakan di Indonesia karena sifatnya yang ringan dan fleksibel. Berdasarkan data dari *We Are Social* (2025) sebanyak 91,7% dari total populasi pengguna internet atas di Indonesia menggunakan aplikasi Whatsapp dari berbagai profesi. Dalam konteks komunikasi profesional, WhatsApp tidak hanya digunakan untuk kepentingan pribadi, tetapi juga untuk memperlancar koordinasi kerja, terutama dalam organisasi dengan struktur yang cair dan kolaboratif.

Usadolo et al. (2024) mengungkapkan bahwa platform media komunikasi digital seperti WhatsApp memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk *organisational immediacy*, yaitu kesegeraan responsivitas dan kedekatan antar anggota organisasi yang sulit dicapai melalui media formal seperti email. Akan tetapi, komunikasi dalam media digital juga sangat rentan mengalami reduksi isyarat sosial (*cues filtered out*) yang menyebabkan makna pesan bergantung

pada proses interpretasi simbol yang muncul di layar ruang pesan (Walther, 1996). Untuk menjembatani kurangnya isyarat (*cues*) nonverbal dalam komunikasi digital, WhatsApp menyediakan fitur emoji di aplikasinya. Lawson dan Leck dalam (Nahwiyyah & Dewi, 2020), menyatakan bahwa simbol-simbol yang ditawarkan oleh emoji menjadi sangat berguna untuk mengisi kekosongan isyarat nonverbal dalam komunikasi digital.

Berdasarkan survei South Florida Reporter (2020), 95% dari pengguna internet telah mengirimkan emoji dan lebih dari 10 miliar emoji dikirim setiap harinya. Selanjutnya, studi yang dilakukan Adobe (2016) juga mengungkapkan bahwa lebih dari 92% pengguna internet global menggunakan emoji. Besarnya angka-angka ini membuktikan bahwa emoji telah menjadi bagian integral dalam komunikasi digital baik dalam lingkup nasional maupun internasional.

Cramer et al. (2016) menjabarkan alasan-alasan yang membuat emoji eksis di antara pengguna internet saat ini, yaitu: emoji dianggap dapat menambahkan arti pada pesan melalui ekspresi emosional atau informasi situasional, emoji dapat menyesuaikan tone pesan dan menyediakan alat sosial untuk melibatkan (*engaging*) penerima melalui ‘warna’ (*tone*) tambahan pada pesan, serta dapat mengelola percakapan dengan cara yang dapat diterima secara sosial, dan memelihara hubungan melalui tradisi bersama. Di balik berbagai keunggulan yang dimilikinya, emoji juga memiliki kelemahan yaitu proses interpretasinya tidak selalu sama dan seringkali menimbulkan misinterpretasi karena sangat bergantung pada konteks sosial dan karakteristik hubungan interpersonal antar pengguna (Derks et al., 2008).

Melansir laman *DetikNews* pada bulan September tahun 2023 silam, berbagai jenis kasus misinterpretasi emoji telah menyeret warga di sejumlah negara termasuk Cina, Kanada, Amerika Serikat ke pengadilan. Selain itu, Permadi & Aprilia juga melaporkan pada tahun 2021 silam terjadi sebuah kasus perundungan terhadap siswa SD berinisial HA di Bandung yang dipicu oleh kesalahpahaman mengartikan emoji di WhatsApp oleh pelaku.

Perbedaan interpretasi terhadap sebuah emoji juga terjadi pada emoji yang secara konvensional memiliki arti yang positif seperti emoji senyum (😊). Miller et al. (2016) dan Annamalai & Abdul Salam (2017) mengungkapkan bahwa emoji senyum tidak selalu memiliki makna tunggal yang positif. Melansir *China Daily*, salah satu contoh kasus misinterpretasi emoji senyum dialami oleh seorang karyawan berumur 28 tahun bermarga Liu di Cina yang dipecat dari institut pendidikan ekstrakurikuler tempat ia bekerja karena bertengkar dengan rekan

kerjanya usai dikirimkan emoji senyum yang dianggap Liu sebagai bentuk ketidakpuasan dan olokan. Untuk mengakhiri pertengkaran, atasan Liu memilih untuk memecatnya, yang membuatnya semakin marah, sehingga ia memutuskan untuk menggugat tempat kerjanya tersebut (Wenting, 2023). Di Indonesia, konflik komunikasi yang terjadi dalam bentuk ketegangan karyawan lintas generasi yang muncul akibat perbedaan interpretasi dan penggunaan emoji senyum atau jempol juga dirasakan oleh karyawan S pada PT MHK Tbk. Karyawan tersebut menjelaskan bahwa kesalahpahaman dari perbedaan interpretasi dan penggunaan tersebut seringkali membuat mereka merasa tidak nyaman (Loren, 2025).

Merujuk pada penelitian Zahra & Ahmed (2025), perbedaan interpretasi emoji semakin terlihat jika ditinjau dari perspektif generasi. Perbedaan Generasi X dan Generasi Z dalam memaknai dan menggunakan emoji bisa mempersulit kedua generasi untuk saling memahami pesan yang diberikan satu sama lain sehingga dapat memperbesar resiko konflik yang disebabkan oleh misinterpretasi dalam komunikasi digital, terutama jika perbedaan persepsi tersebut berada pada ruang profesional seperti kantor

Peneliti menggunakan teori Akomodasi Komunikasi sebagai alat bedah dalam menganalisis secara mendalam penemuan yang dihasilkan mengenai strategi yang digunakan dua kelompok pegawai berbeda usia. Dengan meneliti bagaimana pegawai dari Generasi X dan Generasi Z di PT X mengatasi perbedaan interpretasi dan penggunaan emoji senyum yang ada, penelitian ini diharapkan akan memberikan kontribusi penting dalam memahami dinamika komunikasi lintas generasi di era digital terutama di lingkup pekerjaan, sekaligus memperluas perspektif ilmu komunikasi mengenai strategi akomodasi yang terjadi dalam ruang virtual.

METODOLOGI

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan dan menggali fenomena yang diteliti secara mendalam berdasarkan perspektif objek penelitian. Metode penelitian kualitatif, menurut Creswell (2014) adalah pendekatan pada penelitian yang menghasilkan data eksploratif dari perilaku yang diamati melalui sumber pernyataan tertulis maupun lisan dari individu yang terlibat pada fenomena. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma interpretatif.

Subjek penelitian yang dipilih pada penelitian ini yaitu pegawai PT X yang berasal dari Generasi X dan Generasi Z dan pernah menggunakan dan menerima emoji senyum pada aplikasi pesan instan WhatsApp. Identitas informan dan lokasi pada penelitian ini disamarkan atas permintaan perusahaan yang menjadi subjek penelitian.

Tabel 1. Tabel Data Informan

N o	Nama Informan (Inisial)	Kode Informa n	Posisi	Umur	Generasi
1.	ANF	Z1	Kasir	28 tahun	Z
2.	NF	Z2	<i>Staff</i> HRD	26 tahun	Z
3.	FF	Z3	Manajemen <i>Trainee</i>	23 tahun	Z
4.	SE	X1	<i>Supervisor Finance</i>	46 tahun	X
5.	IL	X2	<i>Staff</i> AR	49 tahun	X
6.	T	X3	<i>Supervisor OB</i>	57 tahun	X

Sumber: Peneliti (2026)

Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah wawancara dengan 6 informan pegawai PT X yang terdiri atas 3 orang Generasi X dan 3 orang Generasi Z. Jenis wawancara yang dilakukan adalah wawancara tak terpimpin di mana peneliti secara terstruktur mengikuti daftar pertanyaan yang telah dibuat tetapi tidak menutup kemungkinan bagi peneliti untuk mengajukan pertanyaan di luar daftar pertanyaan untuk mengulik lebih dalam informasi yang diberikan narasumber secara mendalam (*in depth interview*). Selain itu, dokumentasi yang terdiri atas tangkapan layar yang menunjukkan penyesuaian penggunaan emoji senyum pada percakapan yang pegawai Generasi Z lakukan di platform WhatsApp dengan rekan kerja lintas generasi juga digunakan dalam penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data spiral Creswell (2014) untuk menganalisis data temuan. Creswell menggambarkan teknik analisis ini seperti spiral karena peneliti terus bergerak maju-mundur antara data, kode, dan interpretasi sampai makna penelitian terbentuk secara utuh.

Untuk memastikan keabsahan data dalam penelitian ini, digunakan teknik triangulasi sumber dengan cara membandingkan informasi dari sumber-sumber yang digunakan dalam

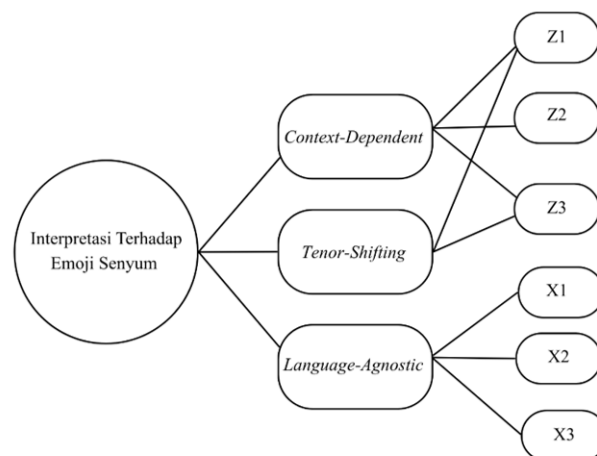
penelitian ini. Metode ini dapat membantu peneliti dalam menghindari bias informasi karena tidak bergantung pada satu sumber saja. Sumber-sumber yang termasuk dalam triangulasi sumber pada penelitian ini adalah wawancara, dokumentasi dan studi pustaka dari penelitian terdahulu yang relevan.

HASIL PENELITIAN

Persepsi Terhadap Emoji Senyum

S. Cui et al. (2026) mengemukakan karakteristik interpretasi emoji yang meliputi *context-dependent*, *tenor-shifting* dan *language-agnostic*. Pada bagian ini, peneliti memberikan serangkaian pertanyaan kepada keenam informan untuk mengeksplorasi bagaimana masing-masing informan menafsirkan emoji senyum secara umum dalam komunikasi digital yang dilakukan sehari-hari. Didapati bahwa interpretasi yang dimiliki informan Generasi Z terhadap emoji senyum berbeda dengan persepsi yang dimiliki oleh informan dari Generasi X.

Gambar 1. Interpretasi Terhadap Emoji Senyum



Sumber: Olahan Peneliti (2026)

Berdasarkan bagan di atas, diketahui bahwa ketiga informan Generasi Z memiliki kecenderungan untuk bergantung pada konteks percakapan (*context-dependent*) dalam menginterpretasi emoji senyum. Selain itu, informan Z1 dan Z3 juga berpendapat bahwa variasi emoji senyum yang dipilih atau pemilihan emoji yang mengiringinya (*tenor-shifting*) dapat menggeserkan interpretasi mereka terhadap emoji senyum. Di sisi lain, ketiga informan Generasi

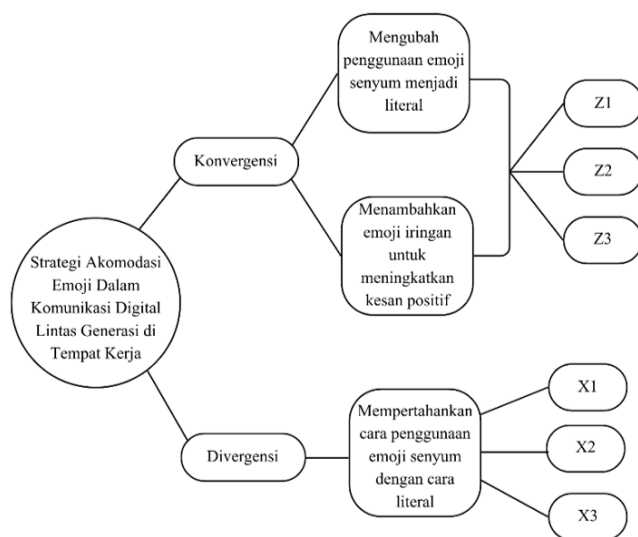
X cenderung konsisten dalam menginterpretasikan emoji senyum, yaitu dengan mengartikannya secara literal tanpa dipengaruhi konteks atau bahasa tertentu (*language-agnostic*).

Perbedaan kedua generasi dalam memaknai emoji senyum, yang umum digunakan sehari-hari, membuat mereka secara sadar maupun tidak sadar melakukan akomodasi ketika berkomunikasi dengan satu sama lain di kantor. Strategi akomodasi terhadap penggunaan emoji senyum yang para informan lakukan dijabarkan pada bagian selanjutnya.

Akomodasi Terhadap Emoji Senyum Dalam Komunikasi Lintas Generasi Menggunakan Model CAT

Pada bagian ini, peneliti menggunakan konsep CAT yang dikemukakan Giles (2016) yaitu konvergensi dan divergensi. Dikutip dari hasil wawancara dan antara peneliti dengan keenam informan yaitu para pegawai dari PT X yang berasal dari Generasi Z dan Generasi X dan dokumentasi tangkapan layar, bentuk strategi yang digunakan oleh para informan dalam memaknai emoji senyum yang dikirim oleh lawan bicara berbeda generasi pada komunikasi digital sebagai upaya menghindari misinterpretasi adalah sebagai berikut:

Gambar 2. Strategi Akomodasi Penggunaan Emoji Senyum Dalam Komunikasi Lintas Generasi di Tempat Kerja



Sumber: Olahan Peneliti (2026)

Berdasarkan bagan di atas, dapat diketahui bahwa jawaban para informan mengenai akomodasi yang mereka lakukan terbagi ke dalam beberapa kategori utama, yaitu strategi akomodasi konvergensi dan strategi akomodasi divergensi. Strategi akomodasi konvergensi yang dilakukan informan Generasi Z, yaitu informan Z1, Z2 dan Z3 mencakup penggeseran penggunaan emoji senyum menjadi literal dan penambahan emoji iringan untuk meningkatkan kesan yang positif. Selanjutnya, strategi akomodasi divergensi yang dilakukan oleh informan Generasi X, yaitu informan X1, X2 dan X3 mencakup pertahanan mereka dalam menggunakan emoji senyum seperti kebiasaan mereka, yaitu dengan cara menggunakannya secara literal.

Motivasi Melakukan Akomodasi

Pada bagian ini, keenam informan menjelaskan motivasi akomodasi yang melatarbelakangi pemilihan strategi yang mereka gunakan dalam mengakomodasi penggunaan emoji senyum pada komunikasi digital lintas generasi di tempat kerja. CAT menawarkan dua motivasi yang berbeda untuk menyesuaikan komunikasi Giles (2016). Yang pertama adalah motivasi afektif (pemeliharaan identitas), yang terkait dengan pengelolaan masalah identitas. Yang kedua adalah motivasi kognitif (organisasi), yang terkait dengan pengelolaan pemahaman dan efisiensi komunikatif. Kedua motif ini tidak saling eksklusif, dan perilaku komunikatif dapat dimotivasi oleh keduanya. Selain itu, peneliti juga mengidentifikasi motivasi baru di luar teori yaitu motivasi normatif yang berhubungan dengan keinginan untuk mengikuti atau menjaga norma dan citra profesional.

Tabel 2. Motivasi Akomodasi Emoji Senyum Dalam Komunikasi Digital Lintas Generasi

Menjaga hubungan harmonis	Motivasi Afeksi	Motivasi Akomodasi Emoji Senyum Dalam Komunikasi Digital Lintas Generasi
Memperhalus komunikasi		
Mempertahankan gaya komunikasi		
Pertimbangan terhadap efektivitas komunikasi dengan lintas generasi	Motivasi Kognitif	
Menghindari potensi salah paham		

Menghindari <i>overthinking</i>		
Norma profesional	Motivasi Normatif	
Menjaga citra profesional		

Sumber: Peneliti (2026)

PEMBAHASAN

Perbedaan pengalaman komunikasi dan budaya digital (*cultural schemas*) menyebabkan individu memaknai emoji secara berbeda (Evans, 2017). Jika dilihat dari lensa generasi, perbedaan ini terlihat semakin menonjol. Setiap generasi bisa disebut memiliki karakteristik unik yang muncul dan berkembang karena periode sejarah yang dialami dinilai membentuk paparan yang berbeda kepada masing-masing kelompok (Rickes, 2016). Karenanya, individu secara sadar atau tidak sadar membangun dan menafsirkan makna dari emoji dengan cara yang berbeda.

Generasi Z menginterpretasikan emoji senyum secara kontekstual (context-dependent), sehingga maknanya dapat bergeser dari ekspresi positif menjadi sarkasme, pasif-agresif, atau ironi bergantung pada konteks, variasi emoji, emoji pendamping, platform, dan hubungan dengan lawan bicara. Bagi Generasi Z, emoji berfungsi sebagai alat pragmatik untuk menyampaikan nuansa sosial yang kompleks, bukan sekadar representasi emosi. Interpretasi ini juga berbeda antarplatform; di WhatsApp emoji cenderung dimaknai secara literal, sedangkan di X (Twitter) lebih sering digunakan secara implisit sesuai budaya digital yang berkembang.

Sebaliknya, Generasi X cenderung menginterpretasikan emoji senyum secara literal sebagai simbol keramahan, kesopanan, dan niat baik tanpa banyak dipengaruhi konteks. Temuan ini sejalan dengan Cui et al. (2024) mengenai sifat *language-agnostic* emoji serta Reed et al. (2014) yang menjelaskan adanya *positivity bias* pada kelompok usia lebih tua. Latar belakang komunikasi Generasi X yang lebih berorientasi pada interaksi tatap muka juga membuat mereka memandang emoji sebagai pengganti sederhana ekspresi nonverbal.

Perbedaan interpretasi tersebut berpotensi menimbulkan misinterpretasi dalam komunikasi lintas generasi di tempat kerja. Generasi Z memaknai emoji secara lebih fleksibel dan berlapis, sedangkan Generasi X mempertahankan makna literalnya. Kondisi ini menunjukkan bahwa penggunaan emoji tidak hanya dipengaruhi bentuk visualnya, tetapi juga konteks, karakteristik media, dan hubungan interpersonal, sehingga akomodasi komunikasi

menjadi penting untuk meminimalkan kesalahpahaman. Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa kelompok usia lebih muda cenderung memiliki interpretasi emoji yang lebih kompleks dibandingkan kelompok usia lebih tua.

Setiap generasi bisa disebut memiliki karakteristik unik yang berkembang karena periode sejarah yang dialami dinilai membentuk paparan yang berbeda kepada masing-masing kelompok (Ricketts, 2016). CAT menawarkan dua bentuk strategi komunikasi yang umum dilakukan oleh individu saat bersosialisasi dengan kelompok luar (*out group*) yaitu strategi konvergensi dan divergensi.

Informan Generasi Z, sebagai *digital native*, cenderung menggunakan emoji secara lebih ekspresif, kontekstual, dan fleksibel. Emoji senyum dapat dimaknai sebagai ekspresi positif, ironi, atau sarkasme bergantung pada konteks. Sebaliknya, Generasi X lebih sering menggunakannya secara terbatas dan literal. Perbedaan interpretasi ini berpotensi menimbulkan misinterpretasi sehingga mendorong terjadinya akomodasi komunikasi sebagaimana dijelaskan dalam Communication Accommodation Theory (CAT) oleh Giles (2016).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z lebih banyak menerapkan strategi konvergensi ketika berkomunikasi dengan Generasi X. Mereka menggunakan emoji senyum sesuai makna literalnya, memilih varian emoji yang dianggap lebih jelas seperti ☺, atau menambahkan emoji pendamping seperti 🙏 untuk mempertegas kesopanan. Penyesuaian ini dilakukan agar pesan lebih mudah dipahami oleh generasi yang lebih tua. Temuan ini didukung oleh Murphy & Isaacowitz (2010) mengenai perbedaan perhatian terhadap ekspresi wajah antar usia serta Giles (2016) yang menjelaskan bahwa kelompok dengan status lebih rendah cenderung melakukan konvergensi demi memperoleh *social approval*. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Kroll et al. (2018) dan Giles et al. (1991) yang menunjukkan bahwa individu dengan posisi atau usia lebih rendah lebih sering menyesuaikan gaya komunikasi terhadap pihak yang lebih senior.

Penyesuaian tersebut juga dipengaruhi oleh stereotip antargenerasi. Sesuai temuan Dragojevic et al. (2011) dan Hummert (2011), Generasi Z mengasumsikan bahwa Generasi X lebih menyukai penggunaan emoji yang langsung dan tidak ambigu sehingga mereka menyederhanakan penggunaan emoji untuk mengurangi potensi salah paham.

Sebaliknya, Generasi X cenderung mempertahankan gaya komunikasinya atau menerapkan strategi divergensi. Mereka tetap menggunakan emoji secara literal, mempertahankan bahasa yang lebih formal, dan tidak banyak mengadopsi gaya komunikasi Generasi Z. Kecenderungan ini berkaitan dengan posisi mereka yang lebih senior dalam organisasi sehingga tidak memiliki tekanan untuk menyesuaikan diri. Temuan ini sejalan dengan Kemper et al. (1995), dan McCann & Giles (2006) yang menjelaskan bahwa kelompok usia lebih tua cenderung melakukan *underaccommodation* atau divergensi sebagai cara mempertahankan identitas profesional, otoritas, dan legitimasi dalam komunikasi lintas generasi.

Akomodasi yang dilakukan oleh kedua kelompok usia tersebut menandai keberhasilan komunikasi interpersonal antargenerasi di lingkungan kerja. Menurut Littlejohn et al. (2016) komunikasi interpersonal yang efektif tidak hanya ditandai oleh pesan yang disampaikan, tetapi juga oleh kemampuan dan keinginan individu dalam membangun pemahaman bersama (*meaning creation*) melalui aspek empati (*empathy*), keterbukaan (*openness*), sikap mendukung (*supportiveness*), sikap positif (*positiveness*), dan kesetaraan (*equality*). Kelima aspek tersebut tampak dalam proses akomodasi komunikasi yang dilakukan pegawai Generasi Z maupun generasi yang lebih tua ketika berinteraksi di tempat kerja.

Menurut Giles (2016), akomodasi komunikasi didorong oleh dua motivasi utama, yaitu afektif dan kognitif, yang bertujuan menjaga hubungan interpersonal sekaligus meningkatkan efektivitas komunikasi. Penelitian ini juga mengidentifikasi motivasi normatif sebagai faktor tambahan.

Motivasi afektif terlihat pada kedua generasi, tetapi diwujudkan melalui strategi yang berbeda. Generasi X mempertahankan penggunaan emoji senyum secara literal karena dipandang sebagai simbol keramahan, kesopanan, dan niat baik yang membantu menciptakan komunikasi kerja yang harmonis. Sebaliknya, Generasi Z menyesuaikan penggunaan emoji untuk menghindari kesalahpahaman, menjaga citra profesional, dan menciptakan interaksi yang lebih nyaman dengan rekan lintas generasi.

Motivasi kognitif berkaitan dengan upaya meningkatkan kejelasan pesan. Generasi X mempertahankan makna literal emoji senyum karena dianggap paling aman dan sesuai dengan norma profesional. Sebaliknya, Generasi Z melakukan konvergensi dengan menggunakan emoji

secara lebih literal saat berkomunikasi dengan Generasi X agar pesan tidak menimbulkan ambiguitas dan lebih mudah dipahami.

Penelitian ini juga menemukan motivasi normatif, yaitu dorongan untuk menyesuaikan komunikasi berdasarkan norma profesional yang berkembang di lingkungan kerja. Norma tersebut tidak selalu bersifat formal, tetapi terbentuk melalui kebiasaan interaksi sehari-hari (Chua et al., 2024). Generasi Z menunjukkan motivasi normatif melalui strategi konvergensi agar dipersepsikan sopan dan kooperatif, sedangkan Generasi X mempertahankan gaya komunikasi yang lebih formal melalui divergensi untuk menjaga profesionalisme, kejelasan pesan, dan otoritas.

Temuan ini menunjukkan bahwa motivasi afektif, kognitif, dan normatif mendorong kedua generasi melakukan akomodasi komunikasi dengan cara yang berbeda. Generasi Z lebih cenderung melakukan konvergensi, sedangkan Generasi X mempertahankan divergensi. Meskipun demikian, keduanya sama-sama menggunakan emoji senyum sebagai sarana membangun komunikasi kerja yang efektif, menjaga hubungan profesional, dan meminimalkan misinterpretasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini melibatkan enam informan dari Generasi X dan Generasi Z di PT X Logistik Bekasi untuk mengkaji interpretasi dan akomodasi penggunaan emoji senyum dalam komunikasi digital lintas generasi. Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan interpretasi antara kedua generasi. Generasi Z memaknai emoji senyum berdasarkan konteks, variasi emoji, dan penggunaan emoji pendamping, sedangkan Generasi X cenderung memaknainya secara literal tanpa dipengaruhi konteks komunikasi.

Dalam praktik komunikasi, Generasi Z lebih banyak menerapkan strategi akomodasi konvergensi dengan menyesuaikan penggunaan emoji agar pesan diterima lebih positif, sementara Generasi X mempertahankan penggunaan emoji secara literal untuk menjaga konsistensi makna dan profesionalisme. Motivasi akomodasi pada kedua generasi meliputi motivasi afektif, kognitif, dan normatif.

Penelitian ini menunjukkan bahwa Teori Akomodasi Komunikasi juga dapat diterapkan pada simbol nonverbal dalam komunikasi digital. Selain itu, emoji senyum tidak hanya berfungsi sebagai ekspresi emosi, tetapi juga sebagai strategi komunikasi untuk menjaga citra profesional. Temuan lain adalah adanya motivasi normatif sebagai faktor tambahan yang mendorong akomodasi komunikasi di luar motivasi afektif dan kognitif yang telah dijelaskan dalam kajian CAT.

Saran

Penelitian selanjutnya disarankan melibatkan lebih banyak perusahaan, memperpanjang durasi observasi, dan mengkaji platform komunikasi digital lain agar diperoleh temuan yang lebih komprehensif. PT X Logistik perlu mempertahankan budaya komunikasi yang fleksibel dan menghargai perbedaan gaya komunikasi antar generasi tanpa menerapkan aturan penggunaan emoji yang terlalu kaku. Pegawai Generasi X diharapkan tetap terbuka terhadap perkembangan pola komunikasi digital, sedangkan Generasi Z perlu terus menyesuaikan penggunaan emoji dengan konteks kerja dan karakteristik lawan bicara

DAFTAR PUSTAKA

- Adobe. (2016, November 22). *Infographic: 92% Of World's Online Population Use Emojis*. Adobe.
<https://blog.adobe.com/en/publish/2016/11/24/report-emoji-used-by-92-of-worlds-online-population>
- Annamalai, S., & Abdul Salam, S. N. (2017). Undergraduates' interpretation on whatsapp smiley emoji. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 33(4), 89–103.
<https://doi.org/10.17576/JKMJC-2017-3304-06>
- Chua, R., Zhao, N., & Han, M. (2024). Cultural tightness in organizations: Investigating the impact of formal and informal cultural tightness on employee creativity. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 184, 104338.
<https://doi.org/10.1016/J.OBHDP.2024.104338>

- Cramer, H., De Juan, P., & Tetreault, J. (2016). Sender-intended functions of emojis in US messaging. *Proceedings of the 18th International Conference on Human-Computer Interaction with Mobile Devices and Services, MobileHCI 2016*, 504–509. <https://doi.org/10.1145/2935334.2935370>
- Cui, J., Colston, H. L., & Jiang, G. (2024). Is That a Genuine Smile? Emoji-Based Sarcasm Interpretation Across the Lifespan. *Metaphor and Symbol*, 39(3), 195–216. <https://doi.org/10.1080/10926488.2024.2314595>
- Cui, S., Feng, X., Wang, Y., Yang, J., Zhang, Z., Sikdar, B., Wang, H., Qiu, H., & Huang, M. (2026). *When Smiley Turns Hostile: Interpreting How Emojis Trigger LLMs' Toxicity*. www.aaai.org
- Creswell, John. W. (2014). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (Fourth). SAGE Publications.
- Dragojevic, M., Gasiorek, J., & Giles, H. (2011). *3 Accommodative Strategies as Core of the Theory*.
- Derks, D., Bos, A. E. R., & Von Grumbkow, J. (2008). Emoticons and online message interpretation. *Social Science Computer Review*, 26(3), 379–388. <https://doi.org/10.1177/0894439307311611>
- Evans, V. (2017). *The Emoji Code: How Smiley Faces, Love Hearts and Thumbs Up Are Changing The Way We Communicate*. Michael O'Mara Books Limited.
- Kemper, S., Vandeputte, D., Rice, K., Cheung, H., & Gubarchuk, J. (1995). *Speech Adjustments to Aging During a Referential Communication Task*.
- Kroll, T., Braun, L.-M., & Stieglitz, S. (2018). *Australasian Conference on Information Systems Accommodated Emoji Usage: Influence of Hierarchy on the Adaption of Pictogram Usage in Instant Messaging*.
- Giles, H. (2016). *Communication Accommodation Theory*. Cambridge University Press

- McCann, R. M., & Giles, H. (2006). Communication with people of different ages in the workplace: Thai and American data. In *Human Communication Research* (Vol. 32, Number 1, pp. 74–108). <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2006.00004.x>
- Giles, H., Coupland, N., & Coupland, J. (1991). Accommodation theory: Communication, context, and consequence. In *Contexts of Accommodation* (pp. 1–68). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/cbo9780511663673.001>
- Hummert, M. L. (2011). Age Stereotypes and Aging. In *Handbook of the Psychology of Aging* (pp. 249–262). Elsevier Inc. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-380882-0.00016-4>
- Loren, R. O. (2025). *Perbedaan Gaya Komunikasi Pada Karyawan Generasi X, Generasi Y dan Generasi Z di Media Sosial*.
- Miller, H., Thebault-Spieker, J., Chang, S., Johnson, I., Terveen, L., & Hecht, B. (2016). “Blissfully Happy” or “Ready toFight”: Varying Interpretations of Emoji. <http://time.com/4114886/oxford-word-of-the-year-2015-emoji/>
- Murphy, N. A., & Isaacowitz, D. M. (2010). Age effects and gaze patterns in recognising emotional expressions: An in-depth look at gaze measures and covariates. *Cognition and Emotion*, 24(3), 436–452. <https://doi.org/10.1080/02699930802664623>
- Nahwiyah, R., & Dewi, E. N. (2020). FUNGSI EMOTICON SEBAGAI BAHASA NONVERBAL DALAM KOMUNIKASI DIGITAL. *Prolistik: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 05 No. 2.
- Reed, A. E., Chan, L., & Mikels, J. A. (2014). Meta-analysis of the age-related positivity effect: Age differences in preferences for positive over negative information. *Psychology and Aging*, 29(1), 1–15. <https://doi.org/10.1037/a0035194>
- Rickes, P. C. (2016). Generations in flux. *Planning for Higher Education*, 44(4), 21-45.
- Salim, N. (2023, August 6). *Hati-hati, Emoji Jempol atau Bulan Sudah Menyeret Warga di Sejumlah Negara ke Pengadilan*. <https://news.detik.com/abc-australia/d-6918510/hati-hati-emoji-jempol-atau-bulan-sudah-menyeret-warga-di-sejumlah-negara-ke-pengadilan>

- South Florida Reporter. (2020, July 14). *95% Of Internet Users Have Used An Emoji. Over 10 Billion Emojis Are Sent Daily* - South Florida Reporter. <https://southfloridareporter.com/%F0%9F%98%84-95-of-internet-users-have-used-an-emoji-over-10-billion-emojis-are-sent-daily/>
- Usadolo, S. E., Makwambeni, B., & Usadolo, Q. E. (2024). Organisational Communication in Africa: Navigating a Digitalising World. In *Organisational Communication in Africa: Navigating a Digitalising World*. Springer Nature. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-70656-1>
- Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, 23(1), 3–43. <https://doi.org/10.1177/009365096023001001>
- We Are Social. (2025, May 12). *Indonesia Digital Report 2025: Social Media Use* - GoodStats. <https://goodstats.id/publication/indonesia-digital-report-2025-social-media-use-9yFMD>
- Wenting, Z. (2023, August 24). *SENDING THE RIGHT MESSAGE* - Chinadaily.com.cn. China Daily Global. <https://epaper.chinadaily.com.cn/a/202308/25/WS64e7f635a310a478839f7f4f.html>
- Zahra, T., & Ahmed, S. (2025). Generational Differences in Emoji Interpretation: A Study of Millennial. *Advance Social Science Archive Journal*, 03(02). <https://assajournal.com>