

Fenomena Penggunaan Emoticon pada Facebook dan Blackberry Messenger sebagai Alternatif Komunikasi Non- Verbal

by Rr. Arielia Yustisiana

Submission date: 14-Apr-2021 10:01AM (UTC+0700)

Submission ID: 1558695897

File name: SAINTEK_Vol_13_No_2_Des_2016.compressed.compressed.pdf (2.35M)

Word count: 3722

Character count: 24580

Fenomena Penggunaan Emoticon pada Facebook dan Blackberry Messenger sebagai Alternatif Komunikasi Non-Verbal

10 Arielia Yustisiana dan Christina Maya Iriana Sari
Universitas Katolik Widya Mandala Madiun

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan sebuah fenomena dalam teknologi media sosial yang berhubungan dengan komunikasi non-verbal yang menggunakan aplikasi emoticon. Media sosial yang digunakan adalah Facebook (FB) dan Blackberry Messenger (BBM). Dalam kedua media sosial tersebut terdapat aplikasi emoticon. Ada dua permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu: mendeskripsikan maksud emoticon dan faktor-faktor penentu emoticon yang dipakai pada media sosial (FB dan BBM) untuk mengungkapkan emosi pengirim kepada penerima pesan. Kajian teori yang digunakan untuk menganalisis permasalahan tersebut adalah komunikasi yang dibagi menjadi dua: komunikasi non-verbal dan visual, semiotika dan media sosial, yaitu FB dan BBM. Data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan dari sumber data yaitu percakapan atau chat pengguna media sosial FB dan BBM. Metode padan referensial dan metode padan pragmatis digunakan untuk menganalisis emoticon yang digunakan oleh pengguna media sosial FB dan BBM. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ada beberapa emoticon yang sering digunakan untuk mengungkapkan emosi pengirim kepada penerima dan sebaliknya. Terdapat tiga faktor penentu emoticon yang dipakai pada media sosial (FB dan BBM) untuk mengungkapkan emosi pengirim kepada penerima pesan, yaitu faktor kedekatan hubungan personal, faktor situasi atau keadaan sosial tuturan dan efisiensi komunikasi.

Kata kunci: Emoticon, Semiotik, Komunikasi Non-Verbal, Media Sosial

ABSTRACT

The article is aimed to describe the technological phenomena in social media dealing with non-verbal communication by using the application of emoticon. The social media are Facebook (FB) dan Blackberry Messenger (BBM). There is the application of emoticon in both social media. The problems that are discussed in the research are: describe the meaning of the emoticon and the determinant factors of emoticon that are used in social media (FB dan BBM) to express the sender's emotion to the receiver. The theories used to analyze the problems are communication that is divided into two, that is, non-verbal and visual communication, semiotic and social media, FB dan BBM. The data used in the research are the chattings of FB and BBM users. Referential equivalent and pragmatic equivalent methods are used to analyze emoticon used by the users of FB and BBM. The findings of the research are that there are some emoticons that are often used to express the sender's emotion to the receiver and vice versa. There are three determinant factors of emoticon used in FB and BBM to express the sender's emotion to the receiver, they are, proximity of personal relationship, situational or social conditional of the utterance and communication efficiency factors.

Key words: Emoticon, Semiotic, Non-Verbal Communication, Social Media

PENDAHULUAN

Istilah *emoticon* atau *emotional and icon* tidak asing lagi bagi masyarakat pengguna media sosial, seperti *facebook (FB)* dan *blackberry messenger (BBM)*. Begitu populernya *emoticon*, banyak orang menggunakan media tersebut sebagai alternatif komunikasi non verbal dalam percakapan. Mereka menyukai menggunakan *emoticon* dalam *posting*, ataupun pesan mereka karena *emoticon* dinilai dapat mengekspresikan emosi mereka secara lebih jelas. Komunikasi dengan menggunakan *emoticon* dapat mengekspresikan komunikasi non-verbal, seperti senyum, menangis, malu, marah dan sebagainya.

Dengan meningkatnya pengguna *FB* dan *BBM* maka *emoticon* digunakan dalam kegiatan berkomunikasi. Komunikasi non-verbal tercipta karena pengguna *FB* dan *BBM* menyisipkan ikon-ikon dalam percakapan sebagai bentuk respons pertukaran komunikasi dalam proses menciptakan satu persamaan makna bagi para pengguna

FB dan *BBM*. Banyak para penggunanya menjadikan layanan kedua media sosial tersebut sebagai sarana komunikasi baik verbal maupun non-verbal karena menggunakan teks dalam menyampaikan pesannya. Selain itu para pengguna layanan ini menggunakan *emoticon (emotion icon)* dalam kegiatan *chatting* melalui *FB* dan *BBM*. Percakapan tersebut menyisipkan *emoticon* yang dapat mewakili bagaimana keadaan emosi dari lawan yang kita ajak berkomunikasi. Untuk menganalisis sebuah makna yang terkandung dalam sebuah ikon (*emoticon*) dapat diteliti melalui analisis semiotika.

Tanda-tanda kebahasaan terdiri dari bentuk dan makna. Bentuk adalah elemen fisik tuturan, sedangkan bentuk adalah konsep abstrak pengalaman manusia atau wujud nonfisik tuturan. Simbol adalah tanda yang memiliki hubungan konvensional dengan yang ditandainya, seperti *emoticon* dengan yang

dilambangkannya. Zoest mengatakan bahwa kata dengan sesuatu yang ditandainya adalah simbol karena hubungannya bersifat konvensional (1996:9).

Apabila diterapkan pada tanda-tanda bahasa, suatu kumpulan huruf, kata, dan kalimat tidak mempunyai arti apa-apa dalam komunikasi. Tanda-tanda tersebut akan mempunyai arti ketika dimaknai oleh pengirim sebagai pemberi tanda dan pembacanya sebagai penerima tanda. Pembaca sebagai penerima tanda yang akan menghubungkan tanda dengan apa yang ditandakan (*signifie*). Penggunaan *emoticon* yang menyertai tuturan yang dikirimkan oleh pengirim pesan *FB* dan *BBM* bisa memperjelas maksud tuturan dalam komunikasi tersebut.

Penggunaan *emoticon* memungkinkan pengirim pesan untuk mendapat gambaran emosi, sikap maupun pendirian dari pengirim pesan. Hal ini menunjukkan bahwa *emoticon* menunjukkan fungsinya sebagai komunikasi non-verbal. Sebagai alat komunikasi non-verbal, *emoticon* juga bisa mempengaruhi pemahaman pesan yang dikirim. *Emoticon* yang disertakan dalam tuturan mungkin bisa mencegah kesalahpahaman pesan yang dikirimkan, akan tetapi bisa juga malah menciptakan kesalahpahaman mengerti suatu pesan karena *emoticon* yang disertakan dalam tuturan dianggap kurang sesuai.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian mengenai bentuk-bentuk *emoticon* sebagai alternatif komunikasi non-verbal menarik untuk dilakukan karena *emoticon* juga bisa berfungsi untuk menekankan makna pada kalimat-kalimat yang diucapkan, menunjukkan perasaan pada orang lain sehingga mereka dapat memahami, dan berguna sebagai pengganti beberapa kata tertentu.

Rumusan Masalah

Untuk mengungkap topik mengenai fenomena penggunaan *emoticon* pada *FB* dan *BBM* sebagai alternatif komunikasi non-verbal dan ketersampaian emosi pengirim, penulis merumuskan beberapa hal. Rumusan masalah penelitian ini dibagi menjadi dua pembahasan sebagai berikut:

1. Apa maksud *emoticon* yang dipakai pada media sosial (*FB* dan *BBM*) untuk mengungkapkan emosi pengirim kepada penerima pesan?
2. Faktor-faktor apa yang menentukan *emoticon* yang dipakai pada media sosial (*FB* dan *BBM*) untuk mengungkapkan emosi pengirim kepada penerima pesan.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan topik yang akan dikaji mengenai pemakaian *emoticon* pada *FB* dan *BBM* sebagai alternatif komunikasi non-verbal dan ketersampaian emosi pengirim kepada penerima. Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mendeskripsikan maksud *emoticon* yang dipakai pada media sosial (*FB* dan *BBM*) untuk mengungkapkan emosi pengirim kepada penerima pesan.

2. Mendeskripsikan faktor-faktor penentu *emoticon* yang dipakai pada media sosial (*FB* dan *BBM*) untuk mengungkapkan emosi pengirim kepada penerima pesan.

KAJIAN PUSTAKA

Komunikasi

Kehidupan manusia tidak pernah lepas dari apa yang dinamakan dengan komunikasi. Dengan melakukan komunikasi, manusia bisa saling bertukar informasi, gagasan, ide, dan pengalaman. Adanya komunikasi akan membentuk suatu jaringan interaksi yang kompleks bagi manusia. Unsur-unsur dalam proses komunikasi adalah, sumber (komunikator), pesan (*message*), saluran (*channel*) dan penerima (komunikan) serta efek (*effect*) yang ditimbulkannya.

Pearson dan Nelson mengemukakan bahwa komunikasi mempunyai dua fungsi utamanya, yaitu untuk kelangsungan hidup diri sendiri dan untuk menjaga kelangsungan hidup bermasyarakat, dengan membangun hubungan sosial dan mengembangkan keberadaan suatu masyarakat (Mulyana, 2000: 4).

1. Komunikasi Non-Verbal

Komunikasi non-verbal sering dipergunakan untuk menggambarkan perasaan dan emosi. Jika pesan yang diterima melalui sistem verbal tidak menunjukkan kekuatan pesan maka tanda-tanda non-verbal lainnya bisa diterima sebagai pendukung. Komunikasi non-verbal sering disebut dengan komunikasi tanpa kata (karena tidak berkata-kata).

Bahasa non-verbal merupakan salah satu bentuk komunikasi yang sering digunakan dalam presentasi, di mana penyampaian bukan dengan kata-kata ataupun suara tetapi melalui gerakan-gerakan anggota tubuh yang sering dikenal dengan istilah bahasa isyarat atau *body language*. Selain itu juga, penggunaan bahasa non-verbal dapat melalui kontak mata, penggunaan objek seperti pakaian, potongan rambut, dan penggunaan simbol-simbol.

Melalui komunikasi non-verbal, orang bisa mengambil suatu kesimpulan mengenai berbagai macam perasaan orang: senang, benci, cinta, kangen dan lain-lain. Komunikasi non-verbal sering dipergunakan untuk menggambarkan perasaan dan emosi. Jika pesan yang diterima melalui sistem verbal tidak menunjukkan kekuatan pesan maka tanda-tanda non-verbal lainnya dapat diterima sebagai pendukung. (Liliweri, 1994:89).

2. Komunikasi Visual

Komunikasi visual termasuk salah satu bentuk penyampaian pesan non-verbal artifactual yang memanfaatkan unsur-unsur rupa (contoh: bentuk, warna, komposisi, lambang dan lain sebagainya). Kita

hidup dalam media-media visual yang sangat cepat. Mulai dari yang dua dimensi statis hingga tiga dimensi dinamis. Visual-visual itu mengisi halaman surat kabar, majalah, buku, pakaian, billboard, layar komputer, layar handphone, televisi dan lain lainnya. Salah satunya yang bisa menjadi penanda adalah: *emoticon*.

Tercatat sebagai orang pertama yang menggunakan *emoticon* adalah Scott Fahlman, seorang ahli komputer dari Universitas Carnegie Mellon, Amerika Serikat. Dia mengirim e-mail ke universitasnya yang berisi usulannya mengenai simbol untuk membedakan mana pesan yang serius dan mana pesan yang tidak serius/bercanda. Simbol itu adalah:-- (tidak serius) dan:--(serius).



Gambar 1. Emoticon pada Facebook.



Gambar 2. Emoticon pada Blackberry Messenger.

Daya tarik dari emoticon tersebut adalah bagaimana emoticon dapat dipersepsi sebagai ekspresi. Persepsi tersebut dapat timbul karena seseorang memasukkan unsur emosi dan perasaannya untuk mengolah sebuah tanda visual.

Semiotika

Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tentang tanda. Ferdinand de Saussure (dalam Zoest: 1992) merumuskan tanda sebagai kesatuan dari dua bidang yang tidak bisa dipisahkan - seperti halnya selembar kertas - yaitu bidang penanda (*signifier*) atau bentuk dan bidang petanda (*signified*): konsep atau makna. Berkaitan

dengan piramida pertandaan ini (tanda-penanda-petanda), Saussure menekankan dalam teori semiotika perlunya konvensi sosial, di antaranya komunitas bahasa tentang makna satu tanda.

Sementara itu, Charles Sanders Pierce (dalam Zoest: 1992) menandakan bahwa kita hanya dapat berpikir dengan medium tanda. Manusia hanya dapat berkomunikasi lewat sarana tanda. Tanda dalam kehidupan manusia bisa tanda gerak atau isyarat. Lambaian tangan yang bisa diartikan memanggil atau anggukan kepala dapat diterjemahkan setuju. Tanda bunyi, seperti tiupan peluit, terompet, genderang, suara manusia, dering telpon. Tanda tulisan, di antaranya huruf dan angka. Bisa juga tanda gambar berbentuk rambu lalu lintas, dan masih banyak ragamnya.

Semiotika adalah studi tentang tanda dan segala yang berhubungan dengannya: cara berfungsinya, hubungannya dengan tanda-tanda lain, pengirimannya, dan penerimaannya oleh mereka yang mempergunakannya. Tanda merupakan sesuatu yang bersifat fisik, bisa dipersepsi indra kita, tanda mengacu pada sesuatu di luar tanda itu sendiri dan bergantung pada pengamatan oleh penggunaannya sehingga bisa disebut tanda. Secara sederhana, tanda cenderung berbentuk visual atau fisik yang ditangkap oleh manusia. Semiotik berusaha menggali hakikat sistem tanda yang beranjak keluar kaidah tata bahasa dan sintaksis dan yang mengatur arti teks yang rumit, tersembunyi, dan bergantung pada kebudayaan. Hal ini kemudian menimbulkan perhatian pada makna tambahan (*connotative*) dan arti penunjukan (*denotative*), kaitan dan kesan yang ditimbulkan dan diungkapkan melalui penggunaan dan kombinasi tanda.

Media Sosial

Dalam komunikasi sosial, jaringan sosial yang membentuk jaringan komunikasi disebut dengan *social networks and communication*. Jaringan itu merupakan suatu keterkaitan/jalinan yang bersifat khusus yang terjadi antara sejumlah orang yang memberikan makna yang sama terhadap suatu nilai, mempunyai kepentingan tertentu sebagai ciri khasnya. Anggota jaringan sosial tersebut dapat dikenal melalui hubungan serta interaksi sosial yang terbentuk. Perkembangan teknologi mengakibatkan dunia menjadi seolah tanpa batas. Teknologi di bidang informasi memegang peranan penting dalam memajukan kehidupan. Beberapa media sosial yang digunakan antara lain adalah seperti *facebook*, *twitter*, *linkedin*, *google+* dan media sosial lainnya.

Simamora (2006:75) mengatakan bahwa strategi bauran komunikasi pemasaran memadukan iklan, penjualan personal, promosi penjualan, dan publisitas ke dalam sebuah program yang terkoordinasi untuk berkomunikasi dengan para pembeli dan pihak lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini terbukti bahwa *facebook* merupakan salah satu bentuk komunikasi pemasaran yang dapat menciptakan interaksi antara konsumen dengan pemilik usaha.

Facebook adalah salah satu layanan jaringan sosial internet yang gratis di mana kita dapat membentuk jaringan dengan mengundang teman kita. Dari jaringan yang kita bentuk, kita dapat memperhatikan aktivitas mereka, mengikuti permainan atau *join game* yang direkomendasikan, menambahkan teman atau jaringan kita berdasarkan organisasi sekolah, daerah domisili kita, dan bisa dibilang fasilitas untuk berteman serta membina kehidupan sosial. Facebook pun memiliki fitur dan konten yang sangat variatif dan inovatif (termasuk fitur permainan, *survey*, aplikasi, dan lainnya). Hal ini pula yang menjadikan Facebook banyak diminati orang sehingga menjadi media jejaring sosial.

Media sosial selanjutnya adalah BBM atau Blackberry Messenger merupakan aplikasi instan yang dapat digunakan oleh pengguna Blackberry yang dirancang khusus untuk dapat berkomunikasi ataupun berkirim pesan/file ke sesama pengguna Blackberry. BBM dapat menampilkan kontak masing-masing pengguna dengan cara memasukkan PIN (*Personal Identification Number*) dari pengguna lain di mana setiap Blackberry yang ada masing-masingnya memiliki PIN yang berbeda-beda sebagai ID dari pengguna Blackberry tersebut. Uniknya, selain dapat berkomunikasi dengan *chat* ke sesama pengguna Blackberry, BBM juga memiliki *feature status*.

METODE PENELITIAN

Data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan dari sumber data yaitu percakapan atau *chat* pengguna media sosial FB dan BBM. Media sosial FB dan BBM dipilih sebagai sumber data karena kedua media sosial tersebut merupakan media sosial yang sangat populer digunakan. Pengguna media sosial FB dan BBM banyak menggunakan aplikasi *emoticon* untuk sebagai alternatif komunikasi non-verbal.

Populasi data penelitian ini adalah keseluruhan percakapan atau *chat* pengguna media sosial FB dan BBM. Adapun sampel penelitiannya adalah percakapan atau *chat* pengguna media sosial FB dan BBM yang menggunakan *emoticon* sebagai alternatif komunikasi non-verbal.

Metode padan referensial dan metode padan pragmatis digunakan untuk menganalisis *emoticon* yang digunakan oleh pengguna media sosial FB dan BBM. Metode padan referensial diterapkan dalam penelitian ini untuk menentukan jenis-jenis *emoticon* yang dipakai pada media sosial FB dan BBM dan maksud *emoticon* untuk mengungkapkan emosi pengirim kepada penerima pesan sebagai alternatif komunikasi non-verbal.

Metode padan pragmatis juga dipilih untuk menginterpretasikan makna berdasarkan faktor eksternal di luar bahasa itu sendiri seperti, konteks, latar, dan penutur. Selain itu, metode padan pragmatis ini juga diterapkan untuk menganalisis faktor-faktor penentu

emoticon yang dipakai pada media sosial (FB dan BBM) untuk mengungkapkan emosi pengirim kepada penerima pesan.

ANALISIS DATA

Emoticon representasi bergambar dari ekspresi wajah dengan menggunakan tanda baca dan huruf, biasanya ditulis untuk mengekspresikan suasana hati seseorang. *Emoticon* sering digunakan untuk memperingatkan seorang responden terhadap maksud atau kemarahan dari sebuah pernyataan, serta dapat mengubah dan memperbaiki interpretasi teks biasa. *Emoticon* dapat dideskripsikan menurut makna penggunaannya dalam komunikasi melalui media sosial Facebook (FB) dan Blackberry Messenger (BBM).

Berikut ini adalah beberapa *Emoticon* yang sering dipakai dalam komunikasi melalui media sosial FB dan BBM:

1. 😊 adalah *smile* atau *emoticon* tersenyum yang biasanya digunakan untuk menunjukkan rasa senang, sebagai contohnya: "Terima kasih ya 😊".
2. 😂 adalah *laugh* atau *emoticon* tertawa yang biasanya digunakan untuk menunjukkan hal-hal yang lucu, sebagai contohnya: "😂 dia pakai topeng power ranger?? Bias ga banyangin?"
3. 😘 adalah *kiss* atau *emoticon* cium yang biasanya digunakan untuk menunjukkan kesan ingin mencium, sebagai contohnya: "I love you 😘".
4. 🤗 adalah *hug* atau *emoticon* peluk yang biasanya digunakan untuk menunjukkan kesan kedekatan pada teman atau mesra terhadap pasangan, sebagai contohnya: "sudah lama tak jumpa 🤗".
5. 😞 adalah *sad* atau *emoticon* sedih yang biasanya digunakan untuk menunjukkan rasa sedih atau simpati terhadap hal tertentu, sebagai contohnya: "aku dengar kamu ga lulus ya 😞".
6. 😍 adalah *love struck* atau *emoticon* yang mengungkapkan rasa cinta atau senang terhadap seseorang atau sesuatu, sebagai contohnya: "terima kasih hadiahnya ya 😍".
7. 🤔 adalah *pensive* atau *thinking*, yaitu *emoticon* yang biasanya digunakan untuk mengungkapkan seseorang yang sedang berpikir akan hal yang akan terjadi, sebagai contohnya: "kira-kira teori tambahannya apa ya, ma'am 🤔".
8. 😕 adalah *confused* atau *emoticon* yang biasanya digunakan untuk mengungkapkan kebingungan akan sesuatu hal, sebagai contohnya: "La trus saya harus bagaimana ya 😕?".
9. 🤷 adalah *I dunno* atau *emoticon* yang biasanya digunakan untuk mengungkapkan ketidaktauan akan

sesuatu hal, sebagai contohnya: “ waduuuuuh materi UTS morphology apa ya?”

Semakin banyaknya *emoticon* yang berkembang dan pengguna juga semakin banyak menunjukkan keberterimaan *emoticon* di masyarakat sangat tinggi. Menggunakan *emoticon* dalam komunikasi teks dengan mudah dapat menggambarkan emosi si pengirim pesan atau dengan kata lain menyisipkan konteks pesan dalam tulisan. Selain mudah dipelajari, untuk menggunakan *emoticon* tidak diperlukan banyak hal. Kita hanya diminta berimajinasi dengan ikon-ikon dan memahaminya hanya dengan memiringkan kepala sekitar 90 derajat. Hasil inovasi *emoticon* dikembangkan dan disebarluaskan oleh kalangan orang-orang yang mampu merepresentasikan ‘smiley’ dan orang-orang yang mengerti tentang dunia elektronika sehingga perkembangannya cenderung tinggi. Tumbuh kembang *emoticon* disponsori oleh penggunaannya. Dengan si pengirim pesan menyelipkan *emoticon*, otomatis si pengirim telah membuat *emoticon* tersebut dikenal khalayak.

Ada beberapa faktor penentu *emoticon* yang dipakai pada media sosial (*FB* dan *BBM*) untuk mengungkapkan emosi pengirim kepada penerima pesan.

a. Faktor kedekatan hubungan personal

Gaya dalam komunikasi disesuaikan dengan peran dan kedekatan hubungan antar orang yang berkomunikasi. Cara komunikasi tergantung pada peran orang yang berkomunikasi. Cara komunikasi seorang mahasiswa dengan dosennya dengan cara komunikasi antar teman tentu akan berbeda, begitu juga cara komunikasi antara orang tua dan anak. Dalam sebuah komunikasi, manusia bukan hanya melakukan sebuah pertukaran pesan tetapi juga terdapat unsur-unsur penegasan. Ketika seseorang menyampaikan sebuah pesan pada orang lain, orang tersebut memperlihatkan bagaimana dia mempersepsi orang lain dan hubungan mereka, dan masing-masing pihak ingin menerima respons serupa.

Kedekatan personal juga merupakan suatu dimensi lain yang ikut membantu menandai sebuah hubungan. Perkembangan suatu hubungan dapat dipengaruhi oleh waktu karena pengetahuan kita tentang seseorang diperoleh secara perlahan. Seiring berjalannya waktu, komitmen dan kepercayaan dapat terbentuk karena sudah saling mengenal lebih jauh antar pihak yang berkomunikasi. Sebagian besar pengguna *emoticon* sudah paham tentang *emoticon*, mereka merasa lebih akrab jika berkomunikasi dengan menggunakan *emoticon*.

Komunikasi dengan menggunakan kata-kata akan lebih mudah dikenalkan daripada dengan menggunakan bahasa isyarat atau ekspresi wajah. Hal ini disebabkan oleh sifat komunikasi non-verbal yang spontan. Ketika seseorang mendengar berita yang menyenangkan, ekspresi wajahnya cerah ceria, seolah-olah tanpa beban. Namun, bila seseorang

mendengar berita yang kurang menyenangkan yang menyangkut diri sendiri, keluarga atau sahabat, maka dengan cepat ekspresi wajah *emoticon* yang menyertai tuturannya akan mudah berubah menjadi murung, lesu, lemah, sedih dan menangis. Pengirim dan penerima pesan yang memiliki kedekatan personal akan tanpa canggung mengetikkan *emoticon* yang mewakili perasaannya tersebut.

Berikut ini merupakan contoh penggunaan *emoticon* yang dipengaruhi oleh faktor kedekatan personal:

Yonathan : Morning hun   

Nadia : Pagi mbem  

Yonathan : Akhir” ini jarang manggil mbem kamu 

Percakapan pada data ini dituturkan oleh Yonathan dan Nadia. Yonathan dan Nadia sudah berpacaran beberapa bulan. Percakapan keduanya disertai dengan beberapa *emoticon* yang menggambarkan kedekatan hubungan mereka. Sapaan pembuka dari Yonathan yaitu ‘Morning hun’ disertai dengan *emoticon* ‘love struck’, ‘kiss’ dan ‘hug’. Sapaan tersebut dibalas oleh Nadia dengan ‘Pagi mbem’ dengan disertai *emoticon* ‘kiss’. Panggilan sayang seperti ‘hun’ dan ‘mbem’ menandakan kedekatan hubungan personal antara penutur dan mitra tutur. Perasaan sayang yang disampaikan dengan penggunaan *emoticon* ‘love struck’, ‘kiss’ dan ‘hug’ dapat mewakili emosi yang ingin disampaikan pengirim pesan pada penerima pesan. *Emoticon* yang menyertai percakapan keduanya ini lazim ditemukan pada percakapan pasangan yang sedang berpacaran.

b. Faktor situasi atau keadaan sosial tuturan

Kegiatan berbahasa dapat terwujud jika ada penutur dan mitra tutur yang terlibat didalamnya. Hal ini menandakan bahwa kegiatan berbahasa adalah aktivitas sosial. Saat berbicara, penutur dan mitra tutur sama-sama menyadari bahwa ada kaidah-kaidah yang mengatur tindakannya, penggunaan bahasanya, dan interpretasi-interpretasinya terhadap tindakan dan ucapan mitra tuturnya. Setiap peserta tindak tutur bertanggung jawab terhadap tindakan dan penyimpangan terhadap kaidah kebahasaan di dalam interaksi lingual itu. Konsep keadaan sosial di sini mengacu kepada berbagai perilaku berbahasa setiap individu, seperti orang tua, saudara, anggota masyarakat sekitar, dalam mendukung pemilihan berbahasa.

Baik pengirim maupun penerima *emoticon* hendaknya memahami pola komunikasi yang sedang mereka gunakan. Pengirim maupun penerima *emoticon* setidaknya mengenali situasi percakapan, apakah dalam pembahasan serius atau santai, dalam situasi formal atau non-formal. Dengan demikian, para pengguna *emoticon* dapat memahami latar-latar yang membentuk pola komunikasi seseorang di media sosial.

Berikut ini merupakan contoh penggunaan *emoticon* yang dipengaruhi oleh faktor situasi atau keadaan sosial tuturan:

Yudha : Mam, saya mau tanya 😊

Dosen : Iya 😊

Yudha : Kira-kira kalau skripsi saya, saya tambahkan teori gimana ya?

Soalnya kemarin teorinya ada yang kurang 😊

Dosen : Boleh. Besok kamu datang konsultasi, kita bicarakan lagi.

Penutur (Yudha) adalah seorang mahasiswa dan mitra tuturnya adalah dosen pembimbing skripsinya. Percakapan dalam media sosial *BBM* ini berlangsung dalam situasi tidak resmi. Yudha menambahkan *emoticon* 'pensieve' yang menampilkan ekspresi sedang termenung berfikir untuk menyertai tuturannya yang bermaksud ingin bertanya. Mitra tutur menanggapi pesan tersebut dengan mengatakan 'Iya' disertai *emoticon* 'smile' yang menunjukkan kesediaannya untuk menjawab pertanyaan Yudha. Yudha menambahkan *emoticon* 'I dunno' untuk mengungkapkan ketidaktauan akan sesuatu hal. Dosen menanggapi Yudha dengan mempersilakannya datang untuk berkonsultasi besok. Penambahan *emoticon* dalam percakapan ini menunjukkan bahwa komunikasi antara dosen dan mahasiswa bisa berada dalam konteks situasi non-formal sehingga penambahan *emoticon* dalam tuturan tidaklah terkesan berlebihan.

c. Faktor efisiensi komunikasi

Komunikasi non-verbal dengan menggunakan *emoticon* dapat berfungsi dalam mengulangi pesan teks atau repetisi bagi para pengirim pesan. Penggunaan *emoticon* dapat mewakili dan memperkuat makna pesan-pesan verbal yang dikomunikasikan. Dalam berbicara kadang seseorang dituntut dapat berbicara dengan efisien dengan sarana komunikasi non-verbal. Pilihan kata hendaknya yang tepat, jelas, bervariasi dan mudah dimengerti oleh penerima pesan. Penerima pesan lebih tergugah emosinya dan paham jika diiringi dengan komunikasi non-verbal yaitu *emoticon*.

Komunikasi antara penutur dan mitra tutur akan berjalan lancar jika keduanya merasa senang dalam komunikasi tersebut. Jika komunikasi didasarkan pada suka sama suka maka interaksi antara keduanya akan berjalan lancar dan tidak akan mengalami kekeliruan atau kesalahpahaman. Kondisi seseorang saat berkomunikasi sangat berpengaruh terhadap bentuk komunikasi yang dilakukan. Saat seseorang sedang terburu-buru, marah atau senang, komunikasi tulisan tidak mampu lagi mengakomodasi perasaan

pengirim pesan. Dengan ini, penggunaan *emoticon* bisa dipengaruhi oleh faktor efisiensi komunikasi.

Emoticon dapat digunakan untuk menyampaikan emosi pengirim pesan melalui simbol. Ketika sedang merasa bahagia, simbol *emoticon* untuk menggambarkan kebahagiaan disertakan pada pesan yang dikirim di *FB* atau *BBM*. Komunikasi non-verbal dengan menggunakan *emoticon* mudah dipahami artinya bagi pengirim dan penerima pesan karena sifatnya yang efisien. Penyampaian emosi dengan menggunakan *emoticon* terasa lebih nyaman karena pengirim pesan bisa menulis pesan secara singkat ditambah simbol-simbol seperti sedang bahagia, serius atau bercanda tanpa harus mengekspresikan perasaannya melalui kata-kata verbal dan pihak penerima pesan juga dapat menangkap artinya dengan cepat.

Berikut ini merupakan contoh penggunaan *emoticon* yang dipengaruhi oleh faktor efisiensi komunikasi:

Yonathan : 😊

Nadia : 😊 😊 😊 😊

Yonathan : Wait for me 😊

Penutur (Yonathan) mengawali interaksi pesan di *BBM* dengan mengirim *emoticon* smiley, tanpa pesan dengan kata-kata verbal, yang bermaksud untuk mengekspresikan senyuman pada Nadia. Mitra tutur (Nadia) membalas hanya dengan menggunakan sederet *emoticon* yang menggambarkan ekspresi wajah sedih, murung, sakit dan sedih. Pesan Nadia pada Yonathan merupakan bentuk efisiensi komunikasi. Tanpa menuliskan pesan dengan kata-kata, Nadia ingin mengkomunikasikan keadaannya, bahwa ia sedang sedih dan murung karena sedang tidak enak badan atau sakit. Pesan dengan hanya menampilkan emosi Nadia sederet *emoticon* tersebut bisa diterima maksudnya dengan baik oleh Yonathan. Hal ini terlihat dari balasan Yonathan 'Wait for me', yang menyiratkan Yonathan akan datang untuk menjemput Nadia.

Kompleksitas makna dalam suatu *emoticon* dipandang bisa mewakili beragam emosi. Penggunaan *emoticon* sebagai alternatif komunikasi non-verbal bisa dianggap sebagai ekspresi berlebihan serta berpotensi menimbulkan pemahaman ambigu dan kecurigaan pada penerima pesan. Dengan demikian, baik pengirim maupun penerima *emoticon* hendaknya memahami pola komunikasi yang sedang mereka gunakan saat berkirim pesan di media sosial dengan menyadari kedekatan hubungan personal dan mengenali apakah perbincangan itu adalah suatu pembahasan serius atau santai, sebagaimana banyak terjadi.

Fenomena Penggunaan Emoticon pada Facebook dan Blackberry Messenger sebagai Alternatif Komunikasi Non-Verbal

ORIGINALITY REPORT

8%

SIMILARITY INDEX

%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

Oktosiyanti MT. Abdullah. "MODEL KOMUNIKASI ORANG TUA DALAM MENGATASI KENAKALAN REMAJA DI KELURAHAN SOASIO KOTA TIDORE KEPULAUAN", EDUKASI, 2017

Publication

1%

2

Nengghih Susilowati. "TRADISI MENGUNYAH SIRIH DAN MEMOTONG KERBAU PADA UPACARA ADAT / HORJA DI ANGKOLA – MANDAILING", Berkala Arkeologi SANGKHAKALA, 2018

Publication

1%

3

Faizal Arvianto. "Analisis Prinsip Kerja Sama dalam Acara Komedi Extravaganza", Jubindo: Jurnal Ilmu Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, 2019

Publication

1%

4

- Sangidun. "PORNOGRAFI DALAM SERIAL ANIME ANAK (ANALISIS SEMIOTIKA DALAM

1%

- | | | |
|--|--|----------------|
| <div style="background-color: #008000; color: white; display: inline-block; width: 40px; height: 40px; text-align: center; line-height: 40px;">5</div> | <p>Agus Setiawan. "TANDA VISUAL SURYA MAJAPAHIT DALAM RELIEF MASJID SEBAGAI KONSEP KOMUNIKASI VISUAL (Studi Kasus Relief Masjid Mantingan, Jepara, Jawa Tengah)", Naditira Widya, 2017
Publication</p> | <p>1 %</p> |
| <hr/> | | |
| <div style="background-color: #8B4513; color: white; display: inline-block; width: 40px; height: 40px; text-align: center; line-height: 40px;">6</div> | <p>Natalia Hasti Lumenta. "Typeface "Garuda Batik" sebagai Duta Budaya Indonesia", Artika, 2015
Publication</p> | <p>1 %</p> |
| <hr/> | | |
| <div style="background-color: #8B4513; color: white; display: inline-block; width: 40px; height: 40px; text-align: center; line-height: 40px;">7</div> | <p>Nur Ainiyah. "Identitas Diri dan Makna Guru Profesional sebagai Komunikator Pendidikan (Perspektif Fenomenologis)", Jurnal Pendidikan Islam Indonesia, 2016
Publication</p> | <p>1 %</p> |
| <hr/> | | |
| <div style="background-color: #00008B; color: white; display: inline-block; width: 40px; height: 40px; text-align: center; line-height: 40px;">8</div> | <p>Indriyana Puspitosari. "Modal Intelektual dan Kinerja Keuangan dengan Menggunakan Islamicity Performance Index pada Umum Syariah", HUNAFA: Jurnal Studia Islamika, 2017
Publication</p> | <p><1 %</p> |
| <hr/> | | |
| <div style="background-color: #800080; color: white; display: inline-block; width: 40px; height: 40px; text-align: center; line-height: 40px;">9</div> | <p>Wei Liu, Keng Soon Teh, Roshan Peiris, Yongsoon Choi et al. "chapter 22 Internet-Enabled User Interfaces for Distance Learning", IGI Global, 2010</p> | <p><1 %</p> |

10

Yustinus Setio Laksono, Gregoria Ariyanti, Fransiskus Gatot Iman Santoso. "HUBUNGAN MINAT BELAJAR SISWA TERHADAP PRESTASI BELAJAR MATEMATIKA SISWA DALAM PEMBELAJARAN KOOPERATIF TIPE STAD MENGGUNAKAN KOMIK", Jurnal Edukasi Matematika dan Sains, 2016

<1 %

Publication

Exclude quotes On

Exclude matches < 10 words

Exclude bibliography On