ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN EMOJI JEMPOL PADA APLIKASI WHATSAPP TERHADAP KUALITAS KOMUNIKASI INTERPERSONAL MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIMUDA SORONG

Muhamad Ryan Ikbal¹, Nursyamsi², Juminah³

^{1,2,3} Ilmu Komunikasi, Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong, Sorong, Indonesia

E-mail Koresponden: mryanikbal@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh penggunaan emoji jempol pada aplikasi WhatsApp terhadap kualitas komunikasi interpersonal mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pendidikan Muhammadiyah (UNIMUDA) Sorong. Fenomena komunikasi digital yang dominan dalam kehidupan mahasiswa, khususnya melalui WhatsApp, memungkinkan interaksi menggunakan emoji sebagai simbol nonverbal. Emoji jempol yang populer memiliki beragam interpretasi dari persetujuan hingga sarkasme, dapat menimbulkan ambiguitas dalam komunikasi interpersonal. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei cross-sectional. Populasi adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi UNIMUDA Sorong angkatan 2021-2024 dengan sampel 38 responden yang dipilih menggunakan simple random sampling. Data dikumpulkan melalui observasi, kuesioner tertutup skala Likert, dan dokumentasi. Analisis menggunakan statistik deskriptif dan regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan mayoritas mahasiswa menggunakan emoji jempol secara konsisten dengan makna dominan sebagai simbol persetujuan (17,58%) dan apresiasi (17,03%). Analisis regresi menunjukkan pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan emoji jempol terhadap kualitas komunikasi interpersonal ($t\text{-hitung} = 10,311 > t\text{-tabel} = 1,66830$) dengan kontribusi 74,7%. Kesimpulan penelitian adalah emoji jempol berperan penting dalam memperkaya komunikasi digital dan meningkatkan efektivitas komunikasi interpersonal mahasiswa.

Kata kunci: Emoji Jempol; Whatsapp; Komunikasi Interpersonal; Komunikasi Digital; Mahasiswa Ilmu Komunikasi

Abstract

This study aims to analyze the influence of thumbs-up emoji usage on WhatsApp application on the quality of interpersonal communication among Communication Science students at Muhammadiyah University of Education (UNIMUDA) Sorong. The phenomenon of digital communication that dominates students' lives, particularly through WhatsApp, enables interactions using emoji as nonverbal symbols. The popular thumbs-up emoji has various interpretations ranging from approval to sarcasm, potentially causing ambiguity in interpersonal communication. The research employed a descriptive quantitative approach with cross-sectional survey method. The population consisted of Communication Science students at UNIMUDA Sorong from the 2021-2024 cohorts, with a sample of 38 respondents selected using simple random sampling. Data were collected through observation, closed questionnaires using Likert scale, and documentation. Analysis utilized descriptive statistics and simple linear regression. The research findings indicate that the majority of students use thumbs-up emoji consistently with dominant meanings as symbols of approval (17.58%) and appreciation (17.03%). Regression analysis shows a positive and significant influence between thumbs-up emoji usage and interpersonal communication quality ($t\text{-calculated} = 10.311 > t\text{-table} = 1.66830$) with a contribution of 74.7%. The research concludes that thumbs-up emoji plays an important role in enriching digital communication and improving the effectiveness of students' interpersonal communication.

Key words: *Thumbs-Up Emoji; Whatsapp; Interpersonal Communication; Digital Communication; Communication Science Students.*

Article History:

Received : 2025-05-11

Revised : 2025-06-10

Accepted : 2025-07-11

PENDAHULUAN

Transformasi digital yang berlangsung sejak paruh kedua abad ke-20 telah mengubah fundamental cara manusia berkomunikasi. Revolusi teknologi komunikasi dari analog ke digital tidak hanya meningkatkan efisiensi distribusi informasi, tetapi juga menciptakan paradigma baru dalam interaksi *interpersonal*. Transisi ini menandai babak baru dalam akses informasi, di mana distribusi dan penerimaan informasi menjadi lebih efisien dan mudah dijangkau, memberikan pengaruh signifikan terhadap pola interaksi manusia dalam berbagai konteks sosial (Mulyana, 2017).

Komunikasi *interpersonal* sebagai proses dinamis pertukaran informasi, ide, dan emosi antara individu, telah mengalami evolusi yang mendasar. Sebelumnya terbatas pada interaksi langsung atau media konvensional seperti surat dan telepon, kini komunikasi *interpersonal* diperkaya oleh berbagai platform digital yang memungkinkan komunikasi tanpa batas geografis dan temporal. Hadirnya media sosial, aplikasi pesan instan, dan teknologi konferensi video telah memungkinkan komunikasi *interpersonal* dengan fleksibilitas yang lebih tinggi, membuka peluang baru dalam interaksi sosial (DeVito, 2016).

Evolusi komunikasi digital telah memperluas spektrum ekspresi verbal dan nonverbal dalam interaksi *interpersonal* melalui integrasi elemen visual simbolik seperti emoji. Selain komunikasi tekstual dan audio, platform digital memfasilitasi penggunaan simbol visual untuk mengekspresikan nuansa emosional yang kompleks. Perkembangan teknologi komunikasi digital terus mengalami percepatan dengan munculnya kecerdasan buatan dan realitas virtual, namun efektivitas komunikasi *interpersonal* tidak hanya bergantung pada kecanggihan teknologi, melainkan juga pada kompetensi sosial, kemampuan empati, dan pemahaman terhadap konteks sosial yang melingkupi interaksi tersebut (Wood, 2020).

Dalam konteks Indonesia, penetrasi media sosial mencapai angka yang signifikan dengan jumlah pengguna mencapai sekitar 193 juta atau 70% dari total populasi. Besarnya basis pengguna media sosial ini menunjukkan betapa pentingnya peran teknologi komunikasi digital dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Aplikasi *WhatsApp* menjadi salah satu platform komunikasi yang paling dominan, tidak hanya memfasilitasi komunikasi melalui teks, tetapi juga melalui penggunaan emoji yang mampu menambah dimensi simbolik dalam pesan yang disampaikan (Nurhayati & Wolff, 2021; Cangara, 2020).

Emoji telah berkembang menjadi instrumen komunikasi yang memiliki peran strategis dalam membentuk makna dan membangun pemahaman kolektif. Kemampuan emoji dalam mengekspresikan gradasi emosi yang kompleks secara visual berkontribusi pada peningkatan efektivitas komunikasi, terutama dalam konteks komunikasi digital yang sering bersifat asinkron. Emoji jempol, secara khusus, telah menjadi simbol universal untuk persetujuan, konsensus, dan dukungan dalam komunikasi digital, memberikan cara yang efisien untuk menyampaikan respons positif tanpa perlu elaborasi tekstual yang panjang (Riordan, 2017). Namun, realitas empiris menunjukkan adanya kompleksitas dan ambiguitas dalam implementasi penggunaan emoji, khususnya emoji jempol. Penelitian yang dilakukan oleh Hariani (2023) mengenai penggunaan stiker *WhatsApp* sebagai komunikasi nonverbal dalam interaksi *interpersonal* mahasiswa mengungkapkan adanya variasi persepsi terkait makna emoji di antara pengguna. Tidak jarang, pemanfaatan emoji justru menimbulkan kesalahan interpretasi yang dapat menghambat efektivitas komunikasi. Fenomena ini menunjukkan bahwa meskipun emoji dirancang untuk memperjelas komunikasi, interpretasi yang bervariasi dapat menciptakan hambatan dalam pemahaman pesan.

Faktor-faktor seperti perbedaan generasi, konteks sosial, dan preferensi personal dapat mempengaruhi bagaimana emoji dipersepsikan dan dipahami. Penelitian menunjukkan bahwa emoji dapat meningkatkan kualitas komunikasi dengan menambahkan konteks dan memperjelas makna, namun interpretasi yang bernuansa dari isyarat visual ini dapat bervariasi di antara individu dan budaya. Pengguna media sosial, khususnya *WhatsApp*, secara aktif memilih emoji untuk memenuhi berbagai kebutuhan komunikasi, seperti mengekspresikan emosi, memperjelas makna pesan, dan membangun relasi sosial (Guntuku dkk., 2019; Baktiar dkk., 2022).

Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi UNIMUDA, sebagai pengguna aktif aplikasi *WhatsApp*, menggunakan emoji jempol dalam berbagai konteks komunikasi sehari-hari. Observasi menunjukkan bahwa dalam komunikasi *interpersonal* melalui media digital,

emoji jempol memberikan impresi yang kuat dan sering digunakan dalam komunikasi keseharian mahasiswa. Namun, pemahaman tentang bagaimana emoji ini berdampak pada komunikasi *interpersonal* menjadi sangat penting, khususnya dalam konteks akademik di mana komunikasi yang efektif merupakan komponen esensial dalam proses pembelajaran dan interaksi sosial.

Kondisi ideal yang diharapkan adalah penggunaan emoji sebagai elemen pelengkap dalam pesan digital mampu memperkaya makna komunikasi dan memperlancar hubungan *interpersonal* antar mahasiswa. Emoji jempol diharapkan dapat menjadi bentuk ekspresi nonverbal yang menyiratkan persetujuan, dukungan, atau penerimaan. Namun, realitas menunjukkan bahwa tidak selalu demikian. Ketika mahasiswa berkomunikasi, emoji jempol tidak selalu diartikan sebagai menyukai, menyetujui, atau mengapresiasi, namun juga ternyata untuk menunjukkan bahwa pesan tersebut sudah dibaca atau hanya sekadar simbol penghubung bukan dalam artian menyukai atau mengapresiasi.

Fenomena ambiguitas interpretasi emoji jempol ini menciptakan pertanyaan penting tentang efektivitas komunikasi digital dalam konteks *interpersonal*. Mahasiswa Ilmu Komunikasi, yang dituntut untuk memahami berbagai aspek komunikasi dan membangun hubungan *interpersonal* yang berkualitas, menghadapi tantangan dalam menginterpretasikan makna emoji dalam komunikasi digital. Masih menjadi pertanyaan apakah penggunaan emoji tertentu, seperti emoji jempol, benar-benar meningkatkan kualitas komunikasi *interpersonal*, atau justru mengurangi kedalaman interaksi karena potensi ambiguitas yang ditimbulkannya (Beebe dkk., 2019).

Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis bertujuan untuk menganalisis secara mendalam bagaimana mahasiswa Ilmu Komunikasi UNIMUDA memaknai penggunaan emoji jempol dalam konteks komunikasi sehari-hari, serta dampaknya terhadap kualitas komunikasi *interpersonal*. Penelitian ini dirumuskan untuk menjawab dua pertanyaan utama: pertama, bagaimana persepsi dan pemaknaan mahasiswa Ilmu Komunikasi terhadap penggunaan emoji jempol dalam aplikasi *WhatsApp*? Apakah penggunaan emoji jempol dalam aplikasi *WhatsApp* berpengaruh terhadap kualitas komunikasi *interpersonal* mahasiswa Ilmu Komunikasi?

Penulis berargumen bahwa penggunaan emoji jempol dalam komunikasi digital memiliki dampak signifikan terhadap kualitas komunikasi *interpersonal* mahasiswa. Emoji jempol, sebagai bentuk komunikasi nonverbal dalam platform digital, dapat mempengaruhi efektivitas penyampaian pesan dan pemahaman makna dalam interaksi *interpersonal*. Namun, variasi interpretasi terhadap emoji jempol dapat menciptakan ambiguitas yang berpotensi mengurangi kualitas komunikasi. Berdasarkan argumen tersebut maka hipotesis alternatif menyatakan bahwa penggunaan emoji jempol dalam aplikasi *WhatsApp* memberikan pengaruh signifikan terhadap kualitas komunikasi *interpersonal* mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, dengan hipotesis nol yang menyatakan sebaliknya.

LITERATURE REVIEW

Analisis Pengaruh

Penelitian ini didasarkan pada konsep analisis sebagai proses sistematis untuk mencari dan mengorganisir data dari berbagai sumber (Sugiyono, 2019). Analisis merupakan aktivitas yang berfokus pada abstraksi dan pengorganisasian data secara sistematis dan rasional untuk memberikan solusi terhadap berbagai permasalahan (Suryana, 2015). Pengaruh didefinisikan sebagai hubungan sebab-akibat antara variabel independen dan dependen yang dapat diukur dan dianalisis secara empiris (Creswell & Creswell, 2018).

Komunikasi Digital

Komunikasi digital mengacu pada konsep yang dikembangkan oleh Mulyana (2017) yang menguraikan bahwa komunikasi memerlukan pemahaman melalui berbagai perspektif analisis multidimensi. Cangara (2020) menjelaskan bahwa komunikasi berasal dari kata Latin *communicatio* yang memiliki makna fundamental kesamaan atau kebersamaan dalam pemahaman atau interpretasi makna.

Komunikasi digital nonverbal merupakan paradigma teoretis yang menguraikan proses adaptasi dan transformasi komunikasi nonverbal konvensional ke dalam ranah digital. Derks, Bos, & Von Grumbkow (2008) serta Lo (2008) mengklasifikasikan emoticon sebagai "quasi-nonverbal cues" yang menjalankan fungsi komunikasi nonverbal. Prada dkk., (2018) mengungkapkan bahwa pengguna menggunakan emoji lebih sering dengan sikap yang lebih

positif dan tingkat identifikasi yang lebih dalam. Daniel dan Camp (2018) melaporkan bahwa pesan dengan emoji yang sesuai dinilai lebih mudah dipahami, menunjukkan peran fungsional emoji dalam meningkatkan pemahaman komunikasi digital.

Komunikasi *Interpersonal*

Komunikasi *interpersonal* merupakan bentuk komunikasi yang berlangsung antara dua individu yang telah membangun hubungan yang terdefinisi dengan jelas (DeVito, 2016). Mulyana (2007) menyatakan bahwa komunikasi *interpersonal* merupakan bentuk komunikasi tatap muka antar individu yang memfasilitasi observasi dan respons reaksi pihak lain secara real-time.

DeVito (2016) mengidentifikasi lima karakteristik fundamental dalam komunikasi *interpersonal*: (1) keterbukaan, (2) empati, (3) dukungan, (4) sikap positif, dan (5) kesetaraan. Tubbs dan Moss (2008) menjelaskan bahwa komunikasi efektif memiliki karakteristik berupa terciptanya pemahaman, menimbulkan rasa senang, mempengaruhi sikap, meningkatkan kualitas hubungan sosial, dan menghasilkan tindakan nyata.

Platform Digital *WhatsApp*

WhatsApp sebagai platform komunikasi digital memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari aplikasi messaging lainnya. Sebagai aplikasi pesan instan lintas platform yang didirikan pada tahun 2009, *WhatsApp* telah mencapai 3 miliar pengguna per bulan pada tahun 2025. Platform ini memfasilitasi komunikasi *interpersonal* dengan karakteristik yang memungkinkan feedback yang langsung dan personal (Wood, 2020). Beebe dkk., (2019) menjelaskan bahwa komunikasi *interpersonal* melalui *WhatsApp* memungkinkan penyampaian ekspresi emosional yang lebih variatif melalui simbol-simbol visual.

Emoji dalam Komunikasi Digital

Emoji didefinisikan sebagai simbol visual yang digunakan dalam komunikasi berbasis komputer (Computer Mediated Communication/CMC) untuk menyampaikan emosi, objek, atau konsep tertentu (Wiseman & Gould, 2019). Dalam konteks komunikasi digital, emoji berfungsi sebagai bahasa tubuh dalam percakapan online (Galloway & Kurita, 2019).

Simbol-simbol emoji merupakan cara untuk mencapai ekspresi emosional dan transmisi makna dalam komunikasi yang dimediasi komputer (Liu & Liu, 2020). Chen dkk., (2024) menunjukkan bahwa berbagai modalitas yang disediakan oleh emoji telah memberikan pengguna kemampuan komunikasi afektif yang lebih besar. Namun, Guntuku dkk., (2019) mengidentifikasi adanya disparitas signifikan dalam penggunaan dan interpretasi emoji antara budaya Timur dan Barat, menunjukkan bahwa emoji tidak memiliki makna universal yang konsisten di seluruh budaya.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif bersifat deskriptif untuk menginvestigasi efek dari penggunaan ikon jempol pada aplikasi *WhatsApp* dalam mempengaruhi kualitas interaksi *interpersonal* mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi. Metode kuantitatif dipilih karena memberikan kemampuan untuk menganalisis hubungan antar variabel dengan cara yang objektif melalui kegiatan pengumpulan dan evaluasi data numerik.

Waktu dan Tempat Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di lingkungan kampus Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong dengan periode pelaksanaan selama dua bulan, yaitu dari 1 Maret sampai dengan 30 April 2025. Pertimbangan pemilihan lokasi tersebut berdasarkan pada kemudahan akses yang dapat diperoleh peneliti dalam menjalankan aktivitas penelitian di lingkungan kampus Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong.

Target/Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini, populasi didefinisikan sebagai objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang menjadi fokus penelitian. Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong dari angkatan 2021 hingga 2024 menjadi subjek dalam penelitian ini. Jumlah sampel yang akan diambil peneliti sebanyak 38 mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong yang aktif menggunakan media

pesan instan atau *WhatsApp* dengan simple random sampling sebagai metode pengambilan sampel.

Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

Instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini terdiri dari lembar observasi dan kuesioner tertutup. Untuk mencatat bagaimana penggunaan emoji jempol diterapkan pada interaksi mahasiswa dalam aplikasi *WhatsApp*, digunakan lembar observasi. Adapun kuesioner tertutup akan disusun menggunakan skala Likert guna mengukur persepsi dan pengalaman mahasiswa Ilmu Komunikasi dalam menggunakan emoji jempol pada aplikasi *WhatsApp*, yang meliputi pertanyaan mengenai frekuensi penggunaan emoji, konteks penggunaannya, serta dampak yang dirasakan terhadap komunikasi *interpersonal* mereka.

Untuk memperoleh data yang komprehensif dan akurat sesuai dengan tujuan penelitian, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yang saling melengkapi. Adapun teknik-teknik tersebut meliputi:

Metode Observasi

Sebagai salah satu teknik pengumpulan data kuantitatif yang dianjurkan untuk mendapatkan data-data deskriptif, teknik observasi ini digunakan untuk memahami pola, norma, dan makna perilaku dari subjek yang akan diteliti. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung interaksi mahasiswa dalam grup *WhatsApp* untuk mencatat penggunaan emoji jempol dalam konteks komunikasi sehari-hari.

Metode Kuesioner

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab, dengan tipe pertanyaan yang lebih terfokus pada pertanyaan tertutup. Kuesioner disusun menggunakan skala Likert dengan lima tingkatan untuk mengukur intensitas persepsi dan pengalaman responden terhadap penggunaan emoji jempol dalam komunikasi *interpersonal*.

Metode Dokumentasi

Pengumpulan data melalui penulisan peneliti dari sumber yang didapat dari peneliti serta informasi tambahan yang dapat mendukung dan memperkuat hasil penelitian. Dokumentasi meliputi *screenshot* percakapan, catatan lapangan, dan literatur yang relevan dengan topik penelitian untuk memberikan konteks yang lebih mendalam terhadap temuan penelitian.

Teknik Analisis Data

Data yang telah diperoleh peneliti dari hasil pengumpulan data akan dianalisis menggunakan analisis statistik deskriptif dan regresi linier sederhana yang bertujuan untuk memahami persepsi penggunaan jempol serta pengaruhnya terhadap kualitas komunikasi *interpersonal* mahasiswa Ilmu Komunikasi.

Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai data yang diperoleh dari hasil kuesioner dan observasi. Analisis ini meliputi:

Persiapan Data

Setelah data diperoleh melalui kuesioner dan observasi, kegiatan selanjutnya yaitu menentukan skala pengukuran data, untuk data dari lembar observasi sebagian besar bersifat frekuensi (jumlah penggunaan) dan kategori (konteks dan makna). Frekuensi penggunaan emoji jempol akan dihitung dalam bentuk jumlah total atau rata-rata. Sedangkan kategori konteks dan makna emoji jempol dapat dianalisis dalam bentuk persentase dari total responden.

Teknik Penghitungan Statistik Deskriptif

Peneliti akan menggunakan beberapa aplikasi untuk membantu perhitungan data seperti *Microsoft Excel* dan SPSS. Langkah pertama untuk menghitung berapa kali emoji jempol digunakan dalam berbagai konteks, peneliti akan menggunakan rumus:

Frekuensi penggunaan : $\sum X$

X : jumlah penggunaan emoji jempol dalam berbagai situasi. Dan hasilnya akan disajikan dalam bentuk rata-rata penggunaan per percakapan atau per responden.

Langkah kedua untuk mengetahui dalam konteks emoji jempol yang lebih sering digunakan, peneliti akan menghitung persentase penggunaan dalam masing-masing kategori dengan rumus:

$$\text{Persentase} = (\text{Jumlah Kemunculan Konteks} / \text{Total Penggunaan Emoji Jempol}) \times 100\%$$

Langkah ketiga untuk mengetahui bagaimana mahasiswa memaknai emoji jempol, peneliti akan menggunakan skala persentase dari setiap kategori jawaban dengan rumus: Persentase = (Jumlah Responden yang Memilih Kategori / Total Responden) × 100%

Interpretasi Dari Hasil Visualisasi Data

Peneliti akan menyajikan hasil visualisasi data menggunakan tabel dan diagram. Dari tabel dan diagram tersebut dapat dilihat kecenderungan persepsi mahasiswa terhadap penggunaan emoji jempol, seperti apakah emoji ini dipandang sebagai simbol persetujuan, dukungan, atau juga sindiran.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi merupakan suatu model matematis yang dapat digunakan untuk mengetahui bentuk hubungan antar dua atau beberapa variabel. Langkah pertama dalam analisis ini yaitu melakukan prediksi. Untuk melakukan prediksi maka diperlukan beberapa metode dan metode yang paling sering digunakan dalam penelitian adalah metode kuadrat kecil (*least square*) yang mana jika dihubungkan X dan Y pada model probabilistik dapat dibentuk menjadi: $Y = a + bX + e$

Keterangan: Y = Variabel Dependen (Kualitas komunikasi interpersonal mahasiswa Ilmu Komunikasi) X = Variabel Independen (Penggunaan emoji jempol) a = Intercept, besarnya rata-rata variabel Y ketika variabel X = 0

b = Slope, perkiraan besarnya perubahan nilai variabel Y bila nilai variabel X berubah satu unit pengukuran

e = nilai kesalahan (error) yaitu selisih antara nilai Y individual yang teramati dengan nilai Y yang sesungguhnya pada titik X tertentu.

Langkah-langkah analisis:

Perumusan Hipotesis:

Ha : Penggunaan emoji jempol pada aplikasi WhatsApp berpengaruh terhadap kualitas komunikasi interpersonal mahasiswa Ilmu Komunikasi.

H0 : Penggunaan emoji jempol pada aplikasi WhatsApp tidak berpengaruh pada kualitas komunikasi interpersonal mahasiswa Ilmu Komunikasi.

Hipotesis Statistik:

Ha : $r \neq 0$ H0 : $r = 0$ Perhitungan Korelasi Product Moment Pearson:

Menggunakan rumus korelasi untuk mencari nilai r hitung

Menghitung Koefisien Determinasi:

$R^2 = r^2 \times 100\%$ Uji Signifikansi:

Menggunakan uji t untuk menguji signifikansi korelasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Demografis Responden

Tabel 1.1 Karakteristik Demografis

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	15	39,47%
	Perempuan	23	60,53%
Usia	19	8	21,05%
	20	2	5,26%
	21	6	15,79%
	22	12	31,58%
	23	7	18,42%
	24	1	2,63%
	28	1	2,63%
	43	1	2,63%
Semester	2	8	21,05%
	4	9	23,68%
	6	11	28,95%
	8	10	26,32%

Penelitian ini melibatkan 38 mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi UNIMUDA Sorong dengan komposisi 23 perempuan (60,53%) dan 15 laki-laki (39,47%). Dominasi responden perempuan ini sejalan dengan tren global yang menunjukkan perempuan cenderung lebih ekspresif dalam komunikasi digital (Tossell dkk., 2012). Distribusi usia responden menunjukkan variasi dari 19-43 tahun, dengan mayoritas berusia 22 tahun (31,58%) dan 19 tahun (21,05%). Keberadaan mahasiswa berusia 43 tahun mencerminkan aksesibilitas pendidikan tinggi untuk mahasiswa non-tradisional, yang menunjukkan keragaman pengalaman komunikasi dalam sampel penelitian.

Distribusi semester responden relatif merata dengan mahasiswa semester 6 (28,95%), semester 8 (26,32%), semester 4 (23,68%), dan semester 2 (21,05%). Distribusi ini memberikan representasi komprehensif dari mahasiswa di berbagai tahap akademik, yang memungkinkan analisis pola komunikasi yang lebih holistik sesuai dengan tingkat kedewasaan dan pengalaman komunikasi mereka.

Pola Penggunaan Emoji Jempol

Tabel 1.2 Karakteristik Penggunaan Emoji Jempol

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Presentase
Frekuensi Penggunaan	Sangat sering sekali (6 - 10 kali/hari)	9	23,68%
	Sering (3 - 5kali/hari)	16	42,11%
	Kadang (0 - 2 kali/hari)	13	34,21%

Data menunjukkan bahwa 42,11% responden menggunakan emoji jempol dalam kategori "sering" (3-5 kali/hari), 34,21% dalam kategori "kadang-kadang" (0-2 kali/hari), dan 23,68% dalam kategori "sangat sering" (6-10 kali/hari). Temuan ini mengindikasikan bahwa emoji jempol telah menjadi bagian integral dari komunikasi digital mahasiswa, dengan 65,79% responden menggunakan emoji jempol secara reguler. Pola penggunaan ini konsisten dengan penelitian DeVito (2016) yang menekankan pentingnya dimensi nonverbal dalam komunikasi *interpersonal* yang efektif.

Persepsi Fungsi Emoji Jempol dalam Komunikasi Digital

Tabel 1.3 Karakteristik Komunikasi Digital

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Presentase
Persepsi Emoji dalam Komunikasi	Sebagai dukungan	13	7,14%
	Kalimat pendamping	14	7,69%
	Mengakhiri percakapan	11	6,04%
	Persetujuan	32	17,58%
	Apresiasi	31	17,03%
	Merespon percakapan	24	13,19%
	Sarkasme	17	9,34%
	Percakapan formal	12	6,59%
	Percakapan informal	28	15,38%

Hasil analisis persepsi menunjukkan keragaman fungsi emoji jempol dengan "persetujuan" sebagai fungsi dominan (17,58%), diikuti "apresiasi" (17,03%), dan "percakapan informal" (15,38%). Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa telah mengembangkan pemahaman sophisticated tentang penggunaan emoji jempol sesuai dengan tiga fungsi utama emoticon yang diidentifikasi Derks dkk., (2008): ekspresif untuk menyampaikan emosi, relasional untuk membangun hubungan, dan *illocutionary* untuk memperjelas maksud komunikasi.

Menariknya, 9,34% responden menggunakan emoji jempol untuk sarkasme, menunjukkan kemampuan komunikasi yang kompleks dalam memanipulasi simbol digital untuk menciptakan efek komunikatif yang spesifik. Hal ini mencerminkan "*digital emotional intelligence*" yang memungkinkan mahasiswa mengkalibrasi respons emosional sesuai konteks komunikasi, sejalan dengan prinsip komunikasi kontekstual yang ditekankan Mulyana (2007).

Uji Normalitas dan Regresi Linear

Tabel 1.4 Tabel Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		38
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	8,17944279
Most Extreme Differences	Absolute	,129
	Positive	,066
	Negative	-,129
Test Statistic		,129
Asymp. Sig. (2-tailed)		,112 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Uji normalitas Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi 0,112 > 0,05, mengindikasikan distribusi data normal dan memenuhi asumsi analisis regresi linear. Hasil uji regresi linear sederhana menghasilkan persamaan berikut:

$$Y = 8,022 + 4,114X$$

Tabel 1.5 Tabel Uji Regresi Linier Sederhana
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,022	4,191		1,914	,064
	X	4,114	,399	,864	10,311	,000

a. Dependent Variable: Y

Koefisien regresi positif 4,114 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit penggunaan emoji jempol akan meningkatkan kualitas komunikasi interpersonal sebesar 4,114 unit.

Koefisien Determinasi dan Uji Hipotesis

Tabel 4.6 Tabel Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,864 ^a	,747	,740	8,292

a. Predictors: (Constant), X

Koefisien determinasi (R²) sebesar 0,747 atau 74,7% menunjukkan bahwa penggunaan emoji jempol memberikan kontribusi sangat substansial terhadap kualitas komunikasi interpersonal mahasiswa. Hasil uji t dengan nilai t-hitung 10,311 > t-tabel 1,668 dan signifikansi 0,000 < 0,05 menunjukkan penolakan hipotesis nol, membuktikan adanya pengaruh signifikan penggunaan emoji jempol terhadap kualitas komunikasi interpersonal.

Temuan ini memberikan dukungan empiris kuat terhadap proposisi bahwa mahasiswa Ilmu Komunikasi UNIMUDA Sorong telah mengembangkan "digital nonverbal competence"

yang sangat baik. Koefisien determinasi yang tinggi mengindikasikan bahwa emoji jempol berfungsi sebagai "jembatan emosional" yang efektif dalam memperkuat dimensi afektif komunikasi digital, konsisten dengan penelitian Prada dkk., (2018) tentang motif penggunaan emoji untuk mengekspresikan emosi dan membangun kedekatan sosial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa telah berhasil mengintegrasikan kompetensi komunikasi tradisional dengan kemampuan komunikasi digital. Mereka tidak hanya menggunakan emoji jempol secara literal, tetapi mampu mengeksplorasi potensi komunikatif yang lebih kompleks, termasuk penggunaan kontekstual dalam situasi formal, informal, bahkan sarkasme. Kemampuan ini mencerminkan literasi komunikasi digital yang komprehensif dan pemahaman mendalam tentang dampak emoji terhadap kualitas hubungan interpersonal.

Namun, 25,3% faktor lain yang mempengaruhi kualitas komunikasi interpersonal menunjukkan pentingnya pengembangan kompetensi komunikasi holistik. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun emoji jempol memberikan kontribusi signifikan, faktor-faktor lain seperti kemampuan mendengar aktif, empati, kecerdasan emosional, dan kompetensi budaya yang ditekankan DeVito (2016) dan Beebe dkk., (2019) tetap penting untuk dipertimbangkan dalam pengembangan kualitas komunikasi interpersonal yang komprehensif. Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan bahwa mahasiswa Ilmu Komunikasi UNIMUDA Sorong telah mengembangkan kompetensi komunikasi hibrid yang mengintegrasikan elemen komunikasi tradisional dan digital, mempersiapkan mereka untuk tantangan komunikasi di era digital yang terus berkembang dengan sensitivitas tinggi terhadap dinamika hubungan interpersonal dan kemampuan memilih strategi komunikasi yang tepat sesuai situasi, audiens, dan tujuan komunikasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa hipotesis alternatif (H_a) yang menyatakan "Penggunaan emoji jempol pada aplikasi *WhatsApp* berpengaruh terhadap kualitas komunikasi *interpersonal* mahasiswa Ilmu Komunikasi" diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak. Bukti empiris menunjukkan pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan emoji jempol terhadap kualitas komunikasi *interpersonal* mahasiswa dengan nilai t -hitung = 10,311 > t -tabel = 1,66830, yang mengindikasikan hubungan yang signifikan secara statistik.

Koefisien determinasi sebesar 74,7% menunjukkan bahwa penggunaan emoji jempol memberikan kontribusi yang substansial terhadap variasi kualitas komunikasi *interpersonal* mahasiswa. Temuan ini menegaskan bahwa emoji jempol tidak hanya berfungsi sebagai simbol visual sederhana, namun telah berevolusi menjadi instrumen komunikasi nonverbal yang memiliki peran strategis dalam memperkaya dimensi simbolik komunikasi digital. Tujuan penelitian untuk menganalisis persepsi dan pemaknaan mahasiswa terhadap emoji jempol telah tercapai melalui identifikasi fungsi dominan emoji jempol sebagai simbol persetujuan (17,58%) dan apresiasi (17,03%). Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNIMUDA Sorong telah mengembangkan pemahaman yang sophisticated tentang penggunaan emoji jempol dengan kemampuan mengkalibrasi respons emosional sesuai konteks komunikasi, termasuk penggunaan untuk sarkasme (9,34%) yang menunjukkan kompleksitas interpretasi simbol digital.

Penelitian ini membuktikan bahwa dalam era komunikasi digital, emoji jempol berfungsi sebagai "alat komunikasi nonverbal tradisional" yang mampu mengkompensasi keterbatasan komunikasi tekstual dengan menambahkan dimensi emosional dan kontekstual. Penggunaan emoji jempol secara konsisten oleh 65,79% responden mengindikasikan bahwa simbol ini telah terintegrasi sebagai bagian integral dari repertoar komunikasi *interpersonal* mahasiswa, yang berkontribusi pada peningkatan efektivitas komunikasi digital dan memperkuat hubungan *interpersonal* dalam konteks akademik.

Berdasarkan temuan penelitian ini, disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk mengeksplorasi variabel alternatif dan mengaplikasikan kerangka teoritis berbeda guna memperkaya landasan teoretis komunikasi digital. Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi referensi pengembangan kurikulum komunikasi digital dan program literasi digital. Penelitian lanjutan disarankan melakukan analisis lintas budaya, studi longitudinal, serta

mengkaji pengaruh faktor demografis terhadap interpretasi dan penggunaan emoji dalam komunikasi interpersonal.

Reference

Books:

- Abdullah, K., Marpaung, B. S., & Rambe, M. F. (2021). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Beebe, S. A., Beebe, S. J., & Redmond, M. V. (2019). *Interpersonal communication: Relating to others* (8th ed.). Pearson.
- Budyatna, M., & Ganiem, L. M. (2015). *Teori komunikasi antarpribadi: Sebuah pengantar*. Kencana.
- Cangara, H. (2020). *Pengantar ilmu komunikasi* (Edisi ke-5). Rajagrafindo Persada.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Sage Publications.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2006). *Effective public relations* (Edisi ke-8). Kencana Prenada Media Group.
- DeVito, J. A. (2016). *The interpersonal communication book* (14th ed.). Pearson Education.
- Effendi, O. (2011). *Ilmu komunikasi: Teori dan praktek*. PT Remaja Rosdakarya.
- Hutapea, E. (2024). *Teori komunikasi: Proses tatanan dan fungsi teori komunikasi dalam penelitian*. CV Eureka Media Aksara.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. (2015). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka.
- Knapp, M. L., & Daly, J. A. (2011). *The SAGE handbook of interpersonal communication* (4th ed.). SAGE Publications.
- Mulyana, D. (2007). *Pengantar ilmu komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2017). *Ilmu komunikasi: Suatu pengantar* (Edisi revisi). Remaja Rosdakarya.
- Purba, B., Gaspersz, S., Bisyrri, M., Putriana, A., Hastuti, P., Sianturi, E., ... & Giswandhani, M. (2020). *Ilmu komunikasi: Sebuah pengantar*. Yayasan Kita Menulis.
- Rakhmat, J. (2018). *Psikologi komunikasi* (Edisi Revisi). Remaja Rosdakarya.
- Riyanto, K. M. A. (2022). *Statistik inferensial untuk analisa data kesehatan*. Nuha Medika.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tubbs, S. L., & Moss, S. (2008). *Human communication: Prinsip-prinsip dasar*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Wood, J. T. (2020). *Interpersonal communication: Everyday encounters* (8th ed.). Cengage Learning.

Journals:

- Aranas, K. K. S., Dela Cruz, J. P., & Santos, M. L. (2024). Emojis as communication medium among college students in a state-run institution. *International Journal of Multidisciplinary: Applied Business and Education Research*, 5(2), 125-140.
- Bai, Q., Dan, Q., Mu, Z., & Yang, M. (2019). A systematic review of emoji: Current research and future perspectives. *Computers in Human Behavior*, 95, 259-270.
- Baktiar, A., Sari, D. P., & Rahman, F. (2022). Efektivitas penggunaan emoji dalam komunikasi digital. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu-Ilmu Sosial*, 3(1), 45-58.
- Chen, J., Li, X., & Wang, Y. (2024). The evolution of emojis for sharing emotions: A systematic review of the HCI literature. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 40(15), 3245-3268.
- Chen, Z., Lu, X., Ai, W., Li, H., Mei, Q., & Liu, X. (2019). Through a gender lens: Learning usage patterns of emojis from large-scale Android users. *Proceedings of the 2019 World Wide Web Conference*, 763-773.

- Daniel, T. A., & Camp, A. L. (2018). Emojis affect processing fluency on social media. *Psychology of Popular Media Culture, 7*(4), 560-567.
- Derks, D., Bos, A. E., & Von Grumbkow, J. (2008). The nonverbal communication functions of emoticons in computer-mediated communication. *CyberPsychology & Behavior, 11*(1), 99-101.
- Gao, F., Drum, D., Shen, Y., & Zheng, Q. (2019). A systematic review of emoji: Current research and future perspectives. *Frontiers in Psychology, 10*, 2221.
- Ge, J., & Herring, S. C. (2019). I second that emoji: The standards, structures, and social production of emoji. *First Monday, 24*(6), 1-15.
- Guntuku, S. C., Li, M., Tay, L., & Ungar, L. H. (2019). Studying cultural differences in emoji usage across the east and the west. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media, 13*(1), 226-235.
- Hariani, S. (2023). Stiker WhatsApp sebagai pesan nonverbal dalam komunikasi interpersonal mahasiswa. *Hikmah, 17*(2), 255-270.
- Herring, S. C., & Dainas, A. (2018). Gender and age influences on interpretation of emoji functions. *ACM Transactions on Social Computing, 2*(2), 1-26.
- Indonesian Journal of Educational Research and Review*. (2024). The dichotomy of thumbs-up emoji in online conversations. *Indonesian Journal of Educational Research and Review, 7*(4), 1089-1097.
- Kaye, L. K., Malone, S. A., & Wall, H. J. (2017). Emojis: Insights, affordances, and possibilities for psychological science. *Trends in Cognitive Sciences, 21*(2), 66-68.
- Kristian, A. N. (2021). Analisis sentimen berbasis emoticon pada komentar Instagram bahasa Indonesia menggunakan Naïve Bayes. *JuTISI (Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi), 10*(1), 1-10.
- Liu, S., & Liu, M. (2020). An empirical study on the communication and usage psychology of emoji in WeChat. *OBM Neurobiology, 4*(4), 1-18.
- Lo, S. K. (2008). The nonverbal communication functions of emoticons in computer-mediated communication. *CyberPsychology & Behavior, 11*(5), 595-597.
- Nurhadi, Z. F. (2018). Kajian tentang efektifitas pesan dalam komunikasi. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut, 4*(1), 90-101.
- Nurhayati, S., & Wolff, K. (2021). Social media penetration and digital literacy in Indonesia. *Indonesian Journal of Communication Studies, 8*(2), 145-160.
- Prada, M., Rodrigues, D. L., Garrido, M. V., Lopes, D., Cavalheiro, B., & Gaspar, R. (2018). Motives, frequency and attitudes toward emoji and emoticon use. *Telematics and Informatics, 35*(7), 1925-1934.
- Pratiwi, N. M. D., & Lestari, M. D. (2017). Perbedaan kualitas komunikasi antara individu dewasa awal yang berpacaran jarak jauh dan jarak dekat di Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana, 4*(2), 275-286.
- Purnomo, A. C., & Muhibbin, A. (2018). Analisis semiotika terhadap penggunaan emotikon WhatsApp dalam komunikasi interpersonal antar mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2013. *Jurnal Komunikasi dan Media, 12*(1), 87-102.
- Rajan, Y. P., Aiswarya, B., & Selvi, J. A. (2025). Embracing emojis: Bridging the gap in workplace technology adoption and elevating communication effectiveness. *Business Communication Research and Practice, 8*(1), 45-62.
- Riordan, M. A. (2017). Emojis as tools for emotion work: Communicating affect in text messages. *Journal of Language and Social Psychology, 36*(5), 549-567.
- Riordan, M. A. (2017). An integrated review of emoticons in computer-mediated communication. *Frontiers in Psychology, 8*, 2061.

- Robus, C. M., McGillivray, B., Misuraca, M., & Spada, G. (2020). Emoji and the expression of emotions in texts: A systematic review. *Computers in Human Behavior*, 109, 106352.
- Silva, M. J., Guerreiro, J., & Moura, B. (2022). A systematic review of trends and gaps in the production of scientific knowledge on the sociopolitical impacts of emojis in computer-mediated communication. *Cogent Social Sciences*, 8(1), 2151096.
- Stark, L., & Crawford, K. (2015). The conservatism of emoji: Work, affect, and communication. *Social Media + Society*, 1(2), 1-11.
- Tossell, C. C., Kortum, P., Shepard, C., Barg-Walkow, L. H., Rahmati, A., & Zhong, L. (2012). A longitudinal study of emoticon use in text messaging from smartphones. *Computers in Human Behavior*, 28(2), 659-663.
- Wang, W., Feng, Y., & Dai, W. (2021). Emojis influence emotional communication, social attributions, and information processing. *Computers in Human Behavior*, 119, 106727.
- Zhang, L., & Chen, M. (2023). Visual-textual integration: Emoji as a supplement in health information design. *International Journal of Design*, 17(2), 89-105.
- Zhou, R., Hentschel, J., & Kumar, N. (2020). Goodbye text, hello emoji: Mobile communication on WeChat in China. *Proceedings of the 2020 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1-14.

Web Articles and Online Resources:

- Britannica. (2023). WhatsApp | History, Meta acquisition, criticism, & facts. *Encyclopedia Britannica*. <https://www.britannica.com/topic/WhatsApp>
- CNN Indonesia. (2021). Sejarah dan perkembangan WhatsApp dari masa ke masa. *CNN Indonesia*. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20210608100832-190-651585/sejarah-dan-perkembangan-whatsapp-dari-masa-ke-masa>
- Dezeen. (2018, May 23). Shigetaka Kurita: The man who invented emoji. *CNN Style*. <https://www.cnn.com/style/article/emoji-shigetaka-kurita-standards-manual/index.html>
- Dictionary.com. (2018). Thumbs up emoji. *Dictionary.com*. <https://www.dictionary.com/e/emoji/thumbs-up-emoji/>
- Fahlman, S. E. (2007). Emoticon history at Carnegie Mellon University. *Carnegie Mellon University*. <https://www.cs.cmu.edu/~sef/sefSmiley.htm>
- Founderoo. (2025). Brian Acton & Jan Koum · WhatsApp. *Founderoo*. <https://www.founderoo.co/playbooks/brian-acton-jan-koum-whatsapp-19-billion-business-that-started-with-rejection>
- Galloway, P., & Kurita, S. (2019). *Shigetaka Kurita: Emoji* (MoMA One on One Series). The Museum of Modern Art. <https://store.moma.org/products/shigetaka-kurita-emoji-one-on-one-series-paperback-2>
- Leaders.com. (2022, February 28). Jan Koum: The inspirational story of the founder of WhatsApp. *Leaders*. <https://leaders.com/articles/leaders-stories/jan-koum/>
- MIT Technology Review. (2021, May 12). Meet Jennifer Daniel, the woman who decides what emoji we get to use. <https://www.technologyreview.com/2021/05/11/1024802/jennifer-daniel-unicode-the-woman-who-will-decide-emoji/>
- Museum of Modern Art. (2016). *Shigetaka Kurita. Emoji. 1998-1999*. MoMA Collection. <https://www.moma.org/collection/works/196070>
- Museum of Modern Art. (2019). One on One: Shigetaka Kurita's Emoji. *MoMA Magazine*. <https://www.moma.org/magazine/articles/998>
- Nurhayati, S., & Wolff, K. (2021). Social media penetration and digital literacy in Indonesia. *Indonesian Journal of Communication Studies*, <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2021-indonesia-january-2021-v01>
- Putu, I. A. M. P. (2020). Tanda jempol ke atas (thumbs up) mengartikan sebuah penghinaan, kok bisa? *Kompasiana.com*.

<https://www.kompasiana.com/i08528/5f73310a8c249c163a2f3122/tanda-jempol-ke-atas-atau-thumbs-up-mengartikan-sebuah-penghinaan-kok-bisa>

- Streets, M. (2013). *The history of emoji*. TechTarget. <https://www.techtarget.com/whatis/feature/The-history-of-emoji>
- TechCrunch. (2020, February 12). WhatsApp hits 2 billion users, up from 1.5 billion 2 years ago. *TechCrunch*. <https://techcrunch.com/2020/02/12/whatsapp-hits-2-billion-users-up-from-1-5-billion-2-years-ago/>
- TechCrunch. (2025, May 1). WhatsApp now has more than 3 billion users a month. *TechCrunch*. <https://techcrunch.com/2025/05/01/whatsapp-now-has-more-than-3-billion-users/>
- Unicode Consortium. (2025). *Guidelines for submitting Unicode® emoji proposals*. <https://www.unicode.org/emoji/proposals.html>
- Wilde, L. R. A. (2023). The semiotics of emoji and digital stickers. *Academia.edu*. <https://www.academia.edu/108328762/>
- Zoko.io. (2025). The history of WhatsApp: Founders, funders, and timeline. *Zoko*. <https://zoko.io/post/history-of-whatsapp>