

MOTIF PENGGUNAAN FITUR EMOTICON DI MEDIA SOSIAL WHATSAPP: Studi terhadap Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Madura

Siti Mariyam

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, IAIN Madura
Jl. Raya Panglegur Km. 4 Pamekasan 69371 Jawa Timur
e-mail : sitimariyam@iainmadura.ac.id

Abstract

Technological advances have indirectly shifted the pattern of community communication. Communication that is usually done by meeting each other and talking directly, can now be done without having to meet with the presence of a media (intermediary) communication. Among many communication media, whatsapp is the favorite social media for smartphone users. The trend of using emoticon features in text-based communication on WhatsApp social media is an interesting new phenomenon to study. The purpose of this study was to find out the motives that encourage using the emoticon feature, as well as the meaning of the presence of the emoticon feature on WhatsApp social media for students of the Islamic Communication and Broadcasting Study Program IAIN Madura. This study uses a type of phenomenological research which is part of a qualitative research approach. The phenomenological method aims to find out the phenomena experienced both in awareness, thought, and action. The results showed that the motive underlying the use of the emoticon feature in WhatsApp social media was to reduce misperceptions, implement feelings or expressions, and to increase intimacy. From all these motives, they fall into the category of sociogenetic motives. The presence of the emoticon feature in WhatsApp social media gives a very meaningful meaning because it can replace the presence of messages or nonverbal communication in text-based communication.

Keywords: Features of Emoticons, Social Media, Perception, Whatsapp

Abstrak

Kemajuan teknologi secara tidak langsung telah menggeser pola komunikasi masyarakat. Komunikasi yang biasa dilakukan dengan cara saling bertemu dan berbicara langsung, kini dapat dilakukan tanpa harus bertemu dengan dijumpai kehadiran media (perantara) komunikasi. Diantara banyak media komunikasi, whatsapp merupakan media sosial favorit bagi pengguna smartphone. Trend penggunaan fitur emoticon dalam komunikasi berbasis teks di media sosial whatsapp merupakan fenomena baru yang menarik untuk diteliti. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui motif yang mendorong menggunakan fitur emoticon, serta makna kehadiran fitur emoticon di media sosial whatsapp bagi mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Madura. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian fenomenologi yang merupakan bagian dari pendekatan penelitian kualitatif. Metode fenomenologi bertujuan untuk mengetahui fenomena yang dialami baik dalam kesadaran, pikiran, maupun tindakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motif yang mendasari penggunaan fitur emoticon dalam media sosial whatsapp adalah untuk mengurangi mispersepsi, implementasi perasaan atau ekspresi, serta untuk meningkatkan keakraban. Dari keseluruhan motif tersebut masuk pada kategori kategori motif sosiogenetis. Kehadiran fitur emoticon dalam media sosial whatsapp memberikan makna yang sangat berarti karena mampu menggantikan kehadiran pesan atau komunikasi nonverbal dalam komunikasi berbasis teks.

Kata Kunci: Fitur Emoticon, Media Sosial, Persepsi, Whatsapp

A. PENDAHULUAN

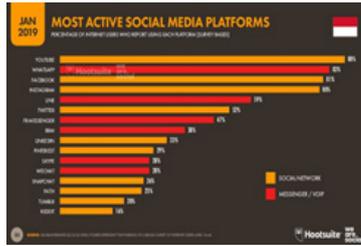
Kemajuan teknologi secara tidak langsung telah menggeser pola komunikasi masyarakat. Dulu, komunikasi biasa dilakukan dengan cara saling bertemu dan berbicara langsung, kini semuanya dapat dilakukan tanpa harus bertemu dengan dijumpai kehadiran media (perantara) komunikasi.

Tidak heran bila belakangan ini media komunikasi pun juga terus mengalami kemajuan mulai dari komunikasi melalui surat, sms, telepon, dan yang lainnya, hingga dewasa ini media komunikasi tersebut sudah mulai ditinggalkan dengan hadirnya media komunikasi berbasis internet, seperti BBM, youtube, facebook, line, instagram, whatsapp dan yang lainnya.

Diantara banyak media komunikasi, media sosial merupakan salah satu media komunikasi yang memungkinkan penggunaannya untuk mewakili dirinya

maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2016:3). Whatsapp merupakan media sosial favorit bagi pengguna smartphone. Hal ini dibuktikan dengan semakin meningkatnya pengguna media komunikasi ini yang mampu menembus angka 1 Miliar menggunakan whatsapp sebagai media komunikasi penghubung dengan teman dan keluarga, kapan saja dan dimana saja (Whatsapp.com, 2021), dan sebanyak 60 Miliar pertukaran pesan dikirim tiap harinya melalui Whatsapp (Kompas.com, 2018).

Sementara di Indonesia pengguna whatsapp mampu menembus angka 83% satu tingkat di bawah Youtube yang menduduki peringkat pertama dengan pencapaian pengguna 88% dari total populasi masyarakat Indonesia (Detik.com, 2019).



Gambar 1. Most Active Social Media Platforms
Sumber: Detik.com

Media komunikasi yang didirikan oleh Jan Koum dan Brian Acton sejak tahun 2009 tersebut bergabung dengan Facebook pada tahun 2014. Namun demikian, Whatsapp tetap beroperasi sebagai aplikasi yang terpisah dengan Fokus pada layanan pertukaran pesan yang reliabel dan cepat di seluruh dunia (Whatsapp.com, 2021).

Whatsapp merupakan aplikasi chat yang mewadahi komunikasi jarak jauh. Selain itu, whatsapp juga memudahkan penggunaannya dalam mengirim dan menerima berbagai pesan komunikasi, seperti: teks, foto, video, dokumen, lokasi, suara (*voice*), panggilan suara, panggilan video (*video call*), dan lain-lainnya.

Selain mewadahi media komunikasi personal, whatsapp juga mewadahi media komunikasi dengan jumlah anggota yang banyak. Hal tersebut dicover dengan adanya fitur *Whatsapp Chat Group*. Semua anggota bisa menjadi komunikator sekaligus komunikasi dalam grup tersebut artinya komunikasi dapat berlangsung dua arah.

Namun demikian, komunikasi dalam ruang virtual, termasuk penggunaan media sosial whatsapp harus dibekali dengan pengetahuan baca tulis yang cukup untuk menghindari mispersepsi dalam menerima maupun mengirim pesan komunikasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Perdana dan Irwansyah menunjukkan

bahwa model interaksi di ruang virtual whatsapp dalam berlangsung dengan baik, bila penggunaannya memiliki kemampuan baca tulis yang baik dalam berkomunikasi. Khususnya apabila yang dihadapi adalah pengguna whatsapp dalam berbagai budaya (memiliki latar belakang budaya yang berbeda), dimungkinkan melahirkan banyak persepsi dalam menerjemahkan pesan (Perdana dan Irwansyah, 2019:1063-1075).

Whatsapp juga dilengkapi dengan sejumlah stiker yang biasanya digunakan dalam pertukaran pesan berbasis teks. Stiker sengaja dihadirkan oleh whatsapp sebagai upaya untuk menumbuhkan komunikasi yang mudah dan menyenangkan (Whatsapp.com, 2021).

Salah satu layanan stiker yang kerap kali digunakan dalam whatsapp chat adalah emoticon, meskipun tidak semua pengguna media sosial whatsapp memanfaatkan fitur emoticon ini.

Emoticon merupakan kombinasi kata antara "*emotion*" yang berarti emosi, dan "*icon*" yang berarti gambar orang suci. Jadi, emoticon merujuk pada sebuah simbol atau kombinasi dari simbol-simbol yang mengekspresikan wajah manusia. Dengan kata lain, emoticon adalah tulisan tipografi yang merepresentasikan ekspresi wajah, mulai dari tersenyum, menangis, tertawa, sedih, marah, dan semacamnya (Sanu D, 2019).



Gambar 2. Emoji Whatsapp
Sumber: Emojipedia.org

Cara menggunakannya pun cukup mudah, yaitu dengan mengetuk tombol baru untuk menyisipkan stiker dan mengetuk stiker yang ingin dibagikan. Selain itu, whatsapp juga menyediakan paket stiker baru dengan cara mengetuk icon tanda tambah.

Trend penggunaan fitur *emoticon* dalam komunikasi berbasis teks di media sosial whatsapp ini merupakan fenomena baru yang menarik untuk diteliti. Pada hakikatnya semua tingkah laku dan tindakan manusia ada motif yang melatarinya, meskipun motif tersebut tidak senantiasa disadari atau direncanakannya. Dalam penelitian ini motif yang dimaksud adalah kondisi yang mendorong mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Madura dalam menggunakan fitur *emoticon*, atau bisa juga disebut alasan yang menyebabkan mahasiswa menggunakan fitur *emoticon* saat melakukan komunikasi di whatsapp chat. Dari sini akan terjawab penggerak, alasan atau dorongan yang melatarinya. Selain itu, juga akan dideskripsikan makna kehadiran fitur *emoticon* di media social whatsapp bagi mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Madura.

B. METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian fenomenologi yang merupakan bagian dari pendekatan penelitian kualitatif. Metode fenomenologi bertujuan untuk mengetahui fenomena yang dialami baik dalam kesadaran, pikiran, maupun tindakan (Engkus, 2013:1).

Pemilihan informan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan yang telah ditentukan dengan jumlah informan

10 orang. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman melalui tiga tahapan analisis; reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Tabel 1. Sampel Penelitian (Informan)

No	Nama	Angkatan
1	Ayu Latifah	2017
2	Rindawati	2017
3	Fatimatus Zahro	2017
4	Maulana Hendra	2018
5	Anisatun Hasanah	2018
6	Fatihatul Jannah	2018
7	Moh. Zakiuddin	2019
8	Dina Islamiyah	2019
9	Siti Khumairo	2019
10	Siti Kholishoh	2019

Kriteria dari informan dalam penelitian ini sebagai berikut: a) mahasiswa aktif program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Madura, b) pengguna aktif media sosial Whatsapp >1 tahun, c) telah melakukan interaksi komunikasi melalui Whatsapp >100 orang, d) pengguna aktif fitur *emoticon* saat melakukan interaksi komunikasi (pertukaran pesan) melalui Whatsapp chat, dan e) bersedia menjadi informan penelitian.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Wawancara dilakukan sebagai upaya untuk mengumpulkan data atau memperoleh informasi langsung dari informan penelitian terkait motif dalam menggunakan fitur *emoticon*. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung penggunaan fitur *emoticon* saat melakukan interaksi komunikasi di media sosial whatsapp. Dengan metode ini dimungkinkan peneliti dapat melihat perilaku serta kejadian yang sebenarnya.

Metode dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang berkaitan dengan penelitian baik dari buku, jurnal, surat kabar, majalah, foto, rekaman, video, ataupun internet. Data yang diperoleh dari metode dokumentasi yang diharapkan dapat mendukung dalam proses analisis data. (Kriyantono, 2009:98).

Pengumpulan data dilakukan pada rentang waktu 15 Februari - 15 Maret 2021. Beberapa hal yang akan ditanyakan terhadap informan meliputi motif dan makna dalam menggunakan fitur *emoticon* yang tersedia dalam whatsapp saat melakukan komunikasi *by whatsapp chat*.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Motif merupakan dorongan yang telah terikat dengan suatu tujuan atau merujuk pada arah-arah dan tujuan untuk mencapai suatu kepuasan (Ghufrondan Rini, 2012:83). Motif berfungsi sebagai impuls yang terus memberi energi pada setiap tindakan yang dilakukan oleh manusia. Motif tidak harus selalu dipersepsi secara sadar, akan tetapi lebih pada suatu "keadaan perasaan" (Giddens, 1991:64). Maka, sederhananya bahwa motif merupakan keadaan yang mendorong perilaku, tindakan, dan atau sikap manusia ke arah tujuan untuk mencapai suatu kepuasan, baik itu disadari maupun tidak disadari. Dengan demikian, dapat disimpulkan pula bahwa motif mempunyai peranan penting dalam setiap perilaku, tindakan, dan atau sikap manusia, karena motif merupakan latar belakang dari setiap tingkah laku dari manusia yang menyebabkan manusia bertingkah untuk tujuan tertentu.

Terdapat tiga jenis motif berdasarkan asalnya (M. Sherif & C. W.): Pertama, motif Biogenetis. Motif ini merupakan motif

yang berasal dari kebutuhan organisme manusia yang berkaitan dengan kelanjutan kehidupannya secara biologis. Biasanya motif Biogenetis ini murni berasal dari dalam diri manusia yang berkembang dengan sendirinya dan berlaku secara universal. Artinya, tidak terikat oleh keadaan lingkungan kebudayaan tempat manusia berada dan berkembang.

Kedua, motif Sosiogenetik. Motif ini merupakan kebalikan dari motif Biogenetis, yaitu motif yang tidak bersumber dari dalam diri manusia, akan tetapi bersumber dari lingkungan kebudayaan tempat manusia itu berada dan berkembang. Motif ini lahir dari adanya interaksi sosial antara seseorang dengan orang lain, atau juga hasil dari kebudayaan manusia (Sarwono, 2002:46).

Ketiga, selain motif biogenetis dan motif sosiogenetik, Alex Sobur dalam bukunya yang berjudul "*Psikologi Umum*" menambahkan motif menjadi tiga bagian dengan menambahkan motif teogenetik. Motif teogenetik merupakan motif yang berasal dari interaksi antara manusia dengan Tuhannya, seperti interaksi yang terbangun saat melakukan ibadah dan juga interaksi dalam kehidupan sehari-hari saat merealisasikan norma-norma agamanya. Motif ini memberikan kesadaran terhadap manusia akan tugasnya sebagai manusia yang berketuhanan, sehingga interaksi dengan dalam hal ini menjadi sesuatu yang saat dibutuhkan utamanya di dalam masyarakat yang heterogen (Sobur, 2003:298).

Karena motif merupakan latar belakang dari setiap tingkah laku manusia atau yang menyebabkan manusia bertingkah untuk tujuan tertentu, motif selaku berkaitan dengan setiap perilaku,

tindakan, dan atau sikap manusia, begitupun motif juga berkaitan dengan setiap tindakan atau proses komunikasi yang dilakukan manusia.

Ada beragam definisi tentang komunikasi, seperti definisi yang dikembangkan oleh Rogers dan D.Lawrence Kincaid dalam Hafied Cangara mengatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi. Komunikasi terbagi dalam 2 jenis atau bentuk:

Pertama, komunikasi verbal adalah komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan kata-kata, baik secara lisan maupun tulisan. Melalui kata-kata manusia dapat mengungkapkan perasaan, pemikiran, gagasan atau maksud, serta saling bertukar perasaan dan pemikiran (Hardjana dalam Nugraha, 2014:44). Sedangkan menurut Eka Indah Justisiani bahwa komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang menggunakan pesan-pesan nonverbal. Istilah nonverbal biasanya digunakan untuk melukiskan semua peristiwa komunikasi di luar kata-kata terucap dan tertulis (Justisiani, 2014:196).

Kedua, komunikasi tidak hanya dapat diungkapkan melalui pesan verbal saja, melainkan juga dapat melalui pesan-pesan non verbal atau berupa simbol-simbol. Armi Muhammad menjelaskan komunikasi non-verbal sebagai komunikasi yang menggunakan vokalik, ekspresi wajah, kontak mata, bahasa tubuh, gerak isyarat, sentuhan penggunaan ruang atau jarak, waktu bagi individu untuk berkomunikasi, meliputi; (a) ekspresi wajah, (b) kontak mata, sentuhan, (d) postur tubuh dan gaya berjalan, (e) suara, (f) gerak isyarat.

Sedangkan menurut Jalaluddin Rakhmat dalam Mark L. Knapp menyebutkan lima fungsi komunikasi nonverbal, diantaranya : 1) Repetisi adalah mengulang kembali gagasan yang sudah disajikan secara verbal. 2) Substitusi merupakan suatu cara untuk menggantikan lambang-lambang verbal. 3) Kontradiksi adalah menolak pesan verbal atau memberikan makna yang lain terhadap pesan verbal. 4) Komplemen yaitu melengkapi dan memperkaya makna pesan nonverbal 5) Aksentuasi yakni menegaskan pesan verbal atau menggarisbawahinya (Rakhmat, 2005:287).

MOTIF PENGGUNA FITUR *EMOTICON* DI MEDIA SOSIAL WHATSAPP

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan terhadap 10 informan penelitian, maka dapat diperoleh data terkait motif dalam menggunakan fitur *emoticon* di media sosial whatsapp sebagai berikut:

Mengurangi Mispersepsi

Beberapa konflik yang terjadi dalam komunikasi virtual salah satunya adalah mispersepsi. Artinya, terjadi ketidaksepahaman persepsi antara yang dimaksud oleh komunikator dengan makna atau maksud hasil dari penafsiran komunikan. Beberapa hal penyebab mispersepsi dalam komunikasi salah satunya disebabkan karena keterbatasan bahasa yang digunakan ketika berkomunikasi.

Kata-kata adalah kategori-kategori untuk merujuk pada objek tertentu: orang, benda, peristiwa, sifat, perasaan, dan sebagainya, akan tetapi tidak semua kata

tersedia untuk merujuk pada objek. Suatu kata hanya mewakili realitas, tetapi bukan realitas itu sendiri. Dengan demikian, kata-kata pada dasarnya bersifat parsial, tidak melukiskan sesuatu secara eksak. Kata-kata sifat dalam bahasa cenderung bersifat dikotomis, misalnya baik-buruk, kaya-miskin, pintar-bodoh, dan sebagainya. Untuk itu diperlukan alat bantu untuk mencocokkan kata dengan keadaan sebenarnya, bagaimana menghilangkan kebiasaan berbahasa yang menyebabkan kerancuan dan kesalahpahaman (Mulyana, 2015:269).

Mispersepsi pun juga dapat terjadi dalam proses komunikasi virtual melalui whatsapp, yang hal tersebut salah satunya dapat dibantu oleh adanya fitur *emoticon* sebagaimana diungkapkan Khumairo (2021) dengan tambahan menggunakan fitur *emoticon* dalam pesan teks membantu komunikasi untuk lebih mudah memahami dan menafsirkan pesan yang dikirim oleh komunikator. Hal senada juga diungkapkan Islamiyah (2021), salah satu alasannya menggunakan fitur *emoticon* juga untuk mengurangi kesalahpahaman. Hal tersebut juga disampaikan oleh Rindawati bahwa salah satu alasan yang mendasari penggunaan fitur *emoticon* adalah untuk mengurangi kesalahpahaman dalam menangkap makna pesan yang hendak disampaikan (Rindawati: 2021).

Dengan demikian, *emoticon* sangat berperan penting dalam proses komunikasi karena secara tidak langsung dapat berperan mengurangi sisi kesalahan interpretasi yang disebabkan kurangnya pemahaman seseorang terhadap pesan yang diterimanya.

Implementasi Perasaan atau Ekspresi

Motif lain yang mendasari pengguna media sosial whatsapp menggunakan fitur *emoticon* adalah untuk mengungkapkan ekspresi yang tidak mampu tercover dalam proses komunikasi berbasis pesan teks; atau tidak bisa disampaikan secara verbal (Zakiuddin: 2021). Jannah (2021) juga mengungkapkan bahwa fitur *emoticon* yang disediakan media sosial whatsapp telah menghadirkan cara baru yang lebih asik untuk mengungkapkan perasaan dalam komunikasi teks.

Fitur ini telah memberikan kemudahan saat ingin mengekspresikan perasaan dalam komunikasi chat (teks), tanpa harus panjang lebar menjelaskan dalam narasi. Artinya, komunikasi menjadi terbantuan dengan disediakannya fitur *emoticon* di media sosial whatsapp. Meskipun, pada praktiknya penggunaan fitur ini juga memiliki hambatan seperti kesalahan menggunakan *emoticon* misalnya, akan menimbulkan efek yang fatal. Seperti, menimbulkan rasa tidak nyaman, lawan bicara mengartikan pesan di luar makna yang dikehendaki oleh pengirim pesan dan efek lainnya (Hasanah: 2021)

Hal ini wajar, mengingat keterbatasan bahasa tulis yang tidak mampu menampung keseluruhan makna pengirim pesan. Mulyana mengatakan (Mulyana: 2015, 269) bahwa kualitas seseorang dalam mengungkapkan sesuatu yang ingin disampaikan tidaklah sederhana, baik itu benda, peristiwa, dan yang lainnya. Kesulitan juga dialami ketika ingin mengungkapkan perasaan, karena lazimnya bahasa verbal digunakan untuk menerangkan sesuatu yang bersifat faktual-deskriptif-rasional.

Pada tahap ini, dengan adanya fitur emoticon mampu mewakili pesan yang nonverbal untuk menyatakan pesan yang bermuatan emosional (perasaan)

Motif di atas pun tampaknya senada dengan apa yang dicita-citakan whatsapp bahwa peluncuran sejumlah emoji sebagai upaya untuk membagikan perasaan dengan cara yang tidak selalu dapat diungkapkan dengan kata-kata (pesan verbal) (Whatsapp.com: 2021).

Meningkatkan Keakraban

Dalam dunia komunikasi ada berbagai cara orang dalam melakukan proses komunikasi, mulai dari komunikasi langsung hingga komunikasi melalui perantara media (komunikasi medio). Terlepas dari dampak negatif positifnya. Di sisi lain fenomena ini juga melahirkan kreatifitas baru salah satunya adalah terciptanya fitur *emoticon* yang sering digunakan saat orang-orang melakukan komunikasi berbasis teks (chatting).

Dengan adanya fitur *emoticon* di media sosial whatsapp, sebuah perkenalan dan komunikasi, khususnya komunikasi chat bisa lebih ekspresif. Hal ini dapat dengan mudah meningkatkan keakraban, utamanya bagi mereka yang baru kenal (Safira dan Khumairo: 2021). Artinya, kehadiran *emoticon* mampu menciptakan suasana obrolan yang lebih cair dan tidak monoton, sehingga menjadi lebih akrab (Hendra: 2021).

Dari keseluruhan motif di atas masuk pada kategori motif sosiogenetis, karena dari beberapa motif yang menjadi alasan penggunaan fitur *emoticon* tidak bersumber dari dalam diri manusia, akan tetapi bersumber dari lingkungan kebudayaan tempat manusia itu berada dan berkembang. Motif untuk mengurangi

mispersepsi, implementasi perasaan atau ekspresi, dan meningkatkan keakraban - lahir dari adanya interaksi sosial antara seseorang dengan orang lain, atau juga hasil dari kebudayaan manusia (Sarwono, 2002: 46).

MAKNA FITUR EMOTICON: Membantu Menghadirkan Komunikasi Nonverbal dalam Proses Komunikasi Berbasis Teks

Dalam melangsungkan proses komunikasi umumnya manusia menggunakan komunikasi (kode) verbal dan nonverbal sekaligus. Komunikasi verbal digunakan untuk menyampaikan pesan yang hendak disampaikan, sementara komunikasi nonverbal sebagai pelengkap atau penekanan atas pesan yang disampaikan. Melalui komunikasi nonverbal lah biasanya untuk mengetahui suasana emosional pelaku komunikasi, apakah sedang bahagia, marah, sedih, bingung dan sebagainya. Dengan demikian, kehadiran pesan nonverbal menjadi sangat penting dalam sebuah proses komunikasi.

Mengingat hal itu, media sosial whatsapp pun tak mau absen dalam memberikan pelayanan komunikasi bagi penggunanya, utamanya dalam layanan komunikasi berbasis teks. Selain menyediakan layanan komunikasi verbal, whatsapp juga menghadirkan fitur-fitur yang dirasa mampu menggantikan kehadiran komunikasi nonverbal dalam keberlangsungan proses komunikasi. Dengan menggunakan fitur emoticon yang disediakan media sosial Whatsapp baik disadari atau pun tidak sebenarnya telah mengganti kehadiran komunikasi nonverbal dalam interaksi komunikasi. Jadi, kehadiran emoji bisa membantu kehadiran komunikasi non verbal dalam

komunikasi, meskipun tidak dapat menggantikan secara utuh (Latifah, 2017).

Penelitian yang dilakukan Albert Mahrabian menyatakan bahwa tingkat kepercayaan dari pembicara hanya 7% yang berasal dari bahasa verbal, 38% berasal dari vokal suara, dan 55% dari ekspresi mukanya. Apabila terjadi pertentangan antara pesan yang diucapkan dengan perbuatannya, maka orang cenderung lebih menaruh kepercayaannya pada pesan yang bersifat nonverbal (Cangara: 2004, 99).

Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi nonverbal memiliki porsi terbanyak dalam kepercayaan lawan bicara. Senada dengan pendapat Mark Knapp (Cangara: 2004, 100) bahwa fungsi-fungsi komunikasi nonverbal: a) meyakinkan apa yang diucapkan (*repetition*), b) menunjukkan perasaan atau emosi yang tidak bisa diungkapkan dengan kata-kata (*substitution*), c) menunjukkan jati diri sehingga orang lain bisa mengenalnya dengan mudah (*identity*), dan d) menambahkan atau melengkapi ucapan-ucapan (verbal) yang dirasa belum sempurna.

Bahkan, lebih dari itu kehadiran fitur *emoticon* mampu menggantikan komunikasi verbal (Kholishoh: 2021). Seperti, untuk menyampaikan pesan kekegetan akan pesan disampaikan oleh lawan bicara cukup mengirim fitur *emoticon*. Artinya fitur ini mampu menambah nuansa untuk mengekspresikan hampir semua jenis perasaan (Zahro: 2021)

D. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa motif yang mendasari penggunaan fitur *emoticon* dalam media sosial whatsapp adalah untuk mengurangi mispersepsi, implementasi perasaan atau ekspresi yang tidak mampu diungkapkan melalui teks dalam komunikasi media whatsapp, serta untuk meningkatkan keakraban. Dari keseluruhan motif tersebut masuk pada kategori kategori motif sosiogenetis, karena dari beberapa motif yang menjadi alasan penggunaan fitur emoticon tidak bersumber dari dalam diri manusia, akan tetapi bersumber dari lingkungan kebudayaan tempat manusia itu berada dan berkembang. Artinya, lahir dari adanya interaksi sosial antara seseorang dengan orang lain.

Dengan demikian, sejatinya kehadiran fitur emoticon dalam media sosial whatsapp memberikan makna yang sangat berarti dalam komunikasi teks yang dilakukan, yakni mampu menambah nuansa untuk mengekspresikan hampir semua jenis perasaan. Artinya, mampu menggantikan kehadiran pesan atau komunikasi nonverbal dalam komunikasi berbasis teks.

E. IMPLIKASI DAN KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini hanya terbatas pada motif yang mendasari pengguna fitur *emoticon* di media sosial whatsapp, sehingga penelitian ini disadari masih banyak memiliki keterbatasan. Penelitian lanjutan perlu dikembangkan lagi ke arah fenomena interaksi komunikasi di media sosial whatsapp dengan sudut pandang atau perspektif yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Bohang, Fatimah Kartini. (2018). *Pengguna Aktif Bulanan WhatsApp Tembus 1,5 Miliar* at: <https://tekno.kompas.com/read/2018/02/01/09270377/pengguna-aktif-bulanan-whatsapp-tembus-15-miliar>.. Diunduh pada 15 Januari 2021.
- Ghufron, M. Nur dan Rini Risnawita S. 2012. *Teori-Teori Psikologi*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Haryanto, Agus Tri. (2019). *Riset Januari 2019: WhatsApp Digilai Netizen Indonesia* at: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4461246/riset-januari-2019-whatsapp-digilai-netizen-indonesia>. Diunduh pada 16 januari 2021.
- Justisiani, Eka Indah. (2014). Persepsi Masyarakat Tentang Bentuk Komunikasi Verbal dan Komunikasi Nonverbal Pada Pelayanan Rumah Sakit Umum Daerah Abdul Wahab Sjahranie Samarinda, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(3).
- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- M Hardjana, Agus. 2003. *Komunikasi Intrapersonal & Interpersonal*. Yogyakarta: Kanisius.
- Mulyana, Deddy. 2015. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. 2016. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nugraha, Nuning. (2014). Efektifitas Komunikasi Verbal dan Nonverbal Oleh Polisi Resor Kota Samarinda dalam Mensosialisasikan Program Safety Riding Kepada Pengendara Roda Dua di Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Negeri Samarinda, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 44.
- Perdana, Aji Aditra dan Irwansyah. (2019). Model Interaksi Multikultural dalam Ruang Virtual Whatsapp: Silaturahmi, Konflik, Leave Group. *ASPIKOM*, 3(6).
- Rakhmat, Jalaluddin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sarwono, Sarlito Wirawan. 2002. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Sobur, Alex. 2003. *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sunu D, Aloysius. (2019). *Emoji, Emoticon, dan Stiker Apa Sih Bedanya* at: <https://wartakota.tribunnews.com/2019/02/25/emoji-emoticon-dan-stiker-apa-sih-bedanya>. Diunduh pada 20 Februari 2021.
- Kusumawati, Tri Indah. (2015). Komunikasi Verbal dan Non Verbal, *Al-Irsyad: Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 6(2), 90.