

Semiotic Analysis of Alpha Generation in Tiktok Content @mrci.tv

Analisis Semiotik Generasi Alpha dalam Konten Tiktok @mrci.tv

Nariswari Rachma Sri Rejeki¹⁾, Nama Poppy Febriana²⁾

¹⁾Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: poppyfebriana@umsida.ac.id

Abstract. This document ,This study examines the application of Generation Alpha in the TikTok video of the @mrci.tv account using Charles Sanders Peirce's semiotic framework. As digital natives, Generation Alpha grew up with meme-based popular culture, global slang, and visual performativity typical of short video platforms. TikTok is positioned to be a space for the production of meaning that shapes generational identity. The research aims to identify the icons, indexes, and symbols that build the image of Generation Alpha and trace the process of audience meaning. The method used was descriptive qualitative with purposive sampling on the three videos with the highest interaction in July 2024. The analysis uses Peirce's triadic model (representation–object–interpretant) accompanied by time triangulation. The results show that @mrci.tv portrays Generation Alpha as expressive, hyperactive, and attached to digital culture. Icons, indexes, and symbols in content form the stereotypes that the audience accepts. The findings confirm that humor and memes are not only entertaining, but also shape generational imagery in public discourse. This study contributes to the study of digital semiotics and opens up opportunities for further research on identity construction in social media.

Keywords - Generation Alpha, TikTok, Semiotics, Humor Meme Visual

Abstrak. Studi ini meneliti penerapan Generasi Alpha dalam video TikTok akun @mrci.tv menggunakan kerangka semiotik Charles Sanders Peirce. Sebagai penduduk asli digital, Generasi Alpha tumbuh dengan budaya populer berbasis meme, bahasa gaul global, dan performativitas visual yang khas dari platform video pendek. TikTok diposisikan untuk menjadi ruang produksi makna yang membentuk identitas generasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi ikon, indeks, dan simbol yang membangun citra Generasi Alpha dan melacak proses makna audiens.

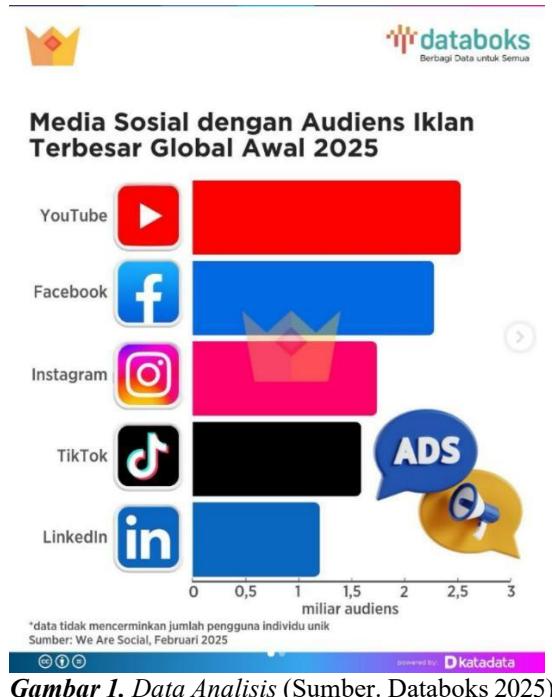
Metode: Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan purposive sampling pada ketiga video dengan interaksi tertinggi pada Juli 2024. Analisis menggunakan model triadik Peirce (representasi-objek-interpretan) disertai dengan triangulasi waktu. **Hasil:** Hasilnya menunjukkan bahwa @mrci.tv menggambarkan Generasi Alpha sebagai ekspresif, hiperaktif, dan terikat dengan budaya digital. Ikon, indeks, dan simbol dalam konten membentuk stereotip yang diterima audiens. Temuan ini menegaskan bahwa humor dan meme tidak hanya menghibur, tetapi juga membentuk citra generasi dalam wacana publik. **Kebaruan:** Studi ini berkontribusi pada studi semiotika digital dan membuka peluang untuk penelitian lebih lanjut tentang identitas konstruksi di media sosial.

Kata Kunci – Generasi Alpha, Semiotik, TikTok, Meme Humor Visual

I. PENDAHULUAN

Perkembangan Teknologi komunikasi dan informasi dalam dua decade terakhir telah membawa perubahan mendasar pada pola interaksi manusia, khususnya generasi muda, dalam mengakses informasi serta memproduksi dan mengonsumsi media. [1] Media sosial tidak lagi sekadar sarana komunikasi interpersonal, melainkan telah menjadi ruang budaya tempat produksi, distribusi, dan pertukaran makna berlangsung secara masif dan interaktif. Transformasi ini semakin kuat dengan hadirnya format media baru yang menekankan kecepatan, interaktivitas, dan daya tarik visual. Di antara berbagai platform, TikTok muncul sebagai medium yang paling relevan karena format video pendeknya yang cepat, interaktif, dan mudah viral, sejalan dengan karakteristik generasi muda yang cenderung memiliki rentang perhatian singkat serta preferensi visual yang kuat. [2]

Fenomena ini penting dikaitkan dengan Generasi Alpha, yaitu individu yang lahir sejak 2010 dan tumbuh sepenuhnya di era digital. Sebagai *digital natives*, Generasi Alpha terbiasa multitasking, menggunakan bahasa gaul global, meme, emoji, serta tren budaya populer yang tersebar luas di media sosial. [3] Berdasarkan laporan Databoks (2025), TikTok menempati posisi keempat platform media sosial paling banyak digunakan di Indonesia dengan penetrasi pengguna 73,5% dari total populasi, sementara secara global memiliki lebih dari 1,5 miliar pengguna aktif bulanan. [4] Data ini menunjukkan besarnya pengaruh TikTok sebagai ruang ekspresi sekaligus pembentuk gaya komunikasi generasi muda, termasuk Generasi Alpha.



Gambar 1. Data Analisis (Sumber. Databoks 2025)

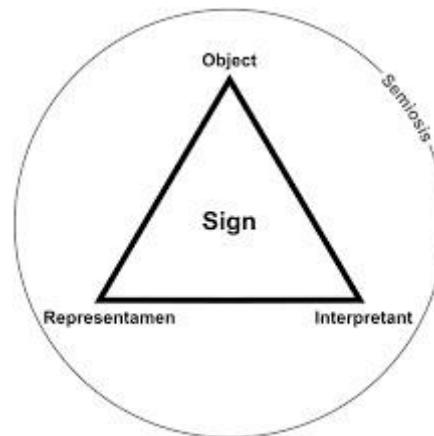
TikTok berfokus pada konten video pendek yang mendorong ekspresi kreatif dalam waktu singkat, mengubah pola interaksi, dan membentuk budaya baru di kalangan generasi muda. [5] Platform ini juga menyebarkan informasi dengan cepat dan luas, serta membentuk gaya komunikasi unik Generasi Alpha melalui narasi singkat, visual yang sarat simbol budaya populer, dan bahasa informal berisi slang global, meme, serta tren internet. [6] TikTok sebagai media digital memungkinkan proses produksi dan sirkulasi narasi generasional berlangsung secara masif dan instan, sehingga persepsi publik tentang Gen Alpha banyak dipengaruhi oleh representasi semacam ini. Akun seperti @mrci.tv dengan demikian tidak hanya berperan sebagai kanal hiburan, tetapi juga menjadi arena diskursus sosial tempat identitas generasi baru dikonstruksi, diparodikan, sekaligus dinegosiasikan.



Gambar 2. Akun TikTok @mrci.tv (Sumber. TikTok 2025)

Fenomena keterlibatan Generasi Alpha ini terlihat pada kreator konten lokal, salah satunya @mrci.tv, yang secara konsisten memproduksi video pendek dengan karakteristik khas generasi ini. Konten yang diunggah menampilkan gaya komunikasi khas Generasi Alpha melalui kombinasi unsur humor, bahasa gaul global, dan pemanfaatan elemen visual-audio yang mengikuti tren daring. [7] Salah satu playlist yang ditampilkan adalah “Gen Alpha”, berisi belasan video khusus membahas perilaku dan karakteristik generasi ini. Kehadiran playlist tersebut menunjukkan bahwa Generasi Alpha dianggap relevan dan menarik perhatian, sebagai objek penelitian budaya populer. Melalui pendekatan komedi, akun ini menggambarkan berbagai stereotip tentang Gen Alpha, seperti sikap percaya diri yang berlebihan, gaya komunikasi yang cepat menyesuaikan tren internet, hingga interaksi sosial yang dianggap berbeda dibandingkan dengan generasi sebelumnya seperti milenial atau Gen Z. [8]

Dari sudut pandang peneliti, konten dapat dipahami sebagai komentar budaya yang berperan dalam membentuk pandangan masyarakat mengenai identitas Generasi Alpha. Analisis terhadap konten ini penting untuk menelaah bagaimana humor dan meme berfungsi sebagai medium kritik sosial, menyoroti perbedaan nilai antar generasi, serta menunjukkan bahwa identitas Generasi Alpha terbentuk melalui pengalaman pribadi, serta pemaknaan yang diberikan generasi sebelumnya dalam ruang digital. [9] Format video singkat dan padat memadukan teks *overlay*, efek visual, audio viral, serta interaksi aktif dengan audiens, sehingga menciptakan keterhubungan emosional antara kreator dan penonton. [10]



Gambar 3. Tipologi Tanda Charles Sanderd Peirce
(Sumber. buku SEMIOTIKA KOMUNIKASI dalam Perspektif Charles Sanders Peirce)

Teori semiotika Charles Sanders Peirce dalam penelitian ini didasarkan pada kelengkapan kerangka analisisnya dalam menguraikan tanda secara rinci. Teori Peirce menggunakan model triadik: representamen (bentuk tanda yang terindra), object (hal atau konsep yang dirujuk), dan interpretant (makna di benak penerima). [11] Model ini membantu menelusuri proses produksi dan interpretasi makna secara rinci. memungkinkan peneliti untuk menelusuri proses produksi dan interpretasi makna secara mendalam, mencakup baik bentuk tanda yang terindera, objek yang dirujuk, maupun makna yang terbentuk pada audiens (Peirce, 1931–1958). [12] Melalui perspektif Peirce mengklasifikasikan tanda dalam konten @mrci.tv menjadi ikon, indeks, dan simbol. Klasifikasi ini membantu memahami metode komunikasi di media sosial, termasuk video pendek seperti TikTok.

Charles Sanders Peirce menguraikan konsep *object* dalam kerangka semiotika melalui tiga kategori utama tanda, Ikon dipahami sebagai tanda yang menampilkan hubungan keserupaan atau kemiripan dengan objek yang diacu, sehingga representasi visual, bentuk, atau citra dari tanda tersebut dapat langsung menggambarkan sifat dasar objek yang dirujuk. [13] Indeks merujuk pada tanda yang memiliki keterkaitan faktual maupun kausal dengan objek, di mana keberadaan tanda menjadi penanda langsung atas kehadiran atau keberadaan objek yang dimaksud. Adapun simbol dipandang sebagai tanda yang hubungan maknanya dengan objek tidak ditentukan oleh keserupaan maupun keterkaitan faktual, melainkan melalui aturan, konvensi, atau kesepakatan sosial yang berlaku dalam suatu komunitas. [14]

Penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce telah banyak dimanfaatkan untuk mengkaji beragam fenomena komunikasi digital, mulai dari ranah politik, kritik sosial, hingga pemasaran. [15] Firdaus (2024), melalui penelitian berjudul [16] *Studi Semiotika Sosial Media TikTok “Rian Fahardhi” dalam Pendidikan Partisipasi Politik Gen Z pada Pemilu 2024*, menggunakan metode analisis semiotika Charles Sanders Peirce untuk mengkaji tanda-tanda visual, audio, dan teks pada konten TikTok. Penelitian ini menemukan bahwa tanda, simbol, serta narasi yang digunakan dalam konten video secara efektif mampu menyampaikan pesan politik yang bersifat edukatif bagi Generasi Z. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa TikTok tidak hanya berfungsi sebagai ruang hiburan, melainkan juga sebagai sarana pendidikan politik apabila dikelola dengan strategi komunikasi yang tepat dan berbasis data.

Sejalan dengan itu, Tampubolon (2023) dalam *Transformasi Cara Generasi Z dalam Melakukan Kritikan Terhadap Koruptor (Analisis Semiotik pada Akun TikTok Presiden Gen-Z)* menggunakan metode kualitatif dengan analisis semiotika Peirce untuk menelaah strategi penyampaian kritik sosial. Hasilnya mengungkap bahwa penggunaan ikon, indeks, dan simbol dalam video pendek mampu membangun pesan moral yang efektif serta mudah dipahami oleh audiens muda. Penelitian ini memiliki kesamaan dalam penggunaan kerangka triadik Peirce, tetapi berbeda dalam konteks menurut Tampubolon. [17]

Pendekatan semiotika Peirce juga diterapkan dalam ranah pemasaran digital, seperti yang dilakukan Astari (2022) dalam *Social Media Marketing YouTube Analysis of Ad Impressions “Tokopedia x BTS: Belanja? Tokopedia Saja!”* [18]. Dengan metode analisis deskriptif kualitatif, Penelitian ini menemukan bahwa elemen visual, audio, dan teks tidak hanya membentuk makna simbolik, tetapi juga berkontribusi dalam memperkuat citra merek sekaligus meningkatkan keterlibatan audiens. Dengan demikian, penelitian tersebut memperlihatkan bahwa kerangka semiotika Peirce dapat diterapkan secara fleksibel dalam ranah pemasaran digital untuk memahami strategi komunikasi merek yang lebih luas.

Sementara itu, Wicaksono dan Febriana (2023) menyoroti perjuangan perempuan Asia melalui musik video *Lim Kim “Yellow”* [19] dengan membedah ikon, indeks, dan simbol yang merepresentasikan perlawanannya terhadap orientalisme, stereotip, dan patriarki. Keempat penelitian tersebut memperlihatkan fleksibilitas semiotika Peirce dalam mengungkap konstruksi makna, baik dalam konteks politik, kritik sosial, pemasaran, maupun representasi budaya populer.

Banyak riset telah membuktikan kegunaan semiotika Peirce untuk membaca konten pendek pada ranah politik, kritik sosial, dan pemasaran melalui peta ikon–indeks–simbol. Celaunya, belum banyak studi yang menyorot representasi Generasi Alpha oleh kreator lokal di TikTok dalam format komedi maupun meme. @mrci.tv memanfaatkan playlist “Gen Alpha” guna memperlihatkan humor situasional, slang global, serta paduan visual dan audio yang strategis dalam membungkai citra, identitas, dan nilai generasi tersebut. [20] Studi ini menawarkan matriks operasional berbasis model triadik Peirce (representamen–objek–interpretant) untuk memetakan video TikTok dan indikator sehingga memperlihatkan mekanisme kerja tanda dan konstruksi makna oleh audiens. Kebaruan studi ini terletak pada fokus Gen Alpha melalui konten video @mrci.tv.

Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi jenis-jenis tanda berupa ikon, indeks, dan simbol yang muncul dalam konten video di akun @mrci.tv yang diproduksi dan dipublikasikan dalam periode Juli 2024. Rumusan masalah dalam penelitian ini berfokus pada bagaimana penerapan model semiotika Charles Sanders Peirce digunakan untuk menganalisis konten video yang berkaitan dengan Generasi Alpha. Peneliti mengamati interaksi audiens terhadap konten, melalui penggunaan istilah *slang*, dan pertukaran simbol budaya populer di ruang komentar maupun fitur *duet video*. Hasil studi diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih kaya mengenai bagaimana makna dibentuk dan dipertahankan dalam komunitas digital Generasi Alpha.

II. METODE

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif deskriptif yang dipilih karena mampu memberikan pemahaman mendalam tentang proses produksi dan pengertian tanda dalam media digital [21]. Fokus penelitian diarahkan pada konten video di platform TikTok yang dinilai mewakili budaya populer generasi muda, khususnya Generasi Alpha. Melalui pendekatan ini, penelitian ini berusaha untuk mengungkap bagaimana elemen visual, audio, dan teks dalam video pendek tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga membangun sistem tanda yang dapat dipahami dan ditafsirkan secara sosial oleh penonton [22].

Pengumpulan data dilakukan melalui teknik purposive sampling, dengan memberikan batasan pada objek penelitian pada periode Juli 2024, berdasarkan indikator yang ditampilkan dari jumlah *views*, *likes*, dan *share* dengan rating tertinggi, peneliti mengambil tiga konten video, akun @mrci.tv secara konsisten ditampilkan seperti humor visual, penggunaan bahasa gaul global, dan integrasi simbol budaya populer. Dengan keterbatasan tersebut, penelitian dapat lebih terarah dalam mengkaji bentuk tanda-tanda yang muncul dan hubungannya dengan konstruksi gambar dan identitas digital generasi. Analisis diarahkan pada representasi tanda-tanda berulang dan menonjol, sehingga pemahaman menyeluruh tentang pola semiotik yang berkembang dalam konten dapat ditarik.

Untuk memperkuat validitas, triangulasi waktu digunakan dengan membandingkan hasil pengamatan pada beberapa titik dalam periode penelitian, sehingga dapat mengungkapkan konsistensi dan pergeseran tanda. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan kerangka semiotik Charles Sanders Peirce, yang mengklasifikasikan tanda menjadi ikon, indeks, dan simbol melalui model triadik (representasi-objek-interpretant). Dengan kerangka kerja ini, penelitian ini berupaya menguraikan secara sistematis proses pembentukan makna sambil menelusuri bagaimana audiens menafsirkan pesan yang terkandung dalam konten TikTok [23].

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan Generasi Alpha dalam konten video akun TikTok @mrci.tv melalui kerangka semiotika Charles Sanders Peirce. Untuk mencapai tujuan tersebut, peneliti memilih tiga video dengan jumlah *views*, *likes*, dan *shares* tertinggi pada periode Juli 2024 menggunakan metode purposive sampling. Data dikumpulkan melalui observasi mendalam terhadap elemen visual, audio, dan teks dalam video, serta interaksi audiens melalui komentar dan fitur duet.

Metode ini memungkinkan peneliti untuk menelusuri tanda yang muncul serta memahami keterhubungannya dengan konstruksi makna Generasi Alpha. Analisis dilakukan dengan mengklasifikasikan tanda ke dalam ikon, indeks, dan simbol melalui model triadik (representamen–objek–interpretant). Tiga teknik utama digunakan untuk melakukan analisis data: pengurangan data untuk menyederhanakan informasi tanda yang berulang, penyajian data dalam bentuk kategorisasi ikon, indeks, dan simbol untuk memperjelas temuan, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi guna memastikan keakuratan hasil. Selain itu, triangulasi waktu digunakan dengan membandingkan konten pada beberapa titik selama periode penelitian, sehingga hasil yang diperoleh memiliki validitas yang lebih kuat.

B. Pembahasan

Hasil penelitian berfokus berfokus pada penerapan teori semiotika Charles Sanders Peirce untuk mengurai makna tanda dalam konten video TikTok akun @mrci.tv yang merepresentasikan identitas dan citra Generasi Alpha. Melalui analisis triadik Peirce yang meliputi representamen, objek, dan interpretant. Tanda dalam video-video ini terbentuk dan dimaknai dalam konteks budaya digital khas generasi muda. Selanjutnya konten video tersebut dianalisis melalui pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce yang sebagai berikut.

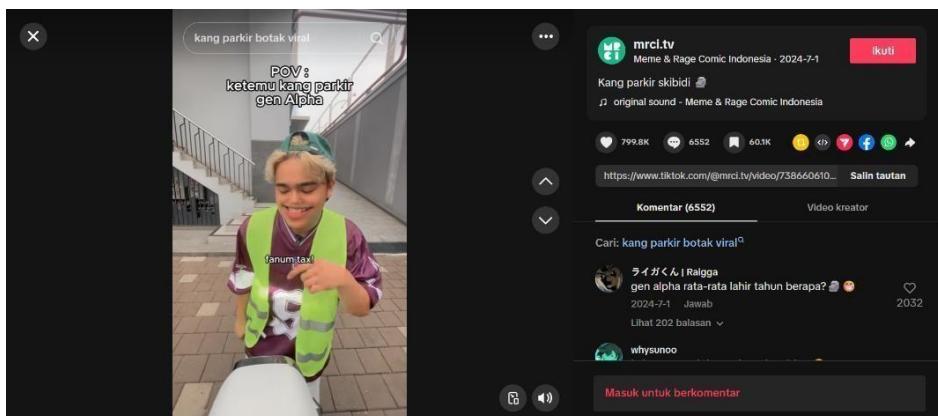
Tabel 1. Penjelasan konten @mrci.tv.

Scene	Visualisasi	Judul	Penjelasan
1.		POV: Ketemu tukang parkir genser	Konten ini menjelaskan adanya tukang parkir genser sedang berperan sebagai tukang parkir untuk bagian dari tren meme POV (<i>point of view</i>), di mana kreator mengajak penonton membayangkan sudut pandang tertentu. dalam hal ini, bertemu penjaga parkir yang

			berperilaku seperti anak muda Gen Alpha.
2.		Isi kepala orang saat di dalam lift	Konten ini menjelaskan adanya perbedaan isi kepala tiap orang yang terjadi di dalam lift secara acak dan beragam. Salah satunya perbedaan isi kepala kedua orang tersebut dan juga generasi Alpha yang sedang memikirkan bahasa yang sering dilontarkan.
3.		POV: Ketemu hantu gen A	Konten ini menjelaskan seseorang sedang memerankan "hantu Gen Alpha" dengan riasan wajah berlebihan dan ekspresi kocak. Konten ini menggunakan gaya POV (<i>point of view</i>) untuk menggambarkan pertemuan lucu sekaligus absurd dengan karakter Gen Alpha yang seuai dengan stereotip Gen Alpha yang identik dengan gaya over-acting, bahasa gaul internet, dan sikap sok keren meski dalam situasi yang tidak masuk akal.

Sumber: Penulis

Dalam setiap konten video terdapat unsur visual berupa ekspresi wajah yang berlebihan, riasan dramatis, dan gaya bicara khas Generasi Alpha yang berfungsi sebagai *mewakili kita*, yang merupakan bentuk tanda yang dapat langsung ditangkap oleh indera. Elemen ini mengarah pada *Object*, yaitu karakteristik Generasi Alpha seperti kepercayaan diri yang tinggi, penggunaan bahasa gaul online, dan keterikatan terhadap budaya meme [24]. Makna kombinasi terbentuk di benak audiens sebagai *interpretan*, dalam bentuk konstruksi sosial identitas Generasi Alpha yang dianggap unik, hiperaktif, dan humoris [25].



Gambar 4. Konten parodi di Akun @mrci.tv.

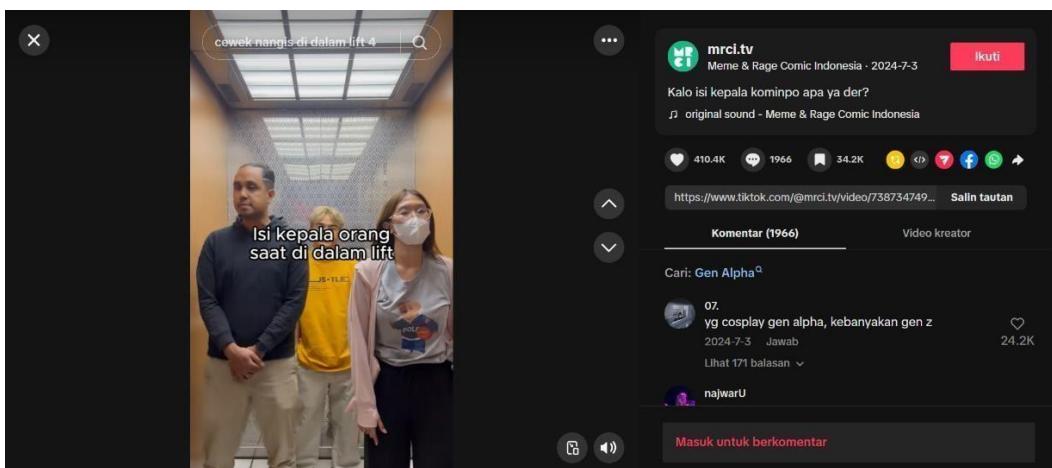
Sumber: Akun TikTok @mrci.tv.

Dalam konten video pertama, "POV: Meet Kang Parkir Gen Alpha" yang diunggah pada 1 Juli 2024, memperlihatkan percakapan antara petugas parkir dan pengendara. Video ini mendapat 799,8 ribu *like*, 35,8 ribu *shares*, dan 15,3 juta penayangan, sehingga mampu mewakili identitas Generasi Alpha melalui penggunaan tanda-tanda yang dipelajari berdasarkan model triadic Charles Sanders Peirce. Representasi dalam video ini berupa visualisasi karakter petugas parkir dengan gaya berpakaian yang mencolok, ekspresi wajah hiperbolik, dan intonasi ucapan yang khas digital native. Objek dari tanda tersebut adalah ciri-ciri Generasi Alpha yang dikenal sebagai ekspresif, percaya diri tinggi, dan cepat beradaptasi dengan tren online. Interpretasi dibentuk dari persepsi penonton tentang sosok parkir sebagai cerminan dari stereotip Generasi Alpha berupa satir lucu.

Tabel 2. Indikator konten pertama @mrci.tv.

Ikon	Konten ini tercermin dari kesamaan bentuk visual antara karakter dan citra umum Gen Alpha.
Indeks	Melalui perilaku fisik dan penggunaan slang yang menunjukkan keterhubungan langsung dengan fenomena sosial generasi digital, seperti: kalimat “gitu aja kok <i>tweaking</i> ” memiliki arti sebagai sesuatu yang berlebihan. Dan istilah “ <i>fanum tax</i> ” dapat diartikan fenomena yang berasal dari budaya populer internet dan merujuk pada kondisi ketika individu mengalami biaya sosial tidak langsung.
Simbol	Bentuk teks <i>overlay</i> dan narasi POV (<i>Point Of View</i>) yang mengandung bahasa gaul dan ekspresi kekinian yang dimaknai sebagai penanda identitas generasional oleh audiens.

Sumber: Penulis.



Gambar 5. Konten lucu yang menggambarkan suasana canggung di lift.

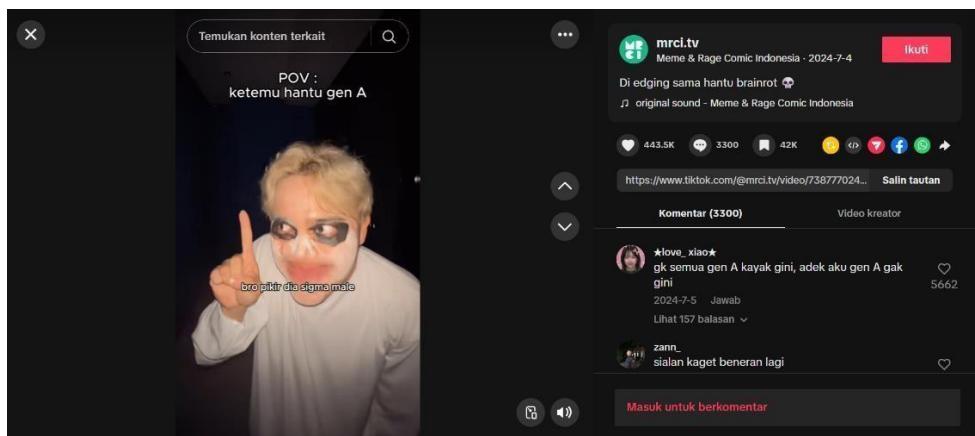
Sumber: Akun TikTok @mrci.tv.

Pada konten video kedua, “Isi Kepala Orang di Lift” yang diunggah pada 3 Juli 2024, menjelaskan perbedaan isi kepala setiap orang yang terjadi di lift secara acak dan bermacam-macam. Video ini mendapat 410.4K *likes*, 7.5K *dibagikan* dengan total 9.1 Juta penayangan yang memunculkan tanda-tanda semiotik yang menggambarkan konstruksi mental Generasi Alpha dalam situasi sosial melalui pendekatan triadic Peirce. Representasi dalam video ini berupa visualisasi ekspresi wajah dan animasi pikiran yang divisualisasikan secara langsung. Objek tanda tersebut adalah kecenderungan Generasi Alpha untuk menginternalisasi konten viral sebagai bagian dari pola pikir sehari-hari mereka. Interpretasi terbentuk dari interpretasi penonton terhadap aktivitas mental karakter sebagai ilustrasi dominasi budaya digital di ruang pribadi.

Tabel 3. Indikator konten kedua @mrci.tv

Ikon	Kesamaan bentuk visual antara situasi nyata dalam lift dan peristiwa yang dikonstruksi dalam video.
Indeks	Penggunaan potongan audio viral dan adanya istilah “ <i>sigma</i> ”, “ <i>rizz</i> ”, “ <i>ohio</i> ” serta diakhiri dengan “ <i>skibidi</i> ” merupakan gaya bahasa yang menunjukkan keterkaitan langsung dengan realitas digital.
Simbol	Melalui teks dalam pikiran yang menandakan bahasa dan konsep yang hanya dapat dipahami dalam kerangka budaya daring yang berkembang di kalangan Generasi Alpha.

Sumber: Penulis.



Gambar 6. Parodi komedi dari hantu bergaya Gen Alpha.

Sumber: Akun TikTok @mrci.tv.

Pada konten ketiga, "POV: Meet the Ghost of Gen A" yang diunggah pada 4 Juli 2024 mampu menghasilkan 443,5 ribu *like*, 28 ribu *share*, dan jumlah *penayangan* 7 Juta penonton membangun Generasi Alpha yang menekankan hubungan antara tanda visual dan interpretasi sosial. Representasi dalam video ini adalah karakter hantu dengan riasan berlebihan, gerak tubuh, dan ucapan hiperbolik yang ditampilkan dalam nuansa horor-parodi. Objek dari tanda ini adalah stereotip Generasi Alpha yang dianggap terlalu mengekspresikan diri dalam berbagai situasi. Interpretant terbentuk dari interpretasi penonton tentang karakter hantu sebagai metafora gaya hidup digital Gen Alpha yang dinilai absurd namun percaya diri.

Tabel 4. Indikator konten ketiga @mrci.tv

Ikon	Kemiripan bentuk fisik dan gaya komunikasi dengan persona yang diasosiasikan dengan Generasi Alpha.
Indeks	Ekspresi verbal yang memuat kosakata gaul berfungsi sebagai bagian dari konvensi linguistik komunitas digital. Misalnya, ungkapan "bro pikir dia sigma male" merepresentasikan konstruksi identitas yang dipahami dalam budaya digital, yakni gambaran laki-laki yang mandiri atau dominan. Sementara itu, penggunaan frasa "oh my GYATTT" menunjukkan bentuk ekspresi emosional berupa keterkejutan yang umum digunakan kreator di ruang interaksi digital.
Simbol	Penggunaan efek suara dramatis dan reaksi yang menunjukkan hubungan langsung dengan performativitas sosial di media digital.

Sumber: Penulis

Melalui diskusi tersebut, ditemukan empat poin tanda berdasarkan tiga konten video TikTok @mrci.tv, yaitu:

1. Citra Generasi Alpha dalam konten menegaskan peran gambar sebagai media utama dalam pembentukan identitas. Elemen seperti ekspresi wajah, intonasi, dan mode muncul berulang kali dan membentuk konvensi visual yang berfungsi sebagai simbol budaya media. Stereotip direproduksi melalui humor dan visualisasi hiperbolik. Gaya berbicara yang berlebihan, bahasa gaul online, dan ekspresi dramatis menghasilkan tanda yang membingkai Generasi Alpha sebagai kelompok hiperaktif, tidak serius, dan konsumtif melawan tren. Dalam kerangka semiotik Peirce, tanda-tanda ini berfungsi sebagai simbol, tetapi pada saat yang sama membatasi pemahaman yang mendalam tentang kompleksitas identitas generasi.
2. Karakter Generasi Alpha yang digambarkan dalam bentuk meme membangun identitas dengan

cara yang hiperbolik, ironis, dan satir. Para peneliti menganalisis konten video yang mengandung elemen meme yang mengaktifkan fungsi semiotik sebagai tanda budaya populer. Struktur lucu, penggunaan jargon digital seperti "*sigma*", "*rizz*", dan "*skibidi*", dan penataan narasi dalam gaya POV menunjukkan bahwa meme berfungsi sebagai sistem kode yang secara kolektif ditafsirkan dalam komunitas online.

3. Benda-benda yang dirujuk oleh simbol dalam konten ini tampaknya telah mempersempit maknanya. Kontennya tidak menampilkan keragaman Gen Alpha, melainkan membingkainya sebagai materi komedi yang mudah ditertawakan. Ini membuka risiko pelabelan berulang, yang mereduksi mereka menjadi objek hiburan, daripada subjek dengan identitas diri. Representasi yang muncul bersifat selektif, menyoroti elemen visual dan linguistik yang paling mencolok, sambil mengabaikan dimensi sosial dan nilai-nilai yang membentuk kehidupan sehari-hari Gen Alpha.
4. Analisis menunjukkan bahwa proses pembentukan makna dalam konten TikTok bersifat perperatif. Pertunjukan ini selaras dengan kerangka triadis Peirce, karena makna terbentuk tidak hanya dari hubungan tanda dan objek, tetapi juga melalui interpretasi kolektif yang terbentuk dari pengalaman interaksi sosial digital. Proses ini sesuai dengan kerangka triadis Peirce: makna hadir tidak hanya dari hubungan tanda dan objek, tetapi juga melalui interpretasi kolektif dari hasil interaksi sosial digital. Kreator menggunakan ekspresi dan gerakan generasi sebagai penanda. Tindakan berlebihan, dialog cepat, dan bahasa gaul membentuk pertunjukan yang menegaskan identitas sosial generasi.

Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa konten video pendek di akun @mrci.tv mengaktifkan respon partisipatif dari audiens sebagai bagian dari rantai makna. Reaksi seperti komentar seperti "*itu nyata*", "*ini adalah Gen Alpha yang sebenarnya*", dan "*Saya merasa seperti saya sarkastik*" menunjukkan keterlibatan emosional serta pengakuan stereotip generasi yang terbentuk dalam konten. Fenomena ini mendukung konsep interpretasi dalam teori Peirce sebagai makna yang terbentuk dalam pikiran penerima, bukan sekadar hasil dari hubungan langsung antara representasi dan objek. Melalui kombinasi sistem tanda simbolik ikonik, dan indeks yang muncul berulang kali dalam format komedi. Penelitian ini berkontribusi pada perluasan wilayah studi semiotika dengan menghadirkan perspektif baru dalam pembacaan identitas digital Generasi Alpha di platform TikTok melalui karya kreator lokal.

Jika dibandingkan dengan studi Firdaus yang menekankan efektivitas tanda visual dan audio dalam menyampaikan pesan politik di TikTok, penelitian ini memperluas fokus pada fungsi tanda sebagai alat pembentukan identitas generasi di ruang hiburan. Sementara Tampubolon menyoroti kekuatan simbol dalam menyampaikan kritik sosial melalui humor, penelitian ini menemukan bahwa humor juga dapat memperkuat stereotip dan menciptakan citra tetap Generasi Alpha sebagai hiperaktif, ekspresif, dan sensitif terhadap tren online. Dengan demikian, konten video tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga menciptakan kerangka sosial yang dapat mempengaruhi persepsi publik terhadap sekelompok generasi.

Refleksi pada hasil menunjukkan bahwa stereotip yang dibangun melalui simbol visual dalam konten digital berisiko memperkuat citra tunggal dari kelompok generasi. Representasi Gen Alpha dalam bentuk karakter yang terlalu aktif, terlalu spontan, atau terlalu digital, dapat membatasi ruang interpretasi dan menempatkan mereka sebagai objek lelucon daripada subjek sosial otonom. Penelitian ini berkontribusi pada kajian semiotika dengan menempatkan media sosial sebagai arena pembentukan identitas dan stereotip melalui sistem tanda yang kompleks. Penelitian ini juga membuka ruang untuk penelitian lebih lanjut yang mengeksplorasi pengaruh algoritma dan budaya digital dalam membentuk pola konsumsi dan makna produksi pada generasi yang lahir dan tumbuh dengan teknologi.

V. SIMPULAN

Temuan fundamental: Penelitian ini menemukan bahwa representasi Generasi Alpha dalam konten TikTok @mrci.tv terbentuk melalui konfigurasi tanda-tanda visual, audio, dan teks yang dapat dijelaskan melalui semiotika Charles Sanders Peirce. Ikon, indeks, dan simbol dalam video membentuk konstruksi makna yang menampilkan karakter Gen Alpha sebagai generasi yang ekspresif, aktif, dan terikat budaya secara digital. Temuan ini memperluas kontribusi teoretis semiotika dalam studi budaya populer dengan menunjukkan bagaimana tanda-tanda dalam media sosial bekerja secara performatif, menciptakan stereotip yang diterima secara luas oleh audiens. **Implikasi** : Refleksi berdasarkan penelitian menunjukkan bahwa pengulangan simbol-simbol tertentu dalam konten humor berpotensi

menyederhanakan identitas Generasi Alpha dan memperkuat citra tunggal. Oleh karena itu, penting bagi pembuat konten seperti @mrcl.tv untuk mempertimbangkan keragaman narasi dalam konten agar tidak hanya mereproduksi stereotip, tetapi juga menampilkan kompleksitas sosial dan nilai-nilai generasi muda. **Keterbatasan :** Meskipun penelitian ini memberikan wawasan tentang representasi Generasi Alpha di TikTok, penelitian ini berfokus secara khusus pada konten dari @mrcl.tv dan tiga video paling interaktif yang dipilih. Oleh karena itu, temuan tersebut mungkin tidak digeneralisasi ke semua konten TikTok atau platform media sosial lainnya, karena pembuat dan konteks yang berbeda dapat menghasilkan penggambaran yang bervariasi. **Penelitian Masa Depan :** Penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan untuk studi lebih lanjut tentang identitas digital dan produksi makna dalam platform berbasis algoritma dan budaya virus. Studi di masa depan dapat mengeksplorasi bagaimana pencipta, genre, dan algoritme platform yang berbeda membentuk citra generasi, serta bagaimana audiens menafsirkan dan menegosiasikan representasi ini di berbagai konteks sosial.

REFERENSI

- [1] D. Kurniawati dkk., "ASPIKOM UNTUK NEGARA".
- [2] M. J. Azhar dan N. M. Aesthetika, "Proses Selebritas Anak Selebriti di TikTok: Studi tentang Paparan Media, Karakteristik Pribadi, dan Keterlibatan Publik," *CHANNEL J. Komun.*, vol. 12, no. 2, hlm. 152–161, Okt 2024, doi: 10.12928/channel.v12i2.985.
- [3] P. Limna, T. Kraiwant, A. Kasrisom, K. Jangjarat, S. Asanprakit, dan Y. Shaengchart, "Kebijakan dan Strategi Pembangunan Generasi Alpha di Era Digital: Perspektif Thailand," 2024.
- [4] E. O. Malelak, J. Taneo, dan V. Riwu, "Penggunaan Teknologi Digital pada Generasi Z dan Alpha dan Implikasinya dalam Layanan Bimbingan dan Konseling," *JAMBURA Guid. Dewan. J.*, vol. 5, no. 2, hlm. 93–106, November 2024, doi: 10.37411/jgcj.v5i2.3293.
- [5] "TANGGAPAN PENGGUNA SLANG: MEDIA SOSIAL TIKTOK DI ERA DIGITAL NATIVE
(Studi tentang Mahasiswa MAN 3 Rukoh Banda Aceh)."
[6] A. Z. Nizar dan N. M. Aesthetika, "Analisis Semiotik Meme Satiris di Akun Twitter @memefess," *Interact. Biasa. Stud. J.*, vol. 1, no. 1, hlm. 161–171, Mei 2024, doi: 10.47134/interaction.v1i1.2544.
- [7] V. Mauk, A. Ahmadi, dan M. Mintowati, "Pertahanan Bahasa Indonesia di Era Globalisasi Generasi Z dan Alfa," 2020.
- [8] A. Z. Nizar dan N. M. Aesthetika, "Analisis Semiotik Meme Satiris di Akun Twitter @memefess," *Interact. Biasa. Stud. J.*, vol. 1, no. 1, hlm. 161–171, Mei 2024, doi: 10.47134/interaction.v1i1.2544.
- [9] R. Bakrin dan Hilalludin Hilalludin, "PENGARUH MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP PERKEMBANGAN KOSAKATA BAHASA INDONESIA PADA GENERASI ALFA," *BEGIBUNG J. Peneliti. Multidisiplin*, vol. 3, no. 2, hlm. 7–19, Apr 2025, doi: 10.62667/begibung.v3i2.152.
- [10] H. Alwisa, S. Aulia, E. N. Safitri, S. Ramadhani, dan P. H. Pebriana, "Analisis Sintaksis Bahasa Indonesia dalam Konteks Penulisan di Media Sosial (Tiktok)", doi: <https://doi.org/10.37985/educazione.v2i1.31>.
- [11] S. Firmansyah, "Pemikiran Filosofis Semiotik dalam Pemahaman Charles Sanders Peirce dan Contoh," *Al-Kauniyah*, vol. 3, no. 2, hlm. 81–91, Desember 2022, doi: 10.56874/alkauniyah.v3i2.877.
- [12] C. S. Pierce, "SEMIOTIKA KOMUNIKASI dalam Perspektif".
- [13] Liana Hutapea dkk., "Analisis Semiotik Logo UIN Sumatera Utara: Pendekatan Tanda dan

Makna Menurut Teori Charles Sanders Peirce," *Filos. Publ. Ilmu Pengetahuan Umum. Desain Seni Budaya*, vol. 2, no. 2, hlm. 60–70, Mei 2025, doi: 10.62383/philosophy.v2i2.602.

- [14] I. Muntriani dan T. T. Widaningsih, "REPRESENTASI NILAI-NILAI BUDAYA MINANGKABAU DALAM SILAT HARIMAU MINANGKABAU DI INSTAGRAM: STUDI SEMIOTIK CHARLES SANDERS PEIRCE," vol. 9, no. 1, 2025.
- [15] Arvy Verian, Zaki Amrullah, dan Dian Astari, "REPRESENTASI FOTO PUBLISITAS POLITIK PUAN MAHARANI DI MAJALAH TEMPO EDISI 19 – 25 SEPTEMBER 2022 (ANALISIS SEMIOTIK CHARLES SANDERS PEIRCE)," *J. Publicuho*, vol. 6, no. 3, hlm. 959–976, Sep 2023, doi: 10.35817/publicuho.v6i3.221.
- [16] F. F. Firdaus, "Studi Semiotik Media Sosial TikTok 'Rian Fahardhi' dalam Pendidikan Partisipasi Politik Gen Z dalam Pemilu 2024. Repository UIN Jakarta".
- [17] J. A. Tampubolon, "Transformasi Cara Generasi Z Mengkritik Koruptor (Analisis Semiotik pada Akun TikTok Presiden Gen-Z)". *Repository UKI*. Tahun 2023.
- [18] D. W. Astari dan P. Lestari, "Analisis Youtube Pemasaran Media Sosial Tayangan Iklan 'Tokopedia x BTS: Berbelanja? TokopediaSaja!'".

- [19] P. A. Wicaksono dan P. Febriana, "Analisis Semiotik Perjuangan Perempuan dalam 'Kuning' Lim Kim," *ANDHARUPA J. Desain Komunal. Vis. Multimed.*, vol. 9, no. 4, hlm. 476–487, Januari 2024, doi: 10.33633/andharupa.v9i4.7193.
- [20] [20] C. Juditha, "Meme di Media Sosial: Analisis Semiotik Meme Haji Lulung," vol. 18, no. 2.
- [21] H. Batubara, S. Rukiyah, dan P. I. Utami, "Analisis Semiotik: Pengertian Komunikasi Visual dalam Poster Periklanan Pelayanan Publik di Media Digital," vol. 4, no. 3, doi: <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.10612>.
- [22] A. D. Kusumandaru dan F. P. Rahmawati, "Implementasi Media Sosial Aplikasi Tik Tok sebagai Media untuk Memperkuat Literasi Sastra dalam Pembelajaran Tematik di Sekolah Dasar," *J. Basicedu*, vol. 6, no. 3, hlm. 4876–4886, Apr 2022, doi: 10.31004/basicedu.v6i3.2972.

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.