

ANALISIS SEMIOTIK PENGGUNAAN STIKER WHATSAPP DALAM KONTEKS ETIKA KOMUNIKASI MAHASISWA DI STAI TEBINGTINGGI DELI

Maryadi¹, Zeintika Mandasari², Indi Khairun Nisa³

STAI Tebingtinggi Deli (Jl. T. Imam Bonjol No.
16-A, Padang Hilir, Tebing Tinggi)^{1,2,3}

Corresponding Author: maryadip15@gmail.com¹,
mandasarizeintika@gmail.com²,
indikhrnsa@gmail.com³

Abstract

INDI KHAIRUN NISA, NPM: 0222001135, A Semiotic Analysis of the Use of WhatsApp Stickers in the Context of Communication Ethics Among Students at STAI Tebingtinggi Deli, Program: Islamic Communication and Broadcasting, Tebingtinggi Deli Islamic College (STAI). Tebing Tinggi City. This study is a qualitative research using a descriptive qualitative approach. The study aims to analyze the use of WhatsApp stickers in the context of student communication ethics. The data sources used were derived from observations, interviews, and documenting. The results of the study indicate that the use of stickers is very intensive in informal situations among fellow students but is avoided when communicating with lectures. Their communication ethics are rooted in the five principles of islamic communication; qaulan sadida, karima, ma'rufa, layyina, and baligha, wich are reflected in religious stickers and reinforced bye the groups unwritten rules. However, through Roland Barthes's semiotic analisys, agray area between humor and ethical violations was revealed. Several stickers were found to contain profanity, unauthozired modifications of photos ofother people or national figures, and ambiguities in meaning. From the perspective of Islamic ethics, the Copyright Law, and the ITE Law, these actions are categorized as ethical violations. It is concluded that raising students awerness of digital ethics is necessary.

Keywords: WhatsApp Stickers, Semiotics, Student Communication Ethics

Abstrak

INDI KHAIRUN NISA, NPM: 0222001135, Analisis Semiotik Penggunaan Stiker WhatsApp dalam Konteks Etika Komunikasi Mahasiswa di STAI Tebingtinggi Deli, Program Studi: Komunikasi dan Penyiaran Islam, Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Tebingtinggi Deli. Kota Tebing Tinggi. Penelitian ini merupakan penelitian Kualitatif dengan pendekatan metode deksriptif kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan stiker WhatsApp dalam konteks etika komunikasi mahasiswa. Sumber data yang digunakan berasal dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan penggunaan stiker sangat intensif dalam situasi informal sesama mahasiswa, namun dihindari saat berkomunikasi dengan dosen. Etika komunikasi mereka berakar pada lima prinsip komunikasi islam yaitu; qaulan sadida, karima, ma'rufa, layyina dan baligha, yang tercermin dari stiker keagamaan, serta diperkuat aturan tidak tertulis kelompok. Namun, melalui analisis semiotika Roland Barthes mengungkap adanya wilayah abu-abu antara humor dan pelanggaran etika. Ditemukan beberapa stiker bermuatan kata kasar, modifikasi foto orang lain atau tokoh nasional tanpa izin, serta ambiguitas pemaknaan. Ditinjau dari etika islam, UU Hak Cipta dan ITE, tindakan tersebut dikategorikan sebagai pelanggaran etika. Disimpulkan bahwa peningkatan kesadaran beretika di ruang digital diperlukan bagi mahasiswa.

Kata Kunci: Stiker WhatsApp, Semiotika, Etika Komunikasi Mahasiswa

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara manusia membangun dan mempertahankan hubungan sosial. Komunikasi yang sebelumnya banyak berlangsung melalui tatap muka kini berlangsung secara multimodal melalui teks, suara, gambar, video, *emoji*, *meme*, dan stiker. WhatsApp menjadi salah satu ruang komunikasi yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari, termasuk untuk kepentingan akademik. Dalam ruang tersebut, pesan tidak hanya dipahami berdasarkan kata-kata, tetapi juga melalui tanda visual dan konteks hubungan antarpengguna. Perkembangan ini membuat komunikasi digital perlu dipahami bukan hanya dari sisi efektivitas, tetapi juga dari sisi etika dan kepantasan komunikasi (Nasrullah, 2021).

Stiker WhatsApp merupakan tanda visual yang dapat melengkapi, mengubah atau menggantikan nuansa pesan teks. Pada sisi lain, sifat visual dari stiker WhatsApp membuat makna yang terkandung didalamnya tidak selalu bersifat tunggal. Satu gambar dapat dimaknai berbeda oleh pengirim dan penerima karena dipengaruhi hubungan sosial, pengalaman, budaya, generasi dan situasi percakapan. Ini menunjukkan bahwa pemaknaan sangat dipengaruhi konteks hubungan dan situasi ketika stiker dikirim (Firqoh Najiyah, 2025). Hal tersebut menunjukkan bahwa tanda visual dapat membantu komunikasi, tetapi tetap memerlukan konteks agar makna tidak keliru.

Persoalan tersebut menjadi lebih penting ketika stiker digunakan dalam lingkungan akademik. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung lebih ekspresif dalam menggunakan simbol-simbol visual seperti emoji dan stiker dibandingkan generasi sebelumnya (Cha & Seo, 2018). Namun, ekspresi yang berlebihan dan kurang bijak sering kali menimbulkan ketidaknyamanan dalam percakapan, terutama ketika digunakan di ruang obrolan formal seperti grup kelas atau forum akademik. Hal ini menunjukkan adanya ketegangan antara kebebasan berekspresi dan batasan etika komunikasi di ruang digital. Dalam perspektif Islam, etika komunikasi tidak hanya berkaitan dengan bentuk Bahasa, tetapi juga dengan niat, cara penyampaian, dan penghormatan terhadap pihak lain. Prinsip *qaulan sadida*, *qaulan karima*, *qaulan ma'rufa*, *qaulan layyina*, dan *qaulan baligha* dapat digunakan sebagai kerangka untuk melihat apakah suatu pesan disampaikan secara benar, mulia, baik, lembut, dan tepat sasaran.

Penelitian terdahulu yang secara khusus membahas stiker WhatsApp telah berkembang, tetapi fokusnya berbeda-beda. (Keni Suantini, 2022) membahas pemaknaan stiker untuk menanggapi obituari dari perspektif kesantunan berbahasa. Penelitian lain menunjukkan bahwa banyak mahasiswa yang belum memahami perbedaan gaya bahasa antara komunikasi formal dan informal di media sosial (Manalu et al., 2025). Mahasiswa cenderung membawa gaya bercanda dan santai ke ruang-ruang yang seharusnya bersifat akademis. Rangkaian penelitian tersebut menunjukkan bahwa stiker merupakan objek komunikasi multimodal yang memiliki lapisan makna.

Celah penelitian dalam studi ini terletak pada konteks mahasiswa STAI Tebingtinggi Deli, khususnya mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam semester IV dan VI. Lingkungan pendidikan tinggi Islam memberikan konteks khusus karena penggunaan media digital berada dalam ruang sosial yang juga menekankan nilai akhlak dan kesantunan. Penelitian ini tidak hanya menanyakan apakah mahasiswa menggunakan stiker, tetapi memeriksa bagaimana stiker dimaknai dan bagaimana pemakaiannya berhubungan dengan etika komunikasi. Karena itu, teori semiotika Roland Barthes digunakan untuk membaca tanda melalui denotasi, konotasi, dan mitos, sedangkan prinsip etika komunikasi Islam digunakan sebagai lensa normatif dalam membaca kepantasan penggunaan stiker.

Berdasarkan latar tersebut, penelitian ini bertujuan: (1) mendeskripsikan penggunaan stiker WhatsApp pada mahasiswa STAI Tebingtinggi Deli; (2) menjelaskan konteks etika

komunikasi mahasiswa; dan (3) menganalisis makna semiotik penggunaan stiker WhatsApp dalam konteks etika komunikasi mahasiswa.

Fokus tersebut diharapkan memberikan gambaran mengenai cara mahasiswa menegosiasikan ekspresi, humor, kedekatan sosial, dan batas kepantasan dalam komunikasi digital.

Kajian lain memperkuat pentingnya melihat komunikasi digital sebagai ruang yang memiliki norma sosial. Penelitian yang dilakukan oleh (Saggaf et al., 2021) menempatkan prinsip komunikasi Islam sebagai etika bermedia sosial, (Keni Suantini, 2022) menunjukkan bahwa stiker dapat dipahami sebagai simbol yang bekerja melalui konteks dan kesantunan. Temuan-temuan tersebut menjadi pijakan untuk membaca penggunaan stiker dalam konteks khusus di STAI Tebingtinggi Deli.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*Field Research*). Pendekatan kualitatif dipilih Karena objek penelitian merupakan pengalaman, praktik komunikasi, pemaknaan, dan konteks sosial dari stiker WhatsApp yang tidak direduksi menjadi angka. Penelitian ini dilaksanakan di STAI Tebingtinggi Deli, Kote Tebing Tinggi, Sumatera Utara, pada Juni 2026. Subjek penelitian adalah mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) semester IV dan VI yang aktif menggunakan WhatsApp.

Sumber data terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Dokumentasi berupa tangkapan layar percakapan yang memuat penggunaan stiker dipilih secara selektif sesuai fokus penelitian. Data sekunder berasal dari buku, jurnal, artikel, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan komunikasi digital, semiotika, dan etika komunikasi.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik. Pertama, observasi nonpartisipatif untuk mengamati penggunaan stiker dalam percakapan individu maupun kelompok tanpa ikut terlibat dalam interaksi. Kedua, wawancara semi-terstruktur untuk menggali alasan penggunaan stiker, situasi penggunaannya, pengalaman informan, dan pemahaman mereka terhadap etika komunikasi. Ketiga, dokumentasi untuk mengumpulkan bukti visual berupa tangkapan layar dan arsip pesan yang relevan. Penggunaan beberapa teknik tersebut dimaksudkan untuk memungkinkan perbandingan data antarsumber.

Analisis data menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan model interaktif (Miles et al., 1992) yaitu reduksi data, display data, dan penarikan kesimpulan. Analisis semiotik dilakukan dengan kerangka Roland Barthes. Stiker diperlakukan sebagai tanda yang memiliki bentuk visual dan makna. Analisis dilakukan dengan mengidentifikasi penanda, kemudian menjelaskan makna denotatif, konotatif, dan mitos yang muncul dari tanda tersebut. Pemaknaan tidak dilepaskan dari konteks percakapan, hubungan antarpengguna, dan tujuan pengiriman stiker.

Keabsahan data dijamin melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi teori. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari beberapa informan. Triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Triangulasi teori dilakukan dengan memadukan analisis semiotik dan etika komunikasi sehingga pemaknaan tanda tidak hanya berhenti pada bentuk visual, tetapi juga dikaitkan dengan nilai kepantasan komunikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Intensitas, Jenis, dan Motif Penggunaan Stiker WhatsApp

Hasil penelitian memperlihatkan bahawa penggunaan stiker WhatsApp telah menjadi bagian dari praktik komunikasi sehari-hari mahasiswa. Temuan lapangan menunjukkan adanya perubahan intensitas penggunaan sejak masa pembelajaran daring pada tahun 2020, di mana sebagian besar mulai aktif menggunakan stiker ketika grup kelas menjadi lebih dinamis akibat peralihan media pembelajaran ke WhatsApp serta pengaruh kebiasaan kelompok.

Dari penjelasan di atas, dapat dilihat bahwa penggunaan stiker ini melonjak tajam sejak pembelajaran dipindahkan ke rumah masing-masing (*online*). Adanya jeda waktu sejak fitur ini pertama kali keluar hingga akhirnya sering digunakan, membuktikan bahwa sebuah teknologi baru akan benar-benar dipakai ketika adanya dorongan lingkungan (Sudarmaji, 2020).

Dalam praktiknya, stiker berfungsi untuk mempersingkat teks pesan yang terlalu panjang, memperjelas dan mempertegas ekspresi, merespon pesan dengan cepat, dan mencairkan suasana. Pesan teks biasanya sering kali dinilai kurang mampu menyampaikan emosi pengirim secara akurat. Oleh karena itu, kehadiran stiker dengan visual yang beragam membuat pesan terasa jauh lebih hidup dan ekspresif. Tingkat penggunaannya juga tergolong tinggi, yakni hampir setiap hari dengan frekuensi belasan hingga puluhan kali sehari, khususnya dalam percakapan dengan teman sebaya.

Kendati demikian, penggunaan stiker ini bersifat situasional dan tidak diterapkan dalam semua konteks. Mahasiswa cenderung sering menggunakan stiker saat berinteraksi dengan teman dekat baik dalam grup kelas atau pesan pribadi, namun menghindarinya ketika berkomunikasi secara formal dengan dosen. Ini mencerminkan adanya penyesuaian diri dalam berkomunikasi, di mana mahasiswa memahami bahwa stiker bukanlah alat komunikasi bebas nilai, melainkan bentuk ekspresi yang penggunaannya harus disesuaikan dengan tingkat kedekatan dan tingkat formalitas situasi.

Jenis stiker yang ditemukan cukup beragam. Berdasarkan hasil wawancara, jenis yang dominan meliputi stiker *meme*, stiker wajah teman yang dijadikan candaan, stiker teks singkat seperti “OTW”, “siap”, atau “OK”, serta stiker bernuansa keagamaan seperti “Assalamualaikum”, “Insya Allah”, “Syukron”, dan “Afwan”. Stiker juga digunakan untuk mengelola kecanggungan. Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara menyatakan bahwa teks dapat terlihat jutek atau kaku, sehingga stiker wajah lucu atau stiker permintaan maaf digunakan untuk mengurangi kesan tersebut. Niat adalah salah satu unsur terpenting dalam setiap perbuatan yang akan dilakukan manusia (Nisa & Prayugo, 2023), jika stiker dipergunakan dengan tujuan baik seperti mempererat pertemanan dan mencairkan suasana, maka dapat menjadi bernilai positif. Temuan ini sejalan dengan kajian yang menunjukkan bahwa stiker dapat memperkuat muatan emosional dan membantu mengelola hubungan sosial dalam percakapan digital (Esther Linares Bernabéu, 2025).

2. Konteks Etika Komunikasi Mahasiswa

Dari sisi etika, mahasiswa memahami bahwa penggunaan stiker harus mempertimbangkan siapa penerima pesan, situasi komunikasi, dan kesepakatan kelompok. Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara, mahasiswa di lingkungan kampus diajarkan untuk beretika secara islami dan bertutur kata dengan baik. Pada praktiknya, aturan penggunaan stiker sebagian besar tidak tertulis. Informan juga menyebut adanya kesepakatan internal kelompok agar stiker tertentu hanya digunakan dalam grup kelas dan tidak disebarluaskan ke ruang obrolan lain. Kesepakatan tersebut berfungsi sebagai bentuk kontrol sosial sekaligus perlindungan terhadap privasi anggota kelompok.

Nilai etika komunikasi Islam dalam temuan penelitian telah tercermin melalui lima prinsip. *Qaulan sadida* mengarahkan komunikasi agar benar dan jujur. *Qaulan karima* menekankan perkataan yang mulia dan penghormatan terhadap orang lain. *Qaulan ma'rufa* menuntut perkataan yang baik dan membawa kemaslahatan. *Qaulan layyina* menekankan kelembutan dalam penyampaian. Sementara *qaulan baligha* mengarahkan pesan agar efektif, jelas, dan tepat sasaran. Dalam konteks stiker, prinsip-prinsip tersebut tidak hanya berlaku pada teks yang menyertai gambar, tetapi juga pada pemilihan gambar dan konteks penggunaannya. Kajian etika komunikasi Islam juga menekankan pentingnya kesantunan, tanggung jawab, menjaga kehormatan orang lain, dan literasi digital dalam interaksi media sosial.

Namun, penelitian menemukan persoalan etika. Beberapa stiker menggunakan wajah

seseorang atau anggota grup tanpa seizin pemilik wajah dan juga ditemukan beberapa stiker mengandung kata-kata kasar, *sarkasme* dan ejekan. Meskipun sering kali dianggap sebagai lelucon candaan atau *Jokes*, Penggunaan stiker yang menggunakan wajah seseorang tanpa izin merupakan salah satu bentuk pelanggaran etika karena penerima atau pemilik foto dapat memiliki interpretasi dan perasaan yang berbeda.

Persoalan lainnya adalah ambiguitas makna. Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara bahwa satu gambar dapat dipahami berbeda oleh kelompok usia atau komunitas yang berbeda. Ekspresi menangis, misalnya, dapat dipahami sebagai kesedihan oleh sebagian pengguna, tetapi dapat menjadi simbol tertawa, terkejut, atau respons humor dalam kelompok tertentu. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa stiker dapat menimbulkan salah tafsir karena ekspresi visual dan konteksnya tidak selalu dibaca secara sama oleh pengirim dan penerima. Dalam konteks tertentu, stiker dapat membantu memperjelas maksud, tetapi pada konteks lain justru memperbesar ambiguitas (Roosyidah, Thifaa Kautsar, 2022)

3. Analisis Semiotik Roland Barthes terhadap Konten Stiker WhatsApp Mahasiswa

Analisis semiotik Roland Barthes terhadap empat konten stiker memperlihatkan adanya lapisan makna yang lebih kompleks.

a. Konten 01



Gambar 1. WhatsApp Sticker Collection milik peneliti (Hasil tangkapan layar, 2026)

Pada konten pertama, penanda berupa boneka Barbie dengan ekspresi tersenyum miris, maskara luntur, dan teks “OHH KAYA GINI, TINGKAH SETAN BERWUJUD MANUSIA”. Secara denotatif, gambar memperlihatkan figur boneka dengan ekspresi tertentu dan teks yang menyebut “tingkah setan”. Secara konotatif, kombinasi senyum dan maskara luntur merepresentasikan frustrasi, kepasrahan, dan kekecewaan yang disampaikan melalui gaya humor. Pada tingkat mitos, humor tersebut dapat menormalisasi penggunaan istilah merendahkan sebagai cara instan untuk merespons perilaku teman.

b. Konten 02



Gambar 2. WhatsApp Sticker Collection milik peneliti (Hasil tangkapan layar, 2026)

Konten kedua menampilkan figur perempuan berkacamata dengan pakaian merah, berdiri di belakang podium, menunjuk ke depan, dan disertai teks “SEKALI LAGI NGOMONG

SEPERTI ITU, SAYA JUAL KAMU”. Secara denotatif, tanda menunjukkan figur yang berbicara dengan ekspresi tegas. Konotasinya mengarah pada gertakan, intimidasi, atau sindiran jenaka. Penggunaan figur publik dalam stiker memperkuat kesan otoritas, sedangkan kalimat hiperbolis digunakan untuk menegur teman yang dianggap terlalu banyak berbicara. Pada tingkat mitos, figur otoritatif dikonstruksi sebagai simbol “orang yang berkuasa” sehingga ancaman yang sebenarnya tidak literal dapat diterima sebagai humor kelompok.

c. Konten 03



Gambar 3. WhatsApp Sticker Collection milik peneliti (Hasil tangkapan layar, 2026)

Konten ketiga menampilkan seorang pria dengan tatapan melotot, alis menegang, dan gigi terlihat. Denotasinya berupa ekspresi wajah yang menunjukkan kemarahan atau keterkejutan. Pada tingkat konotasi, ekspresi tersebut digunakan sebagai respons terhadap sesuatu yang dianggap kacau, mengejutkan, atau tidak sesuai harapan. Dalam percakapan antarteman, stiker seperti ini dapat menjadi respons instan yang menggantikan kalimat panjang. Akan tetapi, jika dikirim kepada orang yang tidak memiliki kedekatan atau dalam situasi formal, tanda tersebut dapat dibaca sebagai kemarahan atau penghinaan.

d. Konten 04



Gambar 4. WhatsApp Sticker Collection milik peneliti (Hasil tangkapan layar, 2026)

Konten keempat menampilkan seorang anak laki-laki bernama Osita Ihime atau “Pawpaw” yang memegang mikrofon, dengan teks “kau iniii...agak lain kau ku tengok”. Secara denotatif, stiker memperlihatkan figur dengan tatapan tajam dan teks dalam dialek Melayu/Medan. Konotasinya menunjukkan rasa heran, curiga, tidak percaya, atau teguran ringan terhadap perilaku seseorang. Pada tingkat mitos, penggunaan figur anak-anak dan bahasa daerah membangun kesan kepolosan dan keakraban sehingga kritik terasa lebih santai. Namun, makna tersebut tetap bergantung pada relasi pengirim dan penerima.

Pada tinjauan etika komunikasi, peneliti melihat bahwa penggunaan beberapa konten stiker di atas berada di wilayah abu-abu antara humor dan pelanggaran etik. Stiker yang awalnya berfungsi mencairkan suasana berpotensi berubah menjadi perundungan digital (*Cyberbullying*) apabila dikirimkan kepada orang yang tidak memiliki kedekatan personal,

sehingga memicu ketersinggungan. Dalam hal ini, peneliti juga menjadikan perspektif etika komunikasi islam sebagai sebuah indikator. Islam memiliki pandangan yang sangat ketat mengenai etika berkomunikasi, termasuk dalam interaksi digital. Penggunaan stiker yang mengandung muatan visual mencela atau teks yang merendahkan berpotensi melanggar beberapa prinsip penting. Hal ini sejalan dengan firman Allah dalam Q.S Al-Isra: 28 yang artinya : *“Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rehmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, maka katakanlah kepada mereka ucapan yang pantas”* (Q.A Al-Isra: 28).

Sementara itu, dari perspektif hukum di Indonesia, pembuatan dan penyebaran foto dengan wajah orang lain tanpa izin berpotensi melanggar Pasal 12 UU No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Jika stiker tersebut memuat unsur penghinaan atau pencemaran nama baik di ruang publik digital, pelaku juga dapat dijerat Pasal 27A UU ITE No. 1 Tahun 2008. Secara sosiologis, penilaian etis suatu tindakan sangat bergantung pada kebiasaan yang hidup di lingkungan sosial mahasiswa. Namun, secara keseluruhan temuan ini menyimpulkan bahwa penggunaan stiker wajah atau kata-kata tertentu kerap melanggar etika komunikasi, baik secara umum maupun islam. Oleh karena itu, peningkatan kesadaran dan kehati-hatian dalam berkomunikasi sangat diperlukan guna menghindari kesalahpahaman serta pelanggaran

SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan stiker WhatsApp di kalangan mahasiswa STAI Tebingtinggi Deli berlangsung intens, terutama dalam komunikasi informal antarteman. Stiker digunakan hampir setiap hari untuk merespons pesan, menggantikan teks, mengekspresikan emosi, mengurangi kecanggungan, dan menciptakan humor. Sebaliknya, penggunaan stiker dihindari dalam komunikasi formal dengan dosen maupun grup formal kampus karena mahasiswa dapat menyesuaikan dengan tingkat formalitas dan hubungan komunikasi.

Konteks etika komunikasi mahasiswa berakar pada nilai komunikasi Islam, terutama *qaulan sadida, qaulan karima, qaulan ma'rufa, qaulan layyina, dan qaulan baligha*. Nilai tersebut tercermin antara lain melalui stiker keagamaan dan kebiasaan menjaga kesopanan. Selain norma formal, terdapat kesepakatan tidak tertulis dalam kelompok mengenai penggunaan dan penyebaran stiker tertentu. Meskipun demikian, penelitian menemukan persoalan berupa penggunaan konten stiker bermuatan foto orang lain tanpa izin, kata kasar, sarkasme, ejekan, modifikasi foto tokoh, serta ambiguitas makna.

Melalui analisis semiotika Roland Barthes, terdapat beberapa stiker yang digunakan terbukti berada pada wilayah abu-abu antara humor digital dan pelanggaran etika. Jika ditinjau dari etika komunikasi islam dan hukum di Indonesia tentang UU Hak Cipta dan UU ITE, penyebaran stiker yang memodifikasi wajah orang lain tanpa izin serta mengandung teks yang merendahkan martabat manusia tetap dikategorikan sebagai pelanggaran etika, sehingga peningkatan kesadaran beretika di ruang digital masih sangat diperlukan bagi mahasiswa.

Bagi mahasiswa, hasil penelitian ini menunjukkan perlunya meningkatkan kesadaran etika dan literasi digital, termasuk memahami prinsip komunikasi Islam ketika menggunakan humor dan stiker. Bagi STAI Tebingtinggi Deli, edukasi mengenai etika komunikasi digital dapat dilakukan melalui sosialisasi, seminar, atau kegiatan literasi media yang mengintegrasikan nilai Islam dengan praktik komunikasi digital. Penelitian lanjutan dapat memperluas informan dan membandingkan penggunaan stiker pada beberapa program studi atau kelompok komunikasi dengan karakter sosial yang berbeda.

REFERENSI

Cha, S. S., & Seo, B. K. (2018). Smartphone use and smartphone addiction in middle school students in Korea: Prevalence, social networking service, and game use. *Health Psychology Open*, 5(1). <https://doi.org/10.1177/2055102918755046>

Esther Linares Bernabéu, F. Y. (2025). *A pragmatic typology of WhatsApp sticker*

functions. 1–35. https://artefacts-discovery.researcher.life/full_text/DA-2/a0/a00ae63436e530b0a7741a83cb942607/full_text/59017cc25e2de01d3ff2e1ba592694b8.pdf

Firqoh Najiyah, S. (2025). *Interpretasi Mahasiswa Terhadap Stiker WhatsApp Bernuansa Sarkastik dalam Komunikasi di Grup Kelas Stikosa-AWS*. 5(<https://journal.stikosa-aws.ac.id/index.php/digicom/issue/view/77>), 1–6. <https://doi.org/https://doi.org/10.37826/digicom.v5i3.1051>

Keni Suantini. (2022). Pemaknaan Stiker Whatsapp untuk Menanggapi Obituari dari Sudut Pandang Kesantunan Berbahasa. *Concept: Journal of Social Humanities and Education*, 1(4), 27–38. <https://doi.org/10.55606/concept.v1i4.74>

Manalu, E. N., Pos Pos, M., Sagala, M. Y., Wandini, A., & Daulay, M. A. J. (2025). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Gaya Bahasa Dalam Penulisan Akademik Mahasiswa. *Indonesian Journal of Education and Development Research*, 3(2), 890–895. <https://doi.org/10.57235/ijedr.v3i2.5637>

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Rohidi, T. R. (1992). *Analisis data kualitatif: buku sumber tentang metode-metode baru*. <https://books.google.co.id/books?id=50--swEACAAJ>

Nasrullah, R. (2021). Manajemen Komunikasi Digital: Perencanaan, Aktivitas, dan Evaluasi. *Prenadamedia Group*.

Nisa, I. K., & Prayugo, B. (2023). Hadist Dakwah: Urgensi Niat dalam Dakwah. *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(2), 3. <https://jurnal.stain-madina.ac.id/index.php/qau/article/view/1498/1143>

Roosyidah, Thifaa Kautsar, P. F. (2022). Analisis Stiker WhatsApp Sebagai Simbol Dalam Komunikasi Dikalangan Manula (WhatsApp Grup Keluarga Besar Asrama Polisi Airlnel)No Title. *Ilmu Komunikasi*, 5.

Saggaf, M. I., Arif, M. W., Habibie, M., & Atqiya, K. (2021). Prinsip Komunikasi Islam Sebagai Etika Bermedia Sosial. *Journal of Communication Studies*, 1(01), 15–29. <https://doi.org/10.37680/jcs.v1i01.698>

Sudarmaji. (2020). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi (System of Rice Intensification)*. 9.