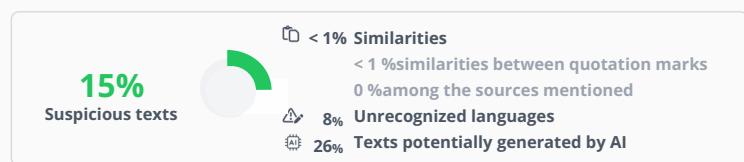




Nariswari Rachma S.R.



Document name: Nariswari Rachma S.R. .docx
Document ID: a6958180c7a5b779534f4e049788dd313c2e8456
Original document size: 4.52 MB

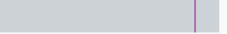
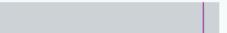
Submitter: UMSIDA Perpustakaan
Submission date: 10/20/2025
Upload type: interface
analysis end date: 10/20/2025

Number of words: 4,452
Number of characters: 33,889

Location of similarities in the document:

☰ Sources of similarities

Sources with incidental similarities

No.	Description	Similarities	Locations	Additional information
1	 repository.ar-raniry.ac.id https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/35870/1/Skripsi TikTok Final watermark (1).pdf	< 1%		 Identical words: < 1% (18 words)
2	 doi.org Analisis Semiotika Logo UIN Sumatera Utara: Pendekatan Tanda dan Ma... https://doi.org/10.62383/filosofi.v2i2.602	< 1%		 Identical words: < 1% (13 words)
3	 dx.doi.org Membangun Personal Branding 'Positif Energy' Melalui Media Sosial ... http://dx.doi.org/10.24912/pr.v8i2.27605	< 1%		 Identical words: < 1% (11 words)

Referenced sources (without similarities detected) These sources were cited in the paper without finding any similarities.

-  <https://doi.org/10.37985/educazione.v2i1.31>
-  <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.10612>

Points of interest



Analisis Semiotika Generasi Alpha dalam Konten TikTok @mrci.tv

Nariswari Rachma Sri Rejeki1, Istiqomah2

1Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Sidoarjo, Indonesia2Fakultas Bisnis Hukum dan Ilmu Sosial

Creative Commons License

DOI:

Sections Info ABSTRACT

Article history:



Submitted: Final Revised: Accepted: Published: Objective: Penelitian ini mengkaji penerapan Generasi Alpha dalam video TikTok akun @mrci.tv menggunakan kerangka semiotika Charles Sanders Peir

ce.



Sebagai digital natives, Generasi Alpha tumbuh dengan budaya populer berbasis meme, bahasa gaul global, dan performativitas visual khas platform video pendek. TikTok diposisikan menjadikan ruang produksi makna yang membentuk identitas generasional. Penelitian bertujuan mengidentifikasi ikon, indeks, dan simbol yang membangun citra Generasi Alpha serta menelusuri proses pemaknaan audiens. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan purposive sampling pada tiga video dengan interaksi tertinggi Juli 2024.



Analisis menggunakan model triadik Peirce (representamen-objek-interpretant) disertai triangulasi waktu.

Hasil memperlihatkan bahwa @mrci.tv menampilkan Generasi Alpha sebagai ekspresif, hiperaktif, dan lekat dengan budaya digital. Ikon, indeks, dan simbol dalam konten membentuk stereotip yang diterima audiens. Temuan menegaskan bahwa humor dan meme tidak hanya bersifat menghibur, tetapi juga membentuk citra generasi dalam wacana publik.



Studi ini berkontribusi pada kajian semiotika digital serta membuka peluang riset lanjutan tentang konstruksi identitas di media sosial. This study examines the implementation of Generation Alpha in TikTok videos uploaded by the @mrci.tv account through the framework of Charles Sanders Peirce's semiotics. As digital natives, Generation Alpha grows up immersed in popular culture shaped by memes, global slang, and the performative visual practices characteristic of short-video platforms. TikTok is positioned not merely as entertainment, but as a cultural arena of meaning production that constructs generational identity. The research aims to identify icons, indexes, and symbols that shape the image of Generation Alpha and to trace the interpretive processes of audiences. A qualitative descriptive method was applied with purposive sampling of three videos with the highest interactions in July 2024. Data analysis employed Peirce's triadic model (representamen-object-interpretant) supported by temporal triangulation to ensure analytical consistency. Findings reveal that @mrci.tv portrays Generation Alpha as expressive, hyperactive, and deeply embedded in digital culture. Icons, indexes, and symbols within the content form generational stereotypes widely recognized by audiences. The study underscores that humor and memes serve not only as tools of entertainment but also as instruments for shaping generational images within public discourse. These findings contribute to the field of digital semiotics and open new directions for further research on identity construction in the context of social media.



Keywords: Semiotika Generasi Alpha TikTok Humor Meme Visual

Semiotics Generation Alpha TikTok Humor Meme Visual

INTRODUCTION

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi dalam dua dekade 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]

Gambar3.Tipologi Tanda Charles Sander Peirce

(Sumber.buku SEMIOTIKA KOMUNIKASI dalam Perspektif Charles Sanders Peirce)

Teorisemiotika 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]Modelinimembantu menelusuri proses produksi dan interpretasi makna secara rinci. memungkinkan peneliti untuk menelusuri proses produksi dan interpretasi makna secara mendalam,mencakup baik bentuk tanda yang terindra, 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 kemitipangan 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 perlawanan 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. Celahnya, 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 membingkai 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, berdasarkan penerapan semiotika Peirce dalam pengamatan interaksi audiens pada ruang digital dijelaskan melalui model triadik: representamen, objek, dan interpretant. Hasil studi diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih kaya mengenai bagaimana makna dibentuk dan dipertahankan dalam komunitas digital Generasi Alpha.

RESEARCH METHOD

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

Pengumpulan data dilakukan melalui teknik purposive sampling, dengan memberikan batasan pada objek penelitian di periode Juli 2024, berdasarkan indikator yang ditampilkan dari jumlah views, likes, dan shares dengan rating tertinggi maka peneliti mengambil tiga konten video, akun @mrci.tv secara konsisten menampilkan seperti humor visual, penggunaan slang global, serta integrasi simbol budaya populer. Dengan pembatasan ini, penelitian dapat lebih terarah dalam menelaah bentuk tanda yang muncul serta hubungannya dengan konstruksi citradanidentitas digital generasi tersebut. Analisis diarahkan pada representasi tanda yang berulang dan menonjol, sehingga dapat ditarik pemahaman menyeluruh mengenai pola semiotik yang berkembang dalam konten.

Untuk memperkuat validitas, digunakan triangulasi waktu dengan membandingkan hasil pengamatan pada beberapa titik periode penelitian, sehingga dapat mengungkap konsistensi maupun pergeseran tanda. Selanjutnya, data dianalisis dengan kerangka semiotika Charles Sanders Peirce, yang mengklasifikasikan tanda ke dalam ikon,



indeks, dan simbol melalui model triadik (representamen-objek-interpretant).

Dengan kerangka ini, penelitian berupaya menguraikan secara sistematis proses pembentukan makna sekaligus menelusuri bagaimana audiens menafsirkan pesan yang terkandung dalam konten TikTok. [23]

RESULTS AND DISCUSSION

RESULTS

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.

DISCUSSION Hasil penelitian 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.

Scene Visualisasi Judul Penjelasan

1.

POV: Ketemu kang parkir gen Alpha Konten ini menjelaskan adanya seseorang sedang berperan menjadi tukang parkir untuk bagian dari tren meme POV (point of view), di mana kreator mengajak penonton membayangkan sudut pandang tertentu. dalam hal ini, bertemu penjaga parkir yang berperlaku 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 memerlukan "hantu Gen Alpha" dengan riasan wajah berlebihan dan ekspresi kocak. Konten ini menggunakan gaya POV (point of view) untuk menggambarkan pertemuan lucu sekaligus absurd dengan karakter Gen Alpha yang seui dengan stereotip Gen Alpha yang identik dengan gaya over-acting, bahasa gaul internet, dan sikap sok keren meski dalam situasi yang tidak masuk akal.

Dalam setiap konten video terdapat elemen visual berupa ekspresi wajah berlebihan, riasan dramatis, serta gaya tutur khas Generasi Alpha yang berfungsi sebagai representamen, yaitu wujud tanda yang dapat langsung ditangkap indera. Elemen ini mengarah pada object, yakni karakteristik Generasi Alpha seperti rasa percaya diri tinggi, penggunaan bahasa gaul daring, dan keterikatan pada budaya meme.[24] Makna dari perpaduan tersebut terbentuk dalam benak penonton sebagai interpretant, berupa konstruksi sosial mengenai identitas Generasi Alpha yang dipersepsikan unik, hiperaktif, sekaligus humoris. [25]

Pada konten video pertama, "POV: Ketemu Kang Parkir Gen Alpha" yang diunggah pada tanggal 1 Juli 2024 menampilkan sebuah percakapan antara tukang parkir dan pengendara. Video ini mendapatkan 799,8K likes, 35,8K shares, serta jumlah views 15,3 Juta sehingga mampu merepresentasikan identitas Generasi Alpha melalui penggunaan tanda yang dikaji berdasarkan model triadik Charles Sanders Peirce. Representamen dalam video ini berupa visualisasi karakter tukang parkir dengan gaya berpakaian mencolok, ekspresi wajah hiperbolik, dan intonasi bicara yang khas digital native. Objek dari tanda tersebut adalah karakteristik Generasi Alpha yang dikenal ekspresif, percaya diri tinggi, serta cepat beradaptasi dengan tren daring. Interpretant terbentuk dari persepsi penonton terhadap sosok parkir sebagai cerminan stereotip Generasi Alpha dalam bentuk sindiran humor.

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 tweaking" memiliki arti sebagai sesuatu yang berlebihan. Dan istilah "fanum tax" dapat diartikan fenomena yang berasal dari budaya populer internet dan merujuk pada kondisi ketika individu mengalami biaya sosial tidak langsung.

Simbol Bentuk teks overlay dan narasi POV (Point Of View) yang mengandung bahasa gaul dan ekspresi kekinian yang dimaknai sebagai penanda identitas generasional oleh audiens.

Pada konten video kedua, "Isi Kepala Orang di Lift" yang diunggah pada tanggal 3 Juli 2024, menjelaskan perbedaan isi kepala tiap orang yang terjadi di dalam lift secara acak dan beragam. Video ini mendapatkan 410,4K likes, 7,5K shares dengan jumlah views 9,1 Juta menimbulkan tanda-tanda semiotik yang menggambarkan konstruksi mental Generasi Alpha dalam situasi sosial melalui pendekatan triadik Peirce. Representamen dalam video ini berupa visualisasi ekspresi wajah serta animasi pikiran yang divisualisasikan secara langsung. Objek dari tanda tersebut adalah kecenderungan Generasi Alpha dalam menginternalisasi konten viral sebagai bagian dari pola pikir harian. Interpretant terbentuk dari pemaknaan penonton terhadap aktivitas mental karakter sebagai gambaran dominasi budaya digital dalam ruang personal.

Ikon Kesamaan bentuk visual antara situasi nyata dalam lift dan peristiwa yang dikonstruksi dalam video.

Indeks Penggunaan potongan audio viral dan adanya istilah "sigma", "rizz", "ohio" serta diakhiri dengan "skibidi" 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.

Pada konten ketiga, "POV: Ketemu Hantu Gen A" yang diunggah pada 4 Juli 2024 mampu menghasilkan 443,5K likes, 28K shares, dan jumlah views 7 Juta penonton mengkonstruksi Generasi Alpha yang menekankan hubungan antara tanda visual dan interpretasi sosial. Representamen dalam video ini adalah karakter hantu dengan makeup berlebihan, gerak tubuh, serta tuturan hiperbolik yang ditampilkan dalam nuansa horor-parodi. Objek dari tanda ini merupakan stereotip Generasi Alpha yang dianggap mengekspresikan diri secara berlebihan dalam berbagai situasi. Interpretant terbentuk dari pemaknaan penonton terhadap karakter hantu sebagai metafora atas gaya hidup digital Gen Alpha yang dianggap absurd namun percaya diri.

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 GYATT" menunjukkan bentuk ekspresiemosional 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.

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

Citra Generasi Alpha dalam konten menegaskan peran gambar sebagai medium utama dalam pembentukan identitas. Elemen seperti ekspresi wajah, intonasi, dan busana muncul berulang kali membentuk konvensi visual yang berfungsi sebagai simbol budaya media. Stereotip direproduksi melalui humor dan visualisasi hiperbolik. Gaya bicara berlebihan, slang daring, dan ekspresi dramatis menghasilkan tanda yang membingkai Generasi Alpha sebagai kelompok hiperaktif, tidak serius, dan konsumtif terhadap tren.



Dalam kerangka semiotika Peirce, tanda ini berfungsi sebagai simbol, namun sekaligus membatasi pemahaman mendalam terhadap kompleksitas identitas generasional. Karakter Generasi Alpha yang digambarkan dalam bentuk meme mengonstruksi identitas dengan cara yang bersifat hiperbolik, ironis, dan satiris. Peneliti menganalisis konten video mengandung elemen meme yang mengaktifkan fungsi semiotik sebagai tanda budaya populer. Struktur humor, penggunaan jargon digital seperti "sigma", "rizz", dan "skibidi", serta penyusunan narasi dalam gaya POV menunjukkan bahwa meme berfungsi sebagai sistem kode yang dimaknai secara kolektif dalam komunitas daring. Objek yang dirujuk oleh simbol dalam konten ini tampak mengalami penyempitan makna. Konten tidak menampilkan keragaman Gen Alpha, melainkan membungkai mereka sebagai materi komedi yang mudah ditertawakan. Hal ini membuka risiko pelabelan berulang, yang mereduksi mereka menjadi objek hiburan, bukan subjek dengan identitas mandiri. Representasi yang muncul bersifat selektif, menyorot elemen visual dan bahasa yang paling mencolok, sambil mengabaikan dimensi sosial dan nilai yang membentuk keseharian Gen Alpha. Analisis menunjukkan bahwa proses pembentukan makna dalam konten TikTok bersifat performatifitas. Performa ini selaras dengan kerangka triadik Peirce, karena makna terbentuk bukan hanya dari hubungan tanda dan objek, tetapi juga melalui interpretasi kolektif yang terbentuk dari pengalaman interaksi sosial digital. Proses ini sesuai dengan kerangka triadik Peirce: makna hadir bukan hanya dari relasi tanda dan objek, tetapi juga lewat interpretasi kolektif hasil interaksi sosial digital.

Kreator memanfaatkan ekspresi dan gestur khas generasi sebagai penanda. Aksi berlebihan, dialog cepat, dan bahasa gaul membentuk performa yang menegaskan identitas sosial generasi tersebut.

Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa konten video pendek pada akun @mrci.tv mengaktifkan respons partisipatif dari audiens sebagai bagian dari rantai makna. Reaksi seperti komentar bertema "real banget", "ini Gen Alpha asli", dan "gue ngerasa kena sindir" mengindikasikan keterlibatan emosional sekaligus pengakuan terhadap stereotip generasional yang dibentuk dalam konten. Fenomena ini mendukung konsep interpretant dalam teori Peirce sebagai makna yang terbentuk dalam benak penerima, bukan sekadar hasil relasi langsung antara representamen dan objek. Melalui kombinasi sistem tanda yang bersifat simbolik, ikonik, dan indeksikal yang muncul secara berulang dalam format komedi. Penelitian ini memberikan kontribusi pada perluasan wilayah kajian semiotika dengan menghadirkan perspektif baru dalam pembacaan identitas digital Generasi Alpha di platform TikTok melalui karya kreator lokal.



Ketika dibandingkan dengan studi Firdaus (2024) yang menekankan efektivitas tanda visual dan audio dalam menyampaikan pesan politik di TikTok, penelitian ini memperluas fokus pada fungsi tanda sebagai alat pembentuk identitas generasional dalam ruang hiburan. Sementara Tampubolon (2023) menyoroti kekuatan simbol dalam menyampaikan kritik sosial melalui humor, studi ini menemukan bahwa humor juga dapat memperkuat stereotip dan menciptakan citra tetap terhadap Generasi Alpha sebagai hiperaktif, ekspresif, dan sensitif terhadap tren daring. Dengan demikian, konten video tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga menciptakan bingkai sosial yang dapat memengaruhi persepsi publik terhadap suatu kelompok generasi.

Refleksi terhadap hasil menunjukkan bahwa stereotip yang dibangun melalui simbol-simbol visual dalam konten digital berisiko memperkuat citra tunggal terhadap suatu 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, bukan subjek sosial yang otonom. Penelitian ini memberikan kontribusi pada kajian semiotika dengan menempatkan media sosial sebagai arena pembentukan identitas dan stereotip melalui sistem tanda yang kompleks. Studi ini juga membuka ruang untuk riset lanjutan yang mengeksplorasi pengaruh algoritma dan kultur digital dalam membentuk pola konsumsi dan produksi makna pada generasi yang lahir dan tumbuh bersama teknologi.

CONCLUSION

Penelitian ini menemukan bahwa representasi Generasi Alpha dalam konten TikTok @mrci.tv dibentuk melalui konfigurasi 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 digital. Temuan ini memperluas kontribusi teoritis semiotika dalam kajian budaya populer dengan menunjukkan bagaimana tanda-tanda dalam media sosial bekerja secara performatif, menciptakan stereotip yang diterima luas oleh audiens.

Refleksi berdasarkan penelitian menunjukkan bahwa pengulangan simbol tertentu dalam konten humor berpotensi menyederhanakan identitas Generasi Alpha dan memperkuat citra tunggal. Olehkarena itu, penting bagi kreator seperti @mrci.tv untuk mempertimbangkan keberagaman narasi dalam konten agar tidak hanya mereproduksi stereotip, tetapi juga menampilkan kompleksitas sosial dan nilai generasi muda. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi studi lanjutan tentang identitas digital dan produksi makna dalam platform berbasis algoritma dan budaya viral.



REFERENCES

- [1] D. Kurniawati dkk., "ASPIKOM UNTUK NEGERI".
- [2] M. J. Azhar d

an N. M. Aesthetika, "Celebrification Process of Celebrity Children on TikTok: A Study on Media Exposure, Personal Characteristics, and Public Engagement," CHANNEL J.



- Komun., vol.12, no. 2, hlm. 152–161, Okt 2024, doi: 10.12928/channel.v1i2.985.
- [3] P. Limna, T. Kraiwant, A. Kasrison, K. Jangjarat, S. Asanprakit, dan Y. Shaengchart,

"Generation Alpha Development Policy and Strategy in the Digital Era: A Thai Perspective," 2024.

- [4] E.O. Malelak, J. Taneo, dan V. Riwi, "Penggunaan Teknologi Digital pada Generasi Z dan Alpha serta Implikasinya dalam Layanan Bimbingan dan Konseling," JAMBURA Guid. Couns. J., vol.5,no.2,hlm. 93–106, Nov 2024, doi: 10.37411/jgcj.v5i2.3293.
- [5]"RESPON



repository.ar-raniry.ac.id

<https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/35870/1/Skripsi%20TikTok%20Final%20watermark%20%281%29.pdf>

PENGGUNABAHASA GAUL : MEDIA SOSIAL TIKTOK DI ERA DIGITAL NATIVE (Studi Pada Siswa MAN 3 Rukoh Banda

Aceh)."

- [6] A.Z.Nizardan N.



M. Aesthetika,

"Analisis Semiotika Meme Satir di Akun Twitter @memefess,"

Interact. Commun. Stud. J., vol. 1, no. 1, hlm. 161–171, Mei 2024, doi: 10.47134/interaction.v1i1.

2544.

- [7] V. Mauk, A. Ahmad, dan M. Mintowati, "Defense of Indonesian Language in the Globalization Era in Generation Z and Alpha," 2020.

- [8] A.Z.Nizardan N.



M. Aesthetika,

"Analisis Semiotika Meme Satir di Akun Twitter @memefess,"

Interact. Commun. Stud. J., vol. 1, no. 1, hlm. 161–171, Mei 2024, doi: 10.47134/interaction.v1i1.

2544.

- [9] R. Bakrindan Hilalludin, "PENGARUH MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP PERKEMBANGAN KOSAKATA BAHASA INDONESIA PADA GENERASI ALFA,"



BEGIBUNG].Penelit. 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 Filsafat Semiotika Dalam Pemahaman Charles Sanders Peirce Dan Contohnya,"



Al-Kauniyah, vol. 3, no. 2, hlm. 81–91, Des 2022, doi: 10.56874/alkauniyah.v3i2.877.
[12]C.

S. Pierce, "SEMIOTIKA KOMUNIKASI dalam Perspektif".



[13]LianaHutapea dkk.,

"Analisis

 doi.org | Analisis Semiotika Logo UIN Sumatera Utara: Pendekatan Tanda dan Makna Menurut Teori Charles Sanders Peirce
<https://doi.org/10.62383/filosofi.v2i2.602>

SemiotikaLogo UIN Sumatera Utara:
PendekatanTanda dan Makna Menurut Teori Charles Sanders

Peirce," Filos. Publ. Ilmu Komun. Desain Seni Budaya,



vol.2,no.2,hlm. 60–70, Mei 2025, doi: 10.62383/filosofi.v2i2.602.
[14]I.Muntriani dan T. T.



Widaningsih,

"REPRESENTATION OF MINANGKABAU CULTURAL VALUES IN MINANGKABAU TIGER SILAT ON INSTAGRAM: SEMIOTIC STUDY OF CHARLES SANDERS PEIRCE," vol. 9, no. 1, 2025.
[15]ArvyVerian, Zaki Amrullah, dan Dian Astari, "REPRESENTASI FOTO PUBLISITAS POLITIK PUAN MAHARANI PADA MAJALAH TEMPO EDISI 19 – 25 SEPTEMBER 2022 (ANALISIS SEMIOTIKA CHARLESSANDERS PEIRCE)," J. Publicuho, vol. 6, no. 3,



hlm. 959–976, Sep 2023, doi: 10.35817/publicuho.v6i3.221.
[16]F.

F. Firdaus, "Studi Semiotika Sosial Media TikTok 'Rian Fahardhi' dalam Pendidikan Partisipasi Politik Gen Z pada Pemilu 2024. UIN Jakarta Repository"



[17]

"Tampubolon, J. A. (2023). Transformasi Cara Generasi Z dalam Melakukan Kritikan Terhadap Koruptor (Analisis Semiotik pada Akun TikTok Presiden Gen-Z). Repository UKI."



[18]D. W. Astari dan P.



[19]P.A.Wicaksono dan P.

Febriana, "Analisis Semiotika Perjuangan Perempuan dalam Musik Video Lim Kim 'Yellow,'"



ANDHARUPA J. Desain Komun. Vis. Multimed., vol. 9, no. 4, hlm. 476–487, Jan 2024, doi: 10.33633/andharupa.v9i4.7193.

[20]C.

Juditha, "Meme di Media Sosial: Analisis Semiotik Meme Haji Lulung Meme in Social Media: Semiotic Analysis Of Hajj Lulung Memes," vol. 18, no. 2.

[21]H.Batubara, S. Rukiyah, dan P. I. Utami, "Analisis Semiotika: Pemaknaan Komunikasi Visual Pada Poster Iklan Layanan Masyarakat 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 Menguatkan 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.

[23]S.

Aryani dan M. R. Yuwita, "



dx.doi.org | Membangun Personal Branding 'Positif Energy' Melalui Media Sosial Shasa Zhania

<http://dx.doi.org/10.24912/pr.v8i2.27605>

ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE PADA SIMBOL RAMBU LALU LINTAS DEAD

END,"



Mahadayaj.Bhs. Sastra Dan Budaya, vol. 3, no. 1, hlm. 65–72, Mei 2023, doi: 10.34010/mhd.v3i1.7886.

[24]D.N.Fatima, S. J. Ejaz, dan G.

Miran, "Exploring the Role of Visual Semiotics Analysis in Digital Communication for Ideological Purposes; A Study of Memes and Emojis".

[25]"MAKNASIMBOL SENYUM PADA IKLAN LAY'S DI TELEVISI(ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PIERCE)."