

**ANALISIS REPRESENTASI VISUAL STIKER MEME
KUCING SEBAGAI EKSPRESI DIRI GEN Z PECINTA
KUCING DI WHATSAPP**



PENGKAJIAN

Oleh:

SALFA ALICIA

NIM: 2112786024

**PROGRAM STUDI S-1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

2026

ANALISIS REPRESENTASI VISUAL STIKER MEME KUCING SEBAGAI EKSPRESI DIRI GEN Z PECINTA KUCING DI WHATSAPP

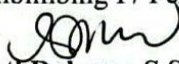


Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa dan Desain
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai
Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 dalam Bidang
Desain Komunikasi Visual
2026

Tugas Akhir Pengkajian berjudul:

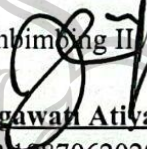
ANALISIS REPRESENTASI VISUAL STIKER MEME KUCING SEBAGAI EKSPRESI DIRI DI GEN Z PECINTA KUCING DI WHATSAPP diajukan oleh Salfa Alicia, NIM 2112786024, Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Yogyakarta (Kode Prodi: 90241), telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada 18 Desember 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I / Penguji


Hesti Rahayu, S.Sn., M.A.

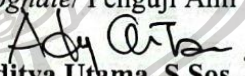
NIP 197407301998022001/ NIDN 0030077401

Pembimbing II / Penguji


Megawati Atiyatunnajah, M.H.

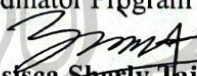
NIP 198706202022032002/ NIDN 0020068705

Cognate/ Penguji Ahli


Aditya Utama, S.Sos., M.Sn.

NIP 198409092014041001/ NIDN 0009098410

Koordinator Program Studi


Francisca Sherly Tajau, S.Sn., M.Sn.

NIP 199002152019032018/ NIDN 0015029006

Ketua Jurusan Desain


Setya Budi Astanto, S.Sn., M.Sn.

NIP 197301292005011001/ NIDN 0029017304

Mengetahui,

Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain

Institut Seni Indonesia Yogyakarta


Muhammad Sholahuddin, S.Sn., M.T.

NIP 197010191999031001/ NIDN 0019107005

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Salfa Alicia
NIM : 2112786024
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni Rupa dan Desain
Jenis : Tugas Akhir Pengkajian

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam Tugas Akhir Pengkajian yang berjudul **ANALISIS REPRESENTASI VISUAL STIKER MEME KUCING SEBAGAI EKSPRESI DIRI GEN Z PECINTA KUCING DI WHATSAPP** yang dibuat untuk melengkapi persyaratan menjadi sarjana Desain pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Yogyakarta sepenuhnya merupakan hasil pemikiran saya dan sejauh yang saya ketahui belum pernah diajukan maupun dipublikasikan dalam bentuk apapun baik di Institut Seni Indonesia Yogyakarta maupun di perguruan tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian sumber informasi yang tercantum sebagai acuan mengikuti tata cara dan etika penulisan karya ilmiah yang lazim. Demikian pernyataan ini dibuat dengan kesadaran dan tanggung jawab tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 13 Januari 2026



Salfa Alicia

NIM 2112786024

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Salfa Alicia
NIM : 2112786024
Fakultas : Seni Rupa dan Desain
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, penulis menyetujui memberikan kepada UPT Perpustakaan Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Karya Tugas Akhir Pengkajian berjudul **ANALISIS REPRESENTASI VISUAL STIKER MEME KUCING SEBAGAI EKSPRESI DIRI GEN Z PECINTA KUCING DI WHATSAPP**. Dengan demikian penulis memberi hak kepada UPT Perpustakaan Institut Seni Indonesia Yogyakarta untuk menyimpan, mengelola, mendistribusikan, dan mempublikasikan untuk kepentingan akademis. Demikian pernyataan ini dibuat penulis dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 13 Januari 2026



Salfa Alicia

NIM 2112786024

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Representasi Visual Stiker Meme Kucing Sebagai Ekspresi Diri Gen Z Pecinta Kucing di Whatsapp”** dengan sebaik-baiknya. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat akademik dalam mata kuliah Tugas Akhir dan bagian dari penyelesaian studi S-1 Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain di Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Penyusunan tugas akhir ini merupakan bentuk kontribusi penulis dalam upaya untuk memahami bagaimana komunikasi visual bekerja dalam kehidupan digital Gen Z, khususnya melalui penggunaan stiker meme kucing di WhatsApp. Fenomena ini menunjukkan bahwa visual tidak hanya menjadi pelengkap dalam percakapan, tetapi juga berfungsi sebagai sarana ekspresi diri, pembentuk makna, dan pendukung interaksi sosial. Melalui penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan kontribusi bagi kajian desain komunikasi visual yang berkaitan dengan budaya digital, representasi visual, dan pola komunikasi generasi muda masa kini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan ke depannya. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi kontribusi kecil dalam kajian Desain Komunikasi Visual, khususnya terkait representasi visual dalam komunikasi digital.

Yogyakarta, 12 Desember 2025

Penulis,



Salfa Alicia

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam proses penulisan karya penelitian ini, penulis sepenuhnya menyadari bahwa tugas akhir pengkajian ini tidak akan terwujud tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang turut berkontribusi dalam menyediakan waktu memberikan bimbingan, ilmu, tenaga, serta dukungan emosional pada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis dengan tulus ingin mengucapkan terima kasih yang diajukan kepada:

1. Allah SWT. yang atas kehendak-Nya, penulis dapat memulai dan menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
2. Bapak Dr. Irwandi, M.Sn. selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
3. Bapak Muhamad Sholahuddin, S.Sn., M.T. selaku Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
4. Bapak Setya Budi Astanto, S.Sn., M.Sn. selaku Ketua Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
5. Ibu Fransisca Sherly Taju, S.Sn., M.Sn. selaku Koordinator Program Studi Desain Komunikasi Visual.
6. Ibu Hesti Rahayu, S.Sn., M.A. selaku dosen pembimbing I yang telah menyediakan waktu dan tenaga untuk membimbing, mengarahkan serta memberikan masukan kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
7. Ibu Megawati Atiyatunnajah, M.H. selaku dosen pembimbing II yang telah menyediakan waktu dan juga tenaga untuk membimbing dan memberi masukan terutama cara penulisan kepada penulis untuk melengkapi tugas akhir ini dengan baik.
8. Bapak Aditya Utama, S.Sos., M.Sn. selaku dosen penguji ahli yang telah membantu memberikan banyak masukan dan saran yang sangat berharga kepada penulis agar tugas akhir ini diselesaikan dengan baik.
9. Seluruh staf dan pengajar Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Yogyakarta yang telah memberikan banyak ilmu dan bantuan selama proses perkuliahan

10. Kedua orang tua penulis, Bapak Nyoto dan Ibu Maryati, yang terus memberikan dukungan serta doa sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
11. Kakak kandung penulis, Indah Ikarani yang tidak bosan mendengarkan keluhan penulis dan selalu memberikan semangat, dukungan, serta doa agar tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
12. Teman-teman grup mendoan, Nesha Syahira, Berliana Putri, Alyssa Fatima, Dwi Febriantika, dan juga Bia Indira yang telah kebersamaan penulis selama masa perkuliahan hingga tuntas.
13. Teman-teman sekolah penulis Adi Pranata, Agiel Bramantyo, Ilham Ibrahim, Wahyu Saputra, Avrianza, Putu Dyana, Shella Mauliddia, Riska Arifatul serta Fadhilah Asila atas segala bantuan, hiburan dan momen bersama penulis selama masa sekolah hingga sekarang dan seterusnya.
14. Teman-teman Mayura, terutama Naufal dan Jabbar yang bersedia meluangkan waktu untuk diajak berdiskusi bersama penulis terkait tugas akhir ini. Serta teman-teman lain atas momen bersama selama masa perkuliahan.
15. Kos Nesha, Kos Berlin, Kos Febi, Kos Alysaa, Haruka Coffee and Bakery dan Truntum Space yang menjadi tempat penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
16. 22 informan yang bersedia meluangkan waktunya untuk diwawancarai dengan sabar untuk tugas akhir penulis.
17. Gim PUBG dan Roblox yang sudah menemani waktu luang penulis saat penat mengerjakan tugas akhir ini.
18. Konten kreator, Windah Basudara yang sudah banyak menghibur penulis melalui konten-kontennya yang menarik saat penulis penat mengerjakan tugas akhir ini.
19. Semua makhluk hidup dan tak hidup yang berkontribusi selama tugas akhir penulis berlangsung hingga selesai.

ABSTRAK

Penelitian ini membahas penggunaan stiker meme kucing sebagai media representasi visual ekspresi diri Gen Z dalam komunikasi digital melalui aplikasi WhatsApp. Fenomena ini menarik karena stiker tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap pesan, tetapi juga sebagai sarana utama penyampaian emosi dan sikap secara visual dalam percakapan daring. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis representasi visual stiker meme kucing serta proses pemaknaan yang dilakukan oleh Gen Z dalam penggunaannya. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teori representasi Stuart Hall sebagai landasan utama dan didukung oleh teori semiotika Roland Barthes. Data diperoleh melalui observasi terhadap stiker meme kucing dan wawancara dengan informan Gen Z pengguna aktif stiker. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gen Z tidak hanya menggunakan stiker yang tersedia, tetapi juga memproduksi stiker sendiri untuk menyesuaikan ekspresi dengan konteks percakapan, relasi antar pengguna, dan pengalaman personal. Pemaknaan stiker bersifat kontekstual dan tidak selalu seragam. Secara semiotik, stiker meme kucing menampilkan makna denotatif berupa ekspresi visual kucing serta makna konotatif yang merepresentasikan kondisi emosional manusia. Penelitian ini menyimpulkan bahwa stiker meme kucing berperan sebagai medium komunikasi visual yang efektif dalam membangun makna, identitas, dan kedekatan sosial Gen Z di ruang digital.

Kata kunci: stiker meme kucing, Gen Z, representasi visual, komunikasi digital, Whatsapp.

ABSTRACT

This study examines the use of cat meme stickers as a medium of visual representation of Gen Z's self-expression in digital communication through the WhatsApp application. This phenomenon is noteworthy because stickers function not only as message complements but also as a primary visual means of conveying emotions and attitudes in online conversations. This study aims to analyze the visual representation of cat meme stickers and the meaning-making process carried out by Gen Z in their use. The research employs a descriptive qualitative method, using Stuart Hall's representation theory as the main theoretical framework, supported by Roland Barthes' semiotic theory. Data were collected through observation of cat meme stickers and interviews with Gen Z informants who actively use stickers. The findings show that Gen Z not only uses available stickers but also produces their own stickers to adapt expressions to conversational contexts, interpersonal relationships, and personal experiences. The interpretation of stickers is contextual and not always uniform. From a semiotic perspective, cat meme stickers display denotative meanings in the form of visual expressions of cats and connotative meanings that represent human emotional states. This study concludes that cat meme stickers serve as an effective visual communication medium in constructing meaning, identity, and social closeness among Gen Z in digital spaces.

Keywords: *cat meme stickers, Generation Z, visual representation, digital communication, WhatsApp.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	3
C. Batasan Masalah.....	3
D. Rumusa Masalah.....	3
E. Tujuan Penelitian.....	3
F. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II. KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR.....	5
A. Landasan Teori.....	5
B. Kajian Hasil–hasil Penelitian.....	22
C. Kerangka Pemikiran.....	25
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....	26
A. Landasan Metode.....	26
B. Populasi dan Sampel.....	27
C. Metode Pengumpulan Data.....	29
D. Instrumen Penelitian.....	30
E. Teknik Analisis Data.....	30
F. Definisi Operasional.....	32

G. Prosedur Penelitian.....	34
BAB IV. LAPORAN HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	36
A. Variabel yang Diteliti.....	36
B. Deskripsi Hasil Penelitian.....	37
1. Gambaran Umum Informan.....	37
2. Temuan Berdasarkan Empat Tema.....	39
3. Temuan Berdasarkan Visual Stiker Meme Kucing.....	53
C. Pembahasan Hasil Temuan.....	67
1. Analisis Berdasarkan Empat Tema	67
a. Tema 1 Pola Penggunaan Stiker Meme Kucing.....	67
b. Tema 2 Representasi Ekspresi dan Emosi Diri	70
c. Tema 3 Pembentukan Makna dalam Konteks Percakapan.....	76
d. Tema 4 Budaya Digital dan Identitas Gen Z.....	83
2. Analisis Berdasarkan Visual Stiker Meme Kucing.....	87
a. Analisis Visual Stiker Meme Kucing Model Representasi Stuart Hall.....	87
b. Analisis Visual Stiker Meme Kucing Pendekatan Roland Barthes.....	115
BAB V. PENUTUP.....	125
A. Rangkuman.....	125
B. Kesimpulan.....	126
C. Saran.....	127
DAFTAR PUSTAKA.....	128
LAMPIRAN.....	133

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Data Aktivitas Gen Z saat sedang <i>Online</i>	12
Gambar 2.2 Logo Whatsapp (kiri), tampilan menu Whatsapp (kanan).....	13
Gambar 2.3 Meme “ <i>Dancing with The Baby</i> ” pada Tahun 1996.....	15
Gambar 2.4 Meme <i>Disaster Girl</i> (1) <i>Success kid</i> (2) <i>Yao Ming face</i> (3) <i>Bad Luck Brian</i> (4)..	16
Gambar 2.5 Cuplikan video “ <i>Wet Cat</i> ” dari TikTok (@happyhappybananacat).....	17
Gambar 2.6 Transformasi ekspresi kucing dalam bentuk stiker meme di internet.....	18
Gambar 2.7 kucing warna hitam putih.....	19
Gambar 2.8 Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 4.1 Stiker Meme Kucing Data Informan 9.....	44
Gambar 4.2 Stiker Meme Kucing Data Informan 4.....	46
Gambar 4.3 Stiker Meme Kucing Data Informan 6.....	47
Gambar 4.4 Stiker Meme Kucing Data Informan 9.....	47
Gambar 4.5 Stiker Meme Kucing Data Informan 9.....	48
Gambar 4.6 Stiker Meme Kucing Data Informan 14.....	49
Gambar 4.7 Stiker Meme Kucing Data Informan 21.....	49
Gambar 4.8 Stiker Meme Kucing Data Informan.....	53
Gambar 4.9 Stiker Meme Kucing Data Informan.....	54
Gambar 4.10 Stiker Meme Kucing Data Informan.....	54
Gambar 4.11 Stiker Meme Kucing Data Informan.....	55
Gambar 4.12 Stiker Meme Kucing Data Informan.....	55
Gambar 4.13 Stiker Meme Kucing Data Informan.....	56
Gambar 4.14 Stiker Meme Kucing Data Informan.....	56
Gambar 4.15 Stiker Meme Kucing Data Informan.....	57
Gambar 4.16 Stiker Meme Kucing Data Informan.....	57
Gambar 4.17 Stiker Meme Kucing Data Informan.....	58
Gambar 4.18 Stiker Meme Kucing Data Informan 4.....	79
Gambar 4.19 Stiker Meme Kucing Data Informan 6.....	79
Gambar 4.20 Stiker Meme Kucing Data Informan 9.....	80
Gambar 4.21 Stiker Meme Kucing Data Informan 14.....	80
Gambar 4.22 Stiker Meme Kucing Data Informan 21.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Daftar informasi 22 Informan.....	38
Tabel 4.2 Deskripsi 27 Stiker Meme Kucing dan Makna Visual.....	58
Tabel 4.3 Deskripsi Stiker Meme Kucing dan Makna Visual ke-1.....	87
Tabel 4.4 Deskripsi Stiker Meme Kucing dan Makna Visual ke-2.....	88
Tabel 4.5 Deskripsi Stiker Meme Kucing dan Makna Visual ke-3.....	89
Tabel 4.6 Deskripsi Stiker Meme Kucing dan Makna Visual ke-4.....	90
Tabel 4.7 Deskripsi Stiker Meme Kucing dan Makna Visual ke-5.....	91
Tabel 4.8 Deskripsi Stiker Meme Kucing dan Makna Visual ke-6.....	92
Tabel 4.9 Deskripsi Stiker Meme Kucing dan Makna Visual ke-7.....	93
Tabel 4.10 Deskripsi Stiker Meme Kucing dan Makna Visual ke-8.....	94
Tabel 4.11 Deskripsi Stiker Meme Kucing dan Makna Visual ke-9.....	95
Tabel 4.12 Deskripsi Stiker Meme Kucing dan Makna Visual ke-10.....	96
Tabel 4.13 Deskripsi Stiker Meme Kucing dan Makna Visual ke-11.....	97
Tabel 4.14 Deskripsi Stiker Meme Kucing dan Makna Visual ke-12.....	98
Tabel 4.15 Deskripsi Stiker Meme Kucing dan Makna Visual ke-13.....	99
Tabel 4.16 Deskripsi Stiker Meme Kucing dan Makna Visual ke-14.....	100
Tabel 4.17 Deskripsi Stiker Meme Kucing dan Makna Visual ke-15.....	101
Tabel 4.18 Deskripsi Stiker Meme Kucing dan Makna Visual ke-16.....	102
Tabel 4.19 Deskripsi Stiker Meme Kucing dan Makna Visual ke-17.....	103
Tabel 4.20 Deskripsi Stiker Meme Kucing dan Makna Visual ke-18.....	104
Tabel 4.21 Deskripsi Stiker Meme Kucing dan Makna Visual ke-19.....	105
Tabel 4.22 Deskripsi Stiker Meme Kucing dan Makna Visual ke-20.....	106
Tabel 4.23 Deskripsi Stiker Meme Kucing dan Makna Visual ke-21.....	107
Tabel 4.24 Deskripsi Stiker Meme Kucing dan Makna Visual ke-22.....	108
Tabel 4.25 Deskripsi Stiker Meme Kucing dan Makna Visual ke-23.....	109
Tabel 4.26 Deskripsi Stiker Meme Kucing dan Makna Visual ke-24.....	111
Tabel 4.27 Deskripsi Stiker Meme Kucing dan Makna Visual ke-25.....	112
Tabel 4.28 Deskripsi Stiker Meme Kucing dan Makna Visual ke-26.....	113
Tabel 4.29 Deskripsi Stiker Meme Kucing dan Makna Visual ke-27.....	114

Tabel 4.30 Visual Stiker Meme Kucing ke-1	115
Tabel 4.31 Visual Stiker Meme Kucing ke-2	116
Tabel 4.32 Visual Stiker Meme Kucing ke-3	117
Tabel 4.33 Visual Stiker Meme Kucing ke-1	118
Tabel 4.34 Visual Stiker Meme Kucing ke-2	119
Tabel 4.35 Visual Stiker Meme Kucing ke-3	120
Tabel 4.36 Visual Stiker Meme Kucing ke-1	121
Tabel 4.37 Visual Stiker Meme Kucing ke-2	122
Tabel 4.38 Visual Stiker Meme Kucing ke-3	123



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Internet saat ini merupakan suatu hal yang sangat familiar bagi kebanyakan orang, terutama di kalangan generasi muda. Perkembangannya yang secara masif telah mempermudah kita dalam melakukan interaksi sosial, seperti mengirim dan menerima pesan dengan mudah serta cepat. Dalam hal itu juga teknologi komunikasi digital telah melahirkan berbagai bentuk ekspresi baru melalui interaksi sosial secara daring (dalam jaringan). Salah satu bentuk ekspresi yang populer di kalangan Gen Z adalah penggunaan stiker dalam aplikasi pesan digital seperti WhatsApp (Lidya, 2024). Bagi Gen Z, penggunaan stiker tidak hanya sebagai pelengkap pesan, namun juga sebagai media ekspresi diri yang mampu menyampaikan perasaan, situasi, hingga respons emosional dengan cara yang lucu, ringan dan mudah dimengerti. Menurut mereka, Gen Z memanfaatkan stiker dalam manajemen impresi dan membentuk persona digital untuk mendekatkan jarak sosial daring (Qiu et al., 2024). Dengan kata lain, Gen Z menjadikan penggunaan stiker sebagai tren budaya di kalangan mereka.

Dalam aplikasi WhatsApp terdapat fitur yang beragam, selain untuk mengirim dan menerima pesan, di WhatsApp kita dapat melakukan panggilan video, perekam suara, berbagi dokumen, dan lain-lain. Namun, yang menjadi sorotan di kalangan Gen Z yakni penggunaan stiker dalam aplikasi tersebut. Stiker dapat dimaknai sebagai elemen komunikasi visual yang digunakan untuk mempromosikan bentuk interaksi baru di antara para penggunanya (Melo et al., 2024). Selain menyediakan fitur stiker, pengguna juga memiliki kesempatan untuk membuat stiker mereka sendiri melalui aplikasi WhatsApp. Sehingga banyak jenis-jenis stiker WhatsApp yang saat ini beredar dan digunakan banyak orang di aplikasi tersebut. Salah satunya adalah stiker meme (dibaca mim) kucing.

Stiker meme kucing merupakan salah satu elemen visual yang sangat diminati dan banyak digunakan oleh kalangan Gen Z saat ini. Merujuk pada hal tersebut, adanya keterkaitan dampak budaya yang membuat meme kucing begitu istimewa, di mana kemampuannya untuk menembus batasan bahasa dan membuat orang-orang merasa

terhubung melalui kecintaan yang sama terhadap kucing (GGI Insights, 2024). Hal ini sejalan dengan kedekatan yang dimiliki manusia dengan hewan peliharaannya, khususnya kucing. Manusia menunjukkan sikap menyayangi dan penuh kasih serta kucing memiliki karakteristik yang lucu dan menggemaskan. Karena itu membuat kedua pihak memiliki ikatan yang menimbulkan rasa aman dan nyaman. Kondisi ini menunjukkan adanya perubahan yang dialami manusia bersama hewan peliharaannya, dan hubungan ini memberikan manfaat bagi keduanya (Tan et al., 2021, dikutip dalam Fiana et al., 2024).

Visual yang terdapat pada stiker meme kucing cukup menarik dan patut untuk dikaji lebih dalam karena mencerminkan perpaduan antara budaya populer, desain digital, dan humor internet. Penggunaan tipografi, ekspresi wajah kucing, serta konteks situasional dalam stiker tersebut menyimpan banyak pesan tersembunyi yang dapat dianalisis dari sudut pandang semiotika dan representasi visual. Bentuk-bentuk visual ini tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga berfungsi sebagai simbol dan tanda yang merepresentasikan ekspresi diri serta dinamika komunikasi digital Gen Z. Analisis terhadap stiker meme kucing dapat memberikan pemahaman lebih jauh mengenai bagaimana visual dikonstruksi untuk menyampaikan emosi dan pesan tertentu dalam interaksi sosial di dunia maya.

Melalui kajian ini, stiker meme kucing tidak hanya akan dilihat sebagai produk humor digital semata, tetapi juga sebagai bentuk representasi visual yang kompleks dan sarat makna. Dalam ranah Desain Komunikasi Visual, penelitian ini berfokus pada visual yang terdapat dalam stiker meme kucing seperti ekspresi kucing dan tipografi pada stiker serta bagaimana individu memaknai stiker meme kucing tersebut untuk mewakili perasaan mereka melalui visual saat berkomunikasi di aplikasi WhatsApp. Penelitian ini bertujuan untuk memberi pemahaman yang mendalam terkait bagaimana stiker meme khususnya stiker meme kucing sebagai bentuk representasi visual. Dengan mengangkat tema ini, diharapkan kajian visual berbasis riset dapat menghadirkan pemahaman baru mengenai hubungan antara ekspresi visual, budaya digital Gen Z, dan simbolisasi karakter hewan dalam konteks komunikasi sehari-hari. Hal ini juga dapat membuka ruang eksplorasi kreatif dalam perancangan stiker yang lebih kontekstual dan berbasis pada pemahaman karakter visual yang kuat.

B. Identifikasi Masalah

Stiker meme kucing telah menjadi tren di kalangan Gen Z saat mereka berkomunikasi di media sosial, khususnya saat menggunakan aplikasi pesan instan seperti Whatsapp. Visual pada stiker meme kucing sekilas terlihat sederhana, namun jika dikaji lebih mendalam dan spesifik banyak makna yang terkandung dalam stiker meme kucing. Hingga saat ini masih belum ada penelitian yang secara spesifik membahas tentang pemaknaan stiker meme kucing yang digunakan Gen Z saat melakukan interaksi sosial secara daring di aplikasi Whatsapp.

C. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang terdapat pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini mengkaji para Gen Z pecinta kucing dengan rentang usia 13-28 tahun
2. Penelitian ini mengkaji para Gen Z pecinta kucing di wilayah pulau Jawa
3. Penelitian ini mengkaji para Gen Z pecinta kucing yang merupakan pengguna aplikasi Whatsapp
4. Penelitian ini mengkaji para Gen Z pecinta kucing yang aktif berkomunikasi menggunakan stiker meme kucing di aplikasi Whatsapp
5. Penelitian ini menggunakan teori representasi visual Stuart Hall, teori humor, komunikasi digital dan semiotika.

D. Rumusan Masalah

Bagaimana stiker meme kucing berperan sebagai media representasi visual bagi Gen Z dalam komunikasi digital di Whatsapp?

E. Tujuan Penelitian

Untuk memahami Bagaimana stiker meme kucing berperan sebagai media representasi visual bagi Gen Z dalam komunikasi digital di Whatsapp.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara luas terkait topik yang diteliti dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Bagi Masyarakat Umum

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru serta pemahaman terkait makna dari penggunaan elemen-elemen visual pada stiker meme kucing di Whatsapp sebagai media ekspresi diri, utamanya pada Gen Z serta masyarakat luas.

2. Bagi Mahasiswa Desain Komunikasi Visual

Memberikan pemahaman secara mendalam terkait studi analisis representasi visual dalam memaknai fungsi visual pada stiker meme kucing yang digunakan Gen Z di Whatsapp.

3. Bagi Instansi

Penelitian ini dapat menjadi kajian literatur di masa mendatang serta diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dan praktis bagi pengembangan kajian dalam bidang Desain Komunikasi Visual (DKV), khususnya yang berkaitan dengan fenomena komunikasi visual, budaya populer, serta ekspresi diri di era media digital.