

**REPRESENTASI PERBEDAAN KARAKTERISTIK TIGA GENERASI  
DALAM UNGGAHAN VIDEO TIKTOK GUSTAV PAAT  
(KAJIAN SEMIOTIK)**

**SKRIPSI**

diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sastra  
Indonesia



Oleh:

**Nadia Kyranni Khairunnisa**

**1905368**

**BAHASA DAN SASTRA INDONESIA  
FAKULTAS PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
BANDUNG  
2023**

REPRESENTASI PERBEDAAN KARAKTERISTIK TIGA GENERASI  
DALAM UNGGAHAN VIDEO TIKTOK GUSTAV PAAT  
(KAJIAN SEMIOTIK)

Oleh:

Nadia Kyranni Khairunnisa

diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk  
memperoleh gelar Sarjana Sastra Indonesia

© Nadia Kyranni Khairunnisa 2023

Universitas Pendidikan Indonesia

Agustus 2023

Hak Cipta dilindungi undang-undang.  
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,  
dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

**LEMBAR PENGESAHAN**

**NADIA KYRANNI KHAIRUNNISA**

NIM 1905368

**REPRESENTASI PERBEDAAN KARAKTERISTIK TIGA GENERASI  
DALAM UNGGAHAN VIDEO TIKTOK GUSTAV PAAT  
(KAJIAN SEMIOTIK)**

Disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I,



Prof. Dr. Drs. Aceng Ruhendi Saifullah, M. Hum.  
NIP 195608071980121001

Pembimbing II,



Dr. Nuny Sulistiany Idris, M. Pd.  
NIP 196707151991032001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia



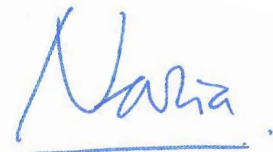
Dr. Mahmud Fasya, S.Pd., M. A.  
NIP 197712092005011001

## **PERNYATAAN KEASLIAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Representasi Perbedaan Karakteristik Tiga Generasi Dalam Unggahan Video Di Platform TikTok (Kajian Semiotik)” beserta seluruh isinya merupakan karya yang diciptakan oleh penulis sendiri. Penulis tidak menjiplak atau melakukan pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika penulisan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Maka dari itu, dengan pernyataan ini penulis siap menanggung risiko atau sanksi jika di kemudian hari ditemukan pelanggaran etika keilmuan atau terdapat pengakuan dari pihak lain terkait keaslian karya ini.

Bandung, 13 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Nadia Kyranni Khairunnisa

NIM 1905368

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah Swt yang telah memberikan segala rahmat, nikmat, dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Tidak lupa, shalawat serta salam peneliti curahkan kepada Nabi Muhammad Saw kepada keluarganya, sahabat-sahabatnya, serta para umatnya.

Skripsi berjudul “Representasi Perbedaan Karakteristik Tiga Generasi Dalam Unggahan Video TikTok Gustav Paat (Kajian Semiotik)” menjadi salah satu usaha peneliti untuk menyelesaikan studi dan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sastra di Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Pendidikan Bahasa dan Sastra, Universitas Pendidikan Indonesia Skripsi ini juga dibuat dengan tujuan agar dapat menambah wawasan tentang analisis semiotik dan penelitian tentang representasi perbedaan generasi yang dibangun di media sosial bagi para pembaca dan juga bagi peneliti.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, penulis sadar bahwa banyak hal yang perlu dipelajari untuk memperbaiki dan membuat skripsi ini menjadi lebih baik lagi. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini di masa depan.

Bandung, 13 Juli 2023

Nadia Kyranni Khairunnisa

## UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam menyelesaikan skripsi ini, terdapat banyak pihak yang ikut andil dalam mendorong dan memberikan bantuan kepada peneliti. Maka dari itu, peneliti ingin menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang mendalam kepada:

1. Prof. Dr. M. Solehuddin, M.Pd., M.A. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia;
2. Prof. Dr. Tri Indri Hardini, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Pendidikan Bahasa dan Sastra, Universitas Pendidikan Indonesia;
3. Dr. Hj. Isah Cahyani, M.Pd. selaku Ketua Departemen Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Pendidikan Indonesia;
4. Dr. Mahmud Fasya, S.Pd., M.A. selaku Ketua Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Pendidikan Indonesia;
5. Prof. Dr. Drs. Aceng Ruhendi Saifullah, M.Hum. dan Dr. Nuny Sulistiany Idris, M.Pd selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak masukan, ilmu, kritik, saran, dan arahan kepada peneliti selama proses pengerjaan skripsi ini;
6. seluruh dosen Departemen Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang sangat berharga selama peneliti berkuliah;
7. seluruh staff Departemen Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia yang telah memberikan bantuan dan informasi kepada peneliti selama peneliti berkuliah sampai menyelesaikan studi;
8. ibunda tercinta dan kakak yang selalu memberikan dukungan juga doa, sehingga peneliti selalu semangat dalam menuntaskan studi dan menyelesaikan skripsi dengan baik;
9. teman-teman penulis, Novi Dini Aldiani, Kemal Khalfani, dan Firly Nurfaridah yang telah membantu, mendampingi, dan selalu memberikan semangat kepada peneliti ketika menyusun sampai menyelesaikan skripsi ini; dan
10. kawan-kawan Nondik B 2019 yang telah menjadi teman baik selama masa-masa kuliah.

Pihak-pihak lain yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih atas dukungan, doa, dan bantuan yang telah diberikan kepada peneliti secara langsung maupun tidak langsung. Tanpa bantuan dari pihak-pihak tersebut, peneliti tidak dapat menyelesaikan skripsi ini. Demikian yang dapat peneliti sampaikan. Peneliti berharap, skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna sebagai bahan rujukan bagi peneliti lain yang ingin meneliti bidang yang sama.

**REPRESENTASI PERBEDAAN KARAKTERISTIK TIGA GENERASI  
DALAM UNGGAHAN VIDEO TIKTOK GUSTAV PAAT  
(KAJIAN SEMIOTIK)**

**Nadia Kyranni Khairunnisa**

**1905368**

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh ketertarikan peneliti dalam mengkaji dan mendeskripsikan representasi berbagai macam karakteristik dari tiga generasi, yaitu generasi 80-an, 90-an, dan 2000-an dalam video TikTok Gustav Paat. Video perbedaan generasi tersebut mengundang kesalahpahaman dan memicu perselisihan antargenerasi. Dengan begitu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna dari tanda yang digunakan untuk merepresentasikan ketiga generasi dalam video tersebut. Penelitian ini menggunakan teori semiotik dari Charles Sanders Peirce yang membagi pemaknaan tanda menjadi representamen, objek, dan interpretan. Peneliti menggunakan metode pendekatan kualitatif dan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik simak, teknik catat, dan teknik dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan melalui tiga langkah, yaitu reduksi data, display data, serta kesimpulan dan verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan tanda yang digunakan kreator menggambarkan perbedaan karakter yang dimiliki oleh masing-masing generasi 80-an, 90-an, dan 2000-an. Selain itu, penggambaran generasi 2000-an cukup menimbulkan kontra karena terdapat prasangka subjektif dan dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap generasi 2000-an, sehingga hal tersebut menyinggung mereka.

**Kata kunci:** *gustav paat, perbedaan generasi, representasi, semiotik*



**REPRESENTATION OF THREE GENERATIONS CHARACTERISTICS  
DIFFERENCES IN GUSTAV PAAT'S TIKTOK VIDEOS  
(SEMIOTIC STUDY)**

**Nadia Kyranni Khairunnisa**

**1905368**

**ABSTRACT**

*This research is motivated by interest to examine and describe various characteristics of three generations, that is 80s, 90s, and 2000s generation that represented in Gustav Paat's TikTok videos. The video of generation differences caused a misunderstanding and provoked strife between generations. Therefore, this research has purpose to find out the meaning of the signs that they used to represent the three generations in the video. This research used Charles Sanders Peirce's theory of semiotics which divides into three elements of meaning, namely signs, objects, and interpretants. The method that used in this research is a qualitative approach and descriptive research. Data collection methods that used in this research is observation technique, record technique, and documentation technique. This research used three ways to analyst data, that is data reduction, data display, dan conclusion drawing/verification. Based on the analysis, the signs that creator used are portraying the differences of characters that belonged to each of 80s, 90s, and 2000s generation. Apart from that, the depiction of 2000s generation is quite contradictory because there is subjectivity and can influence people's perceptions about the 2000s generation, so it offends them.*

**Keywords:** *generation differences, gustav paat, representation, semiotic*

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	7
1.3. Batasan Masalah.....	8
1.4. Rumusan Masalah.....	8
1.5. Tujuan Penelitian.....	8
1.6. Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB 2 LANDASAN TEORI</b> .....	10
2.1. Kajian Pustaka.....	10
2.2. Kerangka Teori.....	13
2.1.1. Pengantar Semiotik.....	13
2.1.2. Representasi.....	20
2.1.3. Teori Perbedaan Generasi.....	22
<b>BAB 3 METODE DAN TEKNIK PENELITIAN</b> .....	28
3.1. Metode Penelitian.....	28
3.2. Data dan Sumber Data.....	29
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.4. Instrumen Penelitian.....	30
3.5. Teknik Analisis Data.....	37
3.6. Definisi Operasional.....	38
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	40

4.1. Hasil.....	40
4.1.1.Representamen dalam Video Perbedaan Karakteristik Tiga Generasi.....	40
4.1.2.Interpretan dalam Video Perbedaan Karakteristik Tiga Generasi.....	62
4.1.3.Objek dalam Video Perbedaan Karakteristik Tiga Generasi.....	88
4.2. Pembahasan.....	116
4.2.1.Pembahasan Representamen dalam Video Perbedaan Karakteristik Tiga Generasi.....	116
4.2.2.Pembahasan Interpretan dalam Video Perbedaan Karakteristik Tiga Generasi.....	118
4.2.3.Pembahasan Objek dalam Video Perbedaan Karakteristik Tiga Generasi .....	121
<b>BAB 5 SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI.....</b>	<b>123</b>
5.1. Simpulan.....	123
5.2. Implikasi.....	126
5.3. Rekomendasi.....	127
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>128</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>133</b>
Lampiran 1.....	133
Lampiran 2.....	135
<b>RIWAYAT HIDUP PENELITI.....</b>	<b>150</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Trikotomi Tanda.....	16
Tabel 2. 2 Pengelompokan Generasi.....	23
Tabel 2. 3 Pengelompokan Generasi Menurut Bencsik, Csikos, dan Juhez.....	24
Tabel 3. 1 Kartu Data.....	30
Tabel 3. 2 Analisis Representamen.....	31
Tabel 3. 3 Analisis Interpretan (Verbal).....	33
Tabel 3. 4 Analisis Interpretan (Nonverbal).....	34
Tabel 3. 5 Analisis Objek (Verbal).....	34
Tabel 3. 6 Analisis Objek (Nonverbal).....	36
Tabel 4. 1 Analisis Representamen Video 1.....	40
Tabel 4. 2 Analisis Representamen Video 2.....	43
Tabel 4. 3 Analisis Representamen Video 3.....	46
Tabel 4. 4 Analisis Representamen Video 4.....	47
Tabel 4. 5 Analisis Representamen Video 5.....	49
Tabel 4. 6 Analisis Representamen Video 6.....	51
Tabel 4. 7 Analisis Representamen Video 7.....	53
Tabel 4. 8 Analisis Representamen Video 8.....	56
Tabel 4. 9 Analisis Representamen Video 9.....	58
Tabel 4. 10 Analisis Representamen Video 10.....	60
Tabel 4. 11 Analisis Interpretan Video 1 (Verbal).....	62
Tabel 4. 12 Analisis Interpretan Video 1 (Nonverbal).....	63
Tabel 4. 13 Analisis Interpretan Video 2 (Verbal).....	66
Tabel 4. 14 Analisis Interpretan Video 2 (Nonverbal).....	67
Tabel 4. 15 Analisis Interpretan Video 3 (Verbal).....	70
Tabel 4. 16 Analisis Interpretan Video 3 (Nonverbal).....	71
Tabel 4. 17 Analisis Interpretan Video 4 (Verbal).....	73
Tabel 4. 18 Analisis Interpretan Video 5 (Verbal).....	74

Tabel 4. 19 Analisis Interpretan Video 5 (Nonverbal).....	75
Tabel 4. 20 Analisis Interpretan Video 6 (Verbal).....	77
Tabel 4. 21 Analisis Interpretan Video 6 (Nonverbal).....	78
Tabel 4. 22 Analisis Interpretan Video 7 (Verbal).....	79
Tabel 4. 23 Analisis Interpretan Video 7 (Nonverbal).....	80
Tabel 4. 24 Analisis Interpretan Video 8 (Verbal).....	82
Tabel 4. 25 Analisis Interpretan Video 8 (Nonverbal).....	83
Tabel 4. 26 Analisis Interpretan Video 9 (Verbal).....	85
Tabel 4. 27 Analisis Interpretan Video 9 (Nonverbal).....	85
Tabel 4. 28 Analisis Interpretan Video 10 (Verbal).....	87
Tabel 4. 29 Analisis Objek Video 1 (Verbal).....	89
Tabel 4. 30 Analisis Objek Video 1 (Nonverbal).....	91
Tabel 4. 31 Analisis Objek Video 2 (Verbal).....	92
Tabel 4. 32 Analisis Objek Video 2 (Nonverbal).....	94
Tabel 4. 33 Analisis Objek Video 3 (Verbal).....	96
Tabel 4. 34 Analisis Objek Video 3 (Nonverbal).....	98
Tabel 4. 35 Analisis Objek Video 4 (Verbal).....	100
Tabel 4. 36 Analisis Objek Video 5 (Verbal).....	102
Tabel 4. 37 Analisis Objek Video 5 (Nonverbal).....	103
Tabel 4. 38 Analisis Objek Video 6 (Verbal).....	105
Tabel 4. 39 Analisis Objek Video 6 (Nonverbal).....	106
Tabel 4. 40 Analisis Objek Video 7 (Verbal).....	107
Tabel 4. 41 Analisis Objek Video 7 (Nonverbal).....	108
Tabel 4. 42 Analisis Objek Video 8 (Verbal).....	110
Tabel 4. 43 Analisis Objek Video 8 (Nonverbal).....	111
Tabel 4. 44 Analisis Objek Video 9 (Verbal).....	112
Tabel 4. 45 Analisis Objek Video 9 (Nonverbal).....	113
Tabel 4. 46 Analisis Objek Video 10 (Verbal).....	114

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Penonton Konten Gustav .....	4
Gambar 1. 2 Kolom Komentar di TikTok @don.gustavio .....	5
Gambar 2. 1 Model Segitiga Makna Peirce .....	16

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Syakir Media Press.
- Arar, T. &. (2015). How to manage generation z in business life. *Journal of Global Economics, Management and Business Research*, 4(4), 195–202.
- Aurellia, A. (2022, November 24). *7 Manfaat Coffee Break dalam Suatu Acara Beserta Penjelasannya*. Retrieved from detik.com: <https://www.detik.com/bali/berita/d-6422879/7-manfaat-coffee-break-dalam-suatu-acara-beserta-penjelasannya#:~:text=Coffee%20break%20adalah%20istilah%20untuk,b%20erlangsung%20lagi%20di%20sore%20hari>.
- Basori, M. H. (2021). Representasi Sifat Manusia dalam Karakter Animasi Studi Analisis Semiotika dalam Film Animasi "The Angry Birds". *MEDIAKOM : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(02), 101-113.
- Bencsik, A., Csikos, G., & Juhaz, T. (2016). Y and Z Generations at Workplaces. *Journal of Competitiveness*, 8(3), 90-106. doi:10.7441/joc.2016.03.06
- Budiman, K. (2011). *Semiotika Visual: Konsep, Isu, dan Problematika Ikonisitas*. Yogyakarta: Jalasutra.
- cnnindonesia.com. (2022, Oktober 1). *Mengapa Gemini Dibenci Banyak Orang? Simak 5 Faktanya*. Retrieved from <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20220621174341-277-811781/mengapa-gemini-dibenci-banyak-orang-simak-5-faktanya>
- cnnindonesia.com. (2023, Maret 14). *Ada Lagi yang Viral di Medsos, Apa Sih Arti Chuaks?* Retrieved from <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20230309160427-269-923014/ada-lagi-yang-viral-di-medsos-apa-sih-arti-chuaks>
- Danesi, M. (2010). *Pesan, Tanda, dan Makna*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Deledalle, G. (2000). *Charles S. Peirce's Philosophy of Sign: Essays in Comparative Semiotics*. Bloomington: Indiana University Press.
- Dimock, M. (2019). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. Retrieved from Pew Research Center: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/wheremillennials-end-and-generation-z-begins/>
- Donsu, J. D. (2017). *Psikologi Keperawatan*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Durn, S. (2021, Desember 14). Retrieved from Atlas Obscura: <https://www.atlasobscura.com/articles/hawaii-shaka-hand-origin>

- Eckleberry-Hunt, J., & Tucciarone, J. (2011). The Challenges and Opportunities of Teaching “Generation Y”. *Journal of Graduate Medical Education*. doi:10.4300/jgme-03-04-15
- Eco, U. (1976). *A Theory of Semiotics*. Bloomington: Indiana University Press.
- EF. (2022, Desember 15). Retrieved from ef.co.id: <https://www.ef.co.id/englishfirst/adults/blog/gaya-hidup/arti-kata-slay-yang-sering-disalahartikan/>
- Gupta, S. (2022, Januari 11). *From Gen Z to baby boomers, here’s how employees describe their coworkers from different generations*. Retrieved from Fast Company: <https://www.fastcompany.com/90801901/gen-z-x-millennials-boomers-job-performance-survey>
- Gursoy, D., Maier, T. A., & Chi, C. G. (2008). Generational differences: An examination of work values and generational gaps in the hospitality workforce. *International Journal of Hospitality Management*, 27(3), 448–458. doi:10.1016/j.ijhm.2007.11.002
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London, Thousand Oaks, dan New Delhi: Sage Publications-Open University.
- Handayani, W. S. (2019). *Representasi Karakter Masyarakat Jawa Timur Dalam Film Yowis Ben*. Tangerang: Universitas Buddhi Dharma.
- Himawan, S. (2018). Representasi Pornografi Pada Media Sosial (Analisis Semiotika Pierce Pada Aplikasi Bigo Live). *MEDIAKOM Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 8(1), 79-96.
- Juliastuti, N. (2000). *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Kencana.
- Jurkiewicz, C. L. (2000). Generation X and the Public Employee. *Public Personnel Management*, 29(1). doi:10.1177/009102600002900105
- Kaelan. (2009). *Filsafat Bahasa Semiotika dan Hermeneutika*. Yogyakarta: Paradigma.
- Kubátová, J. (2016). Work-related attitudes of Czech generation Z: International comparison. *Central European Business Review*, 5(4), 61–70.
- Kupperschmidt, B. R. (2000). Multigeneration Employees: Strategies for Effective Management. *The Health Care Manager*, 19(1).
- Lancaster, L. C., & Stillman, D. (2002). *When Generations Collide. Who They Are. Why They Clash. How to Solve the Generational Puzzle at Work*. New York: Collins Business.



- Lase, D., & Daeli, D. O. (2020). Pembelajaran Antargenerasi Untuk Masyarakat Berkelanjutan. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 6(2), 89-103. doi:10.23887/jiis.v6i2.28138
- Littlejohn, S. (2002). *Theories of Human Communication* (8th ed.). Albuquerque: Wadsworth Publishing Company.
- Lyons, S. (2004). *An exploration of generational values in life and at work*. Retrieved from ProQuest Dissertations and Theses: <http://ezproxy.um.edu.my/docview/305203456?accountid=28930>
- Mahsun. (2005). *Metode Penelitian Bahasa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Mannheim, K. (1952). The Problem of Generations. *Essays on the Sociology of Knowledge*, 24(19).
- Martin, C. A., & Tulgan, B. (2002). *Managing the Generational Mix*. Amherst, MA: HRD Press.
- Miles, M. B., & Huberman, M. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morrison, M. A. (2009). *Teori Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Mudjiono, Y. (2011). Kajian Semiotika Dalam Film. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1).
- Noble, S. M., & Schewe, C. D. (2003). Cohort segmentation: An exploration of its validity. *Journal of Business Research*, 56(12), 979–987. doi:10.1016/S0148-2963(02)00268-0
- Oblinger, D., Oblinger, J., & Eds. (2005). *Educating the Net Gen*. Washington, D.C.: EDUCAUSE.
- Piliang, Y. A. (2003). *Hipersemiotika :Tafsir Culture Studies atas Matinya Makna*. Yogyakarta: JalaSutra.
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants Part 1. *On the Horizon*. doi:10.1108/10748120110424816
- Puspitasari, D. R. (2021). Nilai Sosial Budaya dalam Film Tilik (Kajian Semiotika Charles Sanders Peirce). *Jurnal SEMIOTIKA*, 15(1), 10-18.
- Putra, Y. S. (2016). Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi. *Among Makarti*, 9(18).
- Putri, G. S., Bobie, H., & Nisrin, H. (2019). Generation Gap; Analisa Pengaruh Perbedaan Generasi Terhadap Pola Komunikasi Organisasi di Perusahaan Consumer Goods Di Kota Surabaya. *Sosial : Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 20(1), 36-43.

- Rizal, J. G. (2021, Desember 26). Retrieved from Kompas.com: <https://www.kompas.com/tren/read/2021/12/26/170000565/mengenal-apa-itu-generasi-baby-boomers-x-y-z-millennials-dan-alpha?page=all>
- Ryder, N. B. (1965). The Cohort as a Concept in the Study of Social Change. *American Sociological Review*, 30(6), 843–861.
- Sasmita, U. (2017). Representasi Maskulinitas dalam Film Disney Moana (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce). *Jurnal Online Kinesik*, 4(2), 127-144.
- Setyorini, C., & Lieskusumastuti, A. D. (2021). Gambaran Status Gizi Bayi Dan Balita Pada Masa Covid-19. *Avicenna : Journal of Health Research*, 4(1), 118-127. doi:10.36419/avicenna.v4i1.465
- Sobur, A. (2001). *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis "Framing"*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sobur, A. (2009). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Stillman, D. &. (2017). *Generasi Z: Memahami Karakter Generasi Baru yang Akan Mengubah Dunia Kerja Pengarang*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA.
- Tay, A. (2011). Managing generational diversity at the workplace: expectations and perceptions of different generations of employees. *African Journal of Business Management*, 5(2), 249-255. doi:10.5897/AJBM10.335
- Thomas, L. S. (2006). *Bahasa, Masyarakat dan Kekuasaan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Tinarbuko, S. (2012). *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Twenge, J. M. (2006). *Generation Me: Why Today's Young Americans Are More Confident, Assertive, Entitled—and More Miserable Than Ever Before*. New York: Free Press .
- Utomo, T. (2018). Perbedaan Kelompok Generasi & Pantangan Yang Dihadapi Oleh Perguruan Tinggi A. *PERSONIFIKASI*, 9(1).
- Vera, N. (2014). *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Wibowo, I. S. (2013). *Semiotika Komunikasi 2: Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Williams, K., Page, R., Petrosky, A., & Hernandez, E. (2010). Multi-generational marketing: Descriptions, characteristics, lifestyles, and attitudes. *The Journal of Applied Business and Economics*, 11(2).

Yuwita, N. (2018). Representasi Nasionalisme Dalam Film Rudy Habibie (Studi Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce). *Jurnal Heritage*, 6(1), 40-48. doi:10.35891/heritage.v6i1.1565