

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi sekarang ini ternyata tidak hanya saja perkembangan teknologi menjadi canggih akan tetapi juga pola hidup manusia sekarang ini menjadi modern dan serba mudah. Hal ini bisa dilihat, ketika seseorang sedang melakukan komunikasi dengan orang lain yang jauh dari tempatnya.

Komunikasi merupakan salah satu kebutuhan yang mendasar bagi manusia. Seiring dengan perkembangan zaman, muncullah kebutuhan untuk dapat berkomunikasi secara langsung walaupun terpisah jarak yang jauh. Didukung dengan perkembangan teknologi informasi, komunikasi di dunia maya akhirnya menjadi salah satu solusi untuk kebutuhan tersebut dan menjadi salah satu aktivitas yang sering dijalani dalam kehidupan sehari – hari.

Di zaman serba teknologi modern dan praktis ini, para penggila media sosial tentunya mencari berbagai cara untuk berkomunikasi di dunia maya dengan mudah, hal ini didukung dengan maraknya *gadget smartphone* yang beredar di pasaran yang menyediakan layanan akses cepat untuk para penggunanya. Contohnya *smartphone* seperti *Blackberry*, *Samsung* dan *iPhone* yang sangat laris penjualannya di Indonesia. Sekarang ini banyak aplikasi-aplikasi media sosial yang menyediakan layanan menarik, seperti *BBM (Blackberry Messenger)*, *WhatsApp Messenger*, *Instagram*, *Skype*, *LINE* dan banyak lagi.

*WhatsApp Messenger* adalah aplikasi pesan untuk smartphone yang pada awalnya dibuat untuk *iPhone*. Sekarang ini aplikasi ini bisa berjalan di berbagai *Operating System* seperti *Android*, *Blackberry*, *Symbian*. *WhatsApp Messenger* menggunakan internet untuk mengirimkan pesan, gambar, video, pesan suara kepada sesama pengguna.

*WhatsApp Messenger* adalah aplikasi pesan paling populer di dunia dengan pengguna sekitar 900 juta orang (Guynn, J, 2015). Dari survey yang dilakukan oleh Ericsson dan Ookla, di Indonesia sendiri *WhatsApp Messenger* ternyata masih di urutan ketiga dalam daftar aplikasi *smartphone* terpopuler di Indonesia, di bawah *Blackberry Messenger* dan *Youtube* (Windujati, D, 2015).

Dengan meningkatnya pengguna *WhatsApp Messenger* tampilan *emoticon* terus menerus digunakan dalam kegiatan berkomunikasi. Sehingga kini lebih mengarah sebagai saluran komunikasi non-verbal, dan pada realitasnya pengguna *WhatsApp Messenger* dalam kegiatan pertukaran pesannya tak luput memberikan atau menyisipkan ikon-ikon dalam percakapan sebagai bentuk respon pertukaran komunikasi dalam proses menciptakan satu persamaan makna bagi para pengguna *WhatsApp Messenger*.

Banyak para penggunanya menjadikan layanan *WhatsApp* sebagai sarana komunikasi baik verbal maupun non-verbal. *WhatsApp Messenger* dikatakan menjadi sarana komunikasi verbal karena menggunakan teks dalam menyampaikan pesannya, dan dapat dikatakan juga sebagai komunikasi non-verbal karena para pengguna layanan ini tidak jarang bahkan sangat sering menggunakan *emoticon* dalam kegiatan *chatting* melalui *WhatsApp Messenger*.

Percakapan dalam *WhatsApp Messenger* yang menggunakan atau menyisipkan *emoticon* dalam kegiatan *chatting* dapat mewakili atau merepresentasikan bagaimana keadaan emosi dari lawan yang kita ajak berkomunikasi.

Untuk menganalisis sebuah makna yang terkandung dalam sebuah lambang *emoticon* dapat diteliti melalui sebuah studi deskriptif analisis data kualitatif, berupa analisis semiotika.

*Emoticon* biasanya digunakan untuk mengganti kekurangan ketika melakukan komunikasi secara *online*, dimana menggunakan teks saja tidak cukup efektif. Berbeda dengan model komunikasi yang lainnya, berkomunikasi secara *online* selalu penuh dan jelas dengan banyaknya informasi yang dimasukkan, tetapi di saat yang sama pengguna ingin sebisa mungkin lebih efektif dan ekspresif ketika berkomunikasi.

*Emoticon* digunakan untuk mengganti beberapa petunjuk non-verbal dan para verbal. *Emoticon* juga digunakan untuk membuat hubungan yang dekat di dalam ketidakleluasaannya internet, untuk mengidentifikasi apakah pengguna lain itu bisa dipercaya, atau apakah dia benar-benar orang yang menarik.

*Emoticon* digunakan sebagai alternatif untuk bahasa tubuh seperti pandangan yang sopan dan kedipan mata yang dimana tidak mudah ditiru secara online.

Penggunaan *emoticon* yang ngawur dapat menimbulkan konflik antara komunikator dan komunikan. Banyak konflik yang berujung serius akibat penggunaan *emoticon* yang tidak sesuai dengan situasi dan kondisi.

Contoh *emoticon* yang disediakan di *WhatsApp Messenger* ada pada gambar berikut ini:

Gambar 1.1

*Emoticon di Whatsapp Messenger*



Sumber : <http://www.fakingnews.firstpost.com/>

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti makna dari lambang – lambang *emoticon* di *WhatsApp Messenger*.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang masalah di atas, maka peneliti merumuskan masalah yaitu apakah makna – makna dari lambang – lambang *emoticon* di *Whatsapp Messenger*?

## **C. Maksud Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan makna – makna dari lambang – lambang *emoticon* di *Whatsapp Messenger*.

## **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan ini adalah untuk mengetahui makna dari lambang – lambang *emoticon* di *Whatsapp Messenger*.

## **E. Manfaat Penelitian**

Adapun yang menjadi manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Secara akademis, penelitian ini diharapkan agar dapat memperkaya khasanah penelitian di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Secara teoritis, penelitian ini bermanfaat untuk menguji pengamalan dan pengalaman teoritis peneliti selama mengikuti studi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Selain itu juga untuk menambah kajian ataupun penelitian yang berkaitan dengan teknologi komunikasi dan semiotika.

3. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dalam analisis semiotika bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

## **F. Landasan Teori**

### **F.1 Komunikasi**

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris disebut *Communication* berasal dari bahasa Latin “*Communicare*” yang artinya berbicara, menyampaikan pesan, informasi, pikiran, gagasan, dan pendapat yang dilakukan oleh seseorang kepada yang lain dengan mengharapkan jawaban, tanggapan atau arus balik (*feedback*) dari orang yang diajak berbicara. Berdasarkan arti kata tersebut maka lebih dipertegas lagi dengan pengertian komunikasi dibawah ini, yaitu: “Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dalam bentuk lambang bermakna sebagai paduan pikiran dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan imbauan, dan sebagainya, yang dilakukan seseorang kepada orang lain, baik secara langsung (tatap muka) maupun tidak langsung melalui media, dengan tujuan mengubah sikap, pandangan, dan perilaku.” (Effendy, 1993:60). Berdasarkan pengertian di atas, *Communicare* bisa berarti dua orang atau lebih, yang bersama-sama bertemu baik secara langsung (tatap muka) maupun melalui media atau saluran tertentu, tukar-menukar pengetahuan, pengalaman, pemikiran, gagasan, perasaan (*to make common, sharing*). Komunikasi akan efektif apabila komunikator mampu berkomunikasi sesuai dengan komunikannya. Selain itu pula, seorang komunikator harus mempunyai rencana dan tujuan,

tidak saja pesan itu tersampaikan, tapi juga dapat merubah sikap dan pendapat serta mempengaruhi komunikan, hal ini dipertegas dari definisi komunikasi, yaitu: *“Komunikasi atau upaya-upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas penyampaian informasi serta pembentukan sikap dan pendapat.”* Hovland menjelaskan bahwa *“ Communication is the process to modify the behavior of other individual “*, (komunikasi adalah pengubah perilaku orang lain)(Hovlan dalam Effendy, 1993;113).

Dalam menyampaikan pesan, komunikasi dilakukan tidak terbatas pada komunikasi secara langsung, bisa juga dilakukan melalui media seperti radio, televisi, surat kabar, dan lain-lain. Sehingga pesan akan tersampaikan dan tersebar luas tidak terbatas ruang dan waktu, serta mempengaruhi khalayak secara luas pula.

## **F.2 Komunikasi Non-verbal**

Komunikasi non-verbal menyangkut ‘rasa’ atau ‘emosi’. Frank E.X. Dance dan Carl E. Larson (1976) dalam bukunya *‘The Functions of Human Communication: A Theoretical Approach’*, menawarkan definisi tentang komunikasi non-verbal sebagai suatu stimulus yang pengertiannya tidak ditentukan oleh makna isi simboliknya.

Di lain pihak, Judee K. Burgoon dan Thomas J. Saine (1978) dalam bukunya *“The unspoken dialogue: An Introduction to Non-Verbal Communication”*, memberikan definisi sebagai berikut: “Komunikasi non-verbal adalah tindakan-tindakan manusia yang secara sengaja dikirimkan dan

diinterpretasikan seperti tujuannya dan memiliki potensi akan adanya umpan balik (feedback) dari yang menerimanya”.

Hickson dan Stacks (1989) dalam bukunya ‘*Non-verbal Communication Studies and Applications*’, mengatakan bahwa: “Stimuli tertentu dari perilaku non-verbal mungkin terjadi dengan tidak disadari dan perilaku non-verbal diatur oleh norma-norma yang dihasilkan oleh interaksi manusia.”

Dari penjelasan di atas, komunikasi non-verbal bisa diartikan secara umum sebagai pesan – pesan yang diekspresikan secara sengaja atau tidak sengaja melalui gerakan / tindakan / perilaku atau suara – suara yang berbeda dari penggunaan kata – kata dalam bahasa.

Enam fungsi komunikasi non-verbal ini menurut pendapat Paul Ekman (1965) sebagai berikut:

1. Repetisi atau pengulangan. Perilaku non-verbal merupakan pengulangan untuk memperkuat makna pesan – pesan verbal yang dikomunikasikan.
2. Kontradiksi atau berlawanan. Sikap manusia yang sering melakukan tindakan-tindakan yang sifatnya berlawanan akan menimbulkan pesan-pesan yang bermakna rangkap.
3. Substitusi atau pengganti. Suatu tanda sering kali menggantikan pesan verbal yang dikomunikasikan.
4. Komplemen atau pelengkap. Tindakan non-verbal dapat berfungsi untuk melengkapi pesan verbal.

5. Regulasi atau pengatur. Perilaku non verbal juga berfungsi sebagai alat kontrol atau pengatur pada komunikasi verbal.
6. Aksentuasi atau penekanan. Tanda non-verbal juga berfungsi menekankan atau menegaskan pesan-pesan verbal.

### **F.3 Komunikasi Antar Pribadi**

Komunikasi antar pribadi adalah komunikasi yang berlangsung dalam situasi tatap muka antara dua orang atau lebih, baik secara terorganisasi maupun pada kerumunan orang (Wiryanto, 2004:32).

Menurut Barnlund (dikutip dalam Alo Liliweri, 1991:12), ciri-ciri mengenali komunikasi antar pribadi sebagai berikut:

- Bersifat spontan.
- Tidak berstruktur.
- Kebetulan.
- Tidak mengejar tujuan yang direncanakan.
- Identitas keanggotaan tidak jelas.
- Terjadi sambil lalu.

Komunikasi antar pribadi merupakan komunikasi paling efektif untuk mengubah pendapat dan perilaku seseorang. Komunikasi antar pribadi memberikan dampak untuk saling berbagi asumsi, perspektif dan pengertian mengenai informasi yang dibicarakan. Menurut Kumar (2000:121-122) dalam Wiryanto (2004:36), lima ciri efektifitas komunikasi antar pribadi sebagai berikut:

- Keterbukaan (*openess*).
- Empati (*empathy*).
- Dukungan (*supportiveness*).
- Rasa positif (*positiveness*).
- Kesetaraan (*equality*).

#### **F.4 Semiotika**

Semiotika adalah studi mengenai tanda dan simbol yang merupakan sebuah tradisi penting dalam pemikiran komunikasi mencakup teori utama mengenai bagaimana tanda mewakili ide, situasi, keadaan, perasaan, dan sebagainya. Semiotik atau semiologi dalam arti modern berangkat dari buah pikir seorang ahli bahasa dari Swiss, yakni Ferdinand de Saussure ( 1857-1913), yang mengemukakan pandangan linguistik hendaknya menjadi bagian dari suatu ilmu pengetahuan umum tentang tanda yang disebutnya semiologi.

Menurut Preminger; *“Semiotik adalah ilmu tentang tanda-tanda. Ilmu ini menganggap bahwa fenomena sosial/masyarakat dan kebudayaan itu merupakan tanda-tanda. Semiotik itu mempelajari tentang system - sistem, aturan - aturan, konvensi - konvensi yang memungkinkan tanda - tanda itu mempunyai arti”* (Sobur, 2009:96).

Menurut Pateda (2001:29), menerangkan bahwa sekurang-kurangnya terdapat sembilan macam semiotika yang sudah dikenal, yakni:

- 1) Semiotik Analitik, yakni semiotik yang menganalisis sistem tanda.

Semiotik berobjekan tanda dan menganalisisnya menjadi ide, objek, dan

makna. Ide dapat dikatakan sebagai lambang, sedangkan makna adalah beban yang terdapat dalam lambang yang mengacu pada objek tertentu.

- 2) Semiotik Deskriptif, yakni semiotik yang memperhatikan sistem tanda yang dapat kita alami sekarang, meskipun terdapat tanda lain yang sejak dahulu tetap seperti yang disaksikan sekarang.
- 3) Semiotik Fauna, yakni semiotik yang khusus memperhatikan sistem tanda yang dihasilkan oleh hewan. Hewan biasanya menghasilkan tanda untuk berkomunikasi antar sesamanya, tetapi sering juga menghasilkan tanda yang ditafsirkan oleh manusia.
- 4) Semiotik Kultural, yakni semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang berlaku dalam kebudayaan masyarakat tertentu. Budaya yang terdapat dalam masyarakat yang juga termasuk dalam sistem itu, menggunakan tanda-tanda tertentu yang membedakannya dengan masyarakat lain.
- 5) Semiotik Naratif, yakni semiotik yang menelaah sistem tanda dalam narasi yang berbentuk mitos dan cerita lisan (*folklore*).
- 6) Semiotik Natural, yakni semiotik yang khusus menelaah system tanda yang dihasilkan oleh alam.
- 7) Semiotik Normatif, yakni semiotik yang khusus menelaah system tanda yang dibuat oleh manusia yang berwujud norma-norma, misalnya rambu-rambu lalu-lintas.
- 8) Semiotik Sosial, yakni semiotik yang khusus menelaah system tanda yang dihasilkan oleh manusia, berupa lambang, baik lambang yang berwujud

kata maupun lambang yang berwujud kata dalam satuan yang disebut kalimat.

- 9) Semiotik Struktural, yakni semiotik yang khusus menelaah system tanda yang dimanifestasikan melalui struktur bahasa. (Sobur, 2009:100-101). Dalam perkembangannya semiotika tidak hanya dipakai dalam kajian linguistik, tetapi semiotika juga bisa digunakan dalam menganalisis objek seperti semiotik hewan dan semiotik alam.

#### **F.5 Tanda dan Makna Semiotika**

Setiap studi tentang makna harus memperhatikan tiga unsur yaitu tanda, acuan tanda, pengguna tanda. Tanda merupakan sesuatu yang bersifat fisik, bisa dipersepsi indra kita, tanda mengacu pada sesuatu diluar tanda itu sendiri dan bergantung pada pengamatan oleh penggunanya sehingga bisa disebut tanda. Saussure mengatakan: "*Tanda terdiri atas bentuk fisik plus konsep mental yang terkait, dan konsep ini merupakan pemahaman atas realitas eksternal*" (Suprpto, 2006:114). Berdasarkan pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa realitas tanda hanya melalui konsep orang yang menggunakannya.

Peirce membuat tiga kategori tanda yang masing-masing menunjukkan hubungan berbeda di antara tanda dan objeknya atau apa yang diacunya.

1. Ikon adalah tanda yang memunculkan kembali benda atau realitas yang ditandainya, misalnya foto atau peta.

2. Indeks ada hubungan langsung antara tanda dan objeknya. Ia merupakan tanda yang hubungan eksistensialnya langsung dengan objeknya.
3. Simbol adalah tanda yang memiliki hubungan dengan objeknya berdasarkan konvensi, kesepakatan atau aturan kata-kata umumnya adalah simbol (Suprpto, 2006:120).

Tommy Suprpto dalam bukunya yang berjudul “Pengantar Teori Komunikasi”, mengemukakan beberapa pendapat tentang tanda dan makna dalam suatu proses komunikasi, diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Dalam proses komunikasi, seperangkat tanda merupakan hal yang penting karena ini merupakan pesan yang harus dipahami oleh komunikan. Komunikan harus menciptakan makna yang terkait dengan makna yang dibuat oleh komuikator. Semakin banyak kita berbagi kode yang sama, semakin banyak kita menggunakan system tanda yang sama.
- 2) Tanda-tanda (*sign*) adalah basis dari seluruh kegiatan komunikasi. Manusia dengan perantara tanda dapat melakukan komunikasi dengan sesamanya. Kajian tentang tanda dalam proses komunikasi sering disebut semiotika komunikasi.
- 3) Semiotika komunikasi menekankan pada teori tentang produksi tanda, salah satu diantaranya mengasumsikan adanya enam factor dalam komunikasi yaitu; pengirim, penerima kode (sistem tanda), pesan, saluran komunikasi, dan acuan hal yang dibicarakan..
- 4) Semiotika mempunyai tiga bidang yaitu:
  - a. Tanda itu sendiri. Hal ini terdiri atas aturan tentang berbagai tanda yang berbeda, cara tanda-tanda yang berbeda-beda itu dalam

mneyampaikan makna, dan cara tanda-tanda itu terkait dengan manusia yang menggunakannya.

- b. Kode atau sistem tanda yang mengorganisasikan tanda. Studi ini mencakup cara berbagai kode dikembangkan guna memenuhi kebutuhan suatu masyarakat atau budaya atau untuk mengeksploitasi selama komunikasi yang tersedia menstransmisinya.
- c. Kebudayaan tempat kode atau tanda bekerja. Ini pada gilirannya bergantung pada penggunaan kode dan tanda-tanda itu untuk keberadaan dan bentuknya sendiri. (Suprpto, 2006:123).

Dalam pandangan Saussure, makna sebuah tanda dipengaruhi oleh tanda yang lain. Sedangkan Umar Junus menyatakan: *“Makna dianggap sebagai fenomena yang bisa dilihat sebagai kombinasi beberapa unsur dengan setiap unsur itu. Secara sendiri-sendiri unsur tersebut tidak mempunyai makna sepenuhnya.”* (Sobur, 2009:153).

Dalam pandangan Aminuddin (2003:7), makna dibagi menjadi tiga tingkatan, yakni:

1. Makna menjadi isi abstraksi dalam kegiatan bernalar secara logis sehingga membuahkan proposisi kebahasaan.
2. Makna menjadi isi dari suatu bentuk kebahasaan.
3. Makna menjadi isi komunikasi yang mampu membuahkan informasi tertentu.

## **F.6 Semiotika Charles Sanders Peirce**

Menurut Charles Sanders Peirce salah satu bentuk adalah kata. Sedangkan objek adalah tanda yang ada dalam benak seseorang, maka muncullah makna tentang sesuatu yang diwakili oleh tanda tersebut (Sobur, 2002:115).

Bagi Charles Sanders Peirce (Pateda, 2001:44 dalam Sobur, 2002:41) “*Sign is something which stand to somebody for something in some respect or capacity.*” Sesuatu yang digunakan agar tanda bisa berfungsi oleh Charles Sanders Peirce disebut *ground*. Konsekuensinya, tanda (*sign* atau *represtament*) selalu terdapat dalam hubungan triadik, yakni *ground*, *object*, dan *interpretant*.

Charles Sanders Peirce juga mengatakan bahwa tanda itu sendiri merupakan contoh dari kepertamaan, objeknya adalah kedua, dan penafsiran unsur pengantara adalah contoh dari ketigaan.

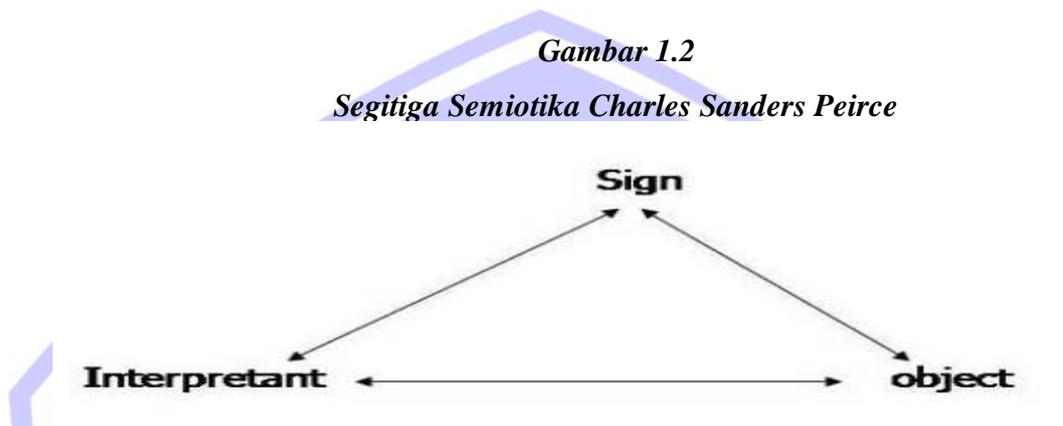
Ketigaan yang ada dalam konteks pembentukan tanda juga membangkitkan semiotika yang tidak terbatas, selama satu penafsiran (gagasan) yang membaca tanda sebagai tanda bagi yang lain (yaitu dari suatu makna dan penanda) bisa ditangkap oleh penafsiran lainnya.

Tanda sendiri menurut Charles Sanders Peirce adalah sesuatu yang dapat mewakili sesuatu yang lain dalam batas-batas tertentu. Tanda akan selalu mengacu kepada sesuatu yang lain, oleh Pierce disebut objek. Mengacu berarti mewakili atau menggantikan, tanda baru dapat berfungsi bila diinterpretasikan dalam benak penerima tanda melalui interpretant. Jadi interpretant ialah pemahaman makna yang muncul dalam diri penerima tanda, artinya tanda baru dapat berfungsi sebagai tanda bila dapat ditangkap dan

pemahaman terjadi berkat ground yaitu pengetahuan tentang sistem tanda dalam suatu masyarakat, hubungan ketiga unsur yang dikemukakan oleh Charles Sanders Peirce terkenal dengan nama segitiga semiotika

Hubungan segitiga makna lazimnya ditampilkan seperti gambar beriku

**Gambar 1.2**  
**Segitiga Semiotika Charles Sanders Peirce**



Sumber: fauzierachman20.files.wordpress.com

Atas dasar hubungan ini, Charles Sanders Peirce mengadakan klasifikasi tanda. Tanda yang dikaitkan dengan *ground* dibaginya menjadi *qualisign*, *sinsign*, dan *legisign*.

- *Qualisign*: Penanda yang bertalian dengan kualitas. Tanda-tanda yang merupakan tanda berdasarkan suatu sifat. Untuk benar - benar berfungsi, *qualisign* harus mempunyai bentuk.
- *Sinsigns*: Penanda yang bertalian dengan kenyataan. Tanda - tanda yang merupakan tanda atas dasar tampilannya dalam kenyataan.
- *Legisigns*: Penanda yang bertalian dengan kaidah. Tanda - tanda yang merupakan tanda atas dasar suatu pertauran yang berlaku umum, sebuah konvensi, sebuah kode.

Berdasarkan objeknya, Charles Sanders Peirce membagi tanda atas *icon, index, symbol*.

- Ikon: Sesuatu yang melaksanakan fungsi sebagai penanda yang serupa dengan bentuk objeknya.
- Indeks: Sesuatu yang melaksanakan fungsi sebagai penanda yang secara logis mengisyaratkan objeknya.
- Simbol: Suatu tanda yang melaksanakan fungsi sebagai objek yang mengisyaratkan kaidah secara konvensi telah lazim digunakan oleh masyarakat.

Dan berdasarkan interpretantnya dibagi atas *rheme, dicent sign* atau *dicisign*, dan *argument*.

- *Rheme* atau *seme*: penanda yang bertalian dengan mungkin terpahaminya objek petanda bagi penafsir.
- *Dicent* atau *decisign* atau *pheme*: Penanda yang menampilkan informasi tentang petandanya.
- *Argument*: penanda yang pertandanya akhir bukan suatu benda tetapi kaidah.

#### **F.7 Analisis Semiologis Komunikasi**

Analisis semiologis komunikasi merupakan suatu metode yang menekankan teori pemaknaan tanda yang salah satu diantaranya dapat mengamsusikan adanya enam faktor yaitu pengirim, penerima, kode, pesan, saluran komunikasi dan acuan atau hal yang dibicarakan.

Analisis semiologis komunikasi melihat konsep tentang tanda dalam pemaknaan, penafsiran, dan signifikasinya. Ada sembilan formula yang dapat digunakan dalam teknik analisis semiologis komunikasi (Andrik Purwasito, 2003), yaitu:

1. Siapa Komunikator

Semiologi komunikasi berangkat dari tafsir tanda yang dibangun oleh komunikator. Di sini komunikator harus mampu dijelaskan latar belakang sosial budaya dan ruang waktu di mana mereka hidup. Komunikator harus didefinisikan sebagai pihak sumber yang secara langsung ataupun tidak langsung ingin menyampaikan pesan kepada penerima. Dengan demikian harus ada jawaban atas siapa komunikator, siapa penerima yang dituju dan melalui saluran apa.

2. Motivasi Komunikator

Semiologi komunikasi memuat tafsir tanda itu sendiri dalam hubungannya dengan maksud komunikator membangun pesan dimaksud. Dalam hal ini komunikator memosisikan diri sebagai apa dalam memburu target yang dicapai dan bagaimana mengkonstruksi agar pesan tersebut berhasil.

3. Konteks Fisik dan Sosial.

Semiologi komunikasi menafsirkan tanda berdasarkan konteks sosial dan budaya, lingkungan konteks fisik, konteks waktu dan tempat di mana tanda itu diletakkan. Berarti pesan – pesan dikonstruksikan komunikator dengan mempertimbangkan norma dan nilai sosial, mitos dan kepercayaan serta dipertimbangkan tempat di mana pesan tersebut akan disalurkan

kepada publiknya (penerima). Pesan juga menunjuk pada ruang dan waktu, kapan dan di mana pesan itu diletakkan.

#### 4. Struktur Tanda dan Tanda Lain

Semiologi komunikasi menafsirkan tanda – tanda dengan cara melihat struktur tanda – tanda lain yang berkaitan erat dengannya. Jadi harus selalu mengaitkan tanda yang ditafsir dengan tanda – tanda lain yang berdekatan dan secara fungsional dan relevansinya.

#### 5. Fungsi Tanda, Sejarah dan Mitologi

Semiologi komunikasi memberikan makna pada tanda dengan cara melihat fungsi tanda tersebut dalam masyarakat. Fungsi ini sangat berhubungan erat dengan maksud sumber menyalurkan pesan.

#### 6. Interteksualitas

Semiologi komunikasi memperkuat tafsir dan argumentasinya dengan cara membandingkan dengan fungsi tanda pada teks lain. Hal ini disebut interteks, yaitu upaya mendalami tafsir dengan cara mencari sumber – sumber sejenis. Interteks dengan eksistensi tanda secara universal. Tanda digunakan oleh komunitas lain, dalam konteks dan referensi budaya yang berbeda.

#### 7. Intersubjektivitas

Semiologi komunikasi memberi tafsir tanda – tanda dengan cara memperoleh dukungan dari penafsir lain dalam tanda – tanda yang mempunyai hubungan yang relevan. Inilah yang disebut intersubjektivitas, yaitu pandangan dari berbagai ahli yang biasanya juga saling bertentangan.

Di sini peneliti mengambil konteksnya. Dalam hal ini disebut sebagai referensi, seperti buku dan data pendukung lainnya.

#### 8. *Common Sense*

Semiologi komunikasi memaknai tanda dengan cara mengambil alih pemaknaan secara umum yang berkembang di masyarakat (*common sense*). Hal ini berdasarkan atas tanda dalam pesan biasanya bersifat sosial. Tanda yang digunakan berdasarkan kesepakatan kolektif atau konsensus sosial sehingga secara konvensional menjadi milik masyarakat.

#### 9. Penjelajah Ilmiah Peneliti

Semiologi komunikasi merupakan tafsir intuitif yang dilakukan oleh penafsir dengan mendasarkan pada pengalaman intelektual, keyakinan subjektif dan pengembaraan ilmiah terhadap tanda – tanda bersangkutan. Ini menyangkut kredibilitas dan otoritas keilmuan seseorang yang menggunakan akal sebagai landasan berpikirnya.

### **G. Penegasan Istilah**

#### **G.1 Analisis**

Analisis adalah aktivitas yang memuat sejumlah kegiatan seperti mengurai, membedakan, memilah sesuatu untuk digolongkan dan dikelompokkan kembali menurut kriteria tertentu kemudian dicari kaitannya dan ditafsirkan maknanya.

Jadi, dari pengertian analisis diatas, dapat disimpulkan bahwa analisis adalah sekumpulan aktivitas dan proses. Salah satu bentuk analisis adalah merangkum sejumlah besar datayang masih mentah menjadi informasi yang

dapat diinterpretasikan. Semua bentuk analisis berusaha menggambarkan pola – pola secara konsisten dalam data sehingga hasilnya dapat dipelajari dan diterjemahkan dengan cara yang singkat dan penuh arti.

## **G.2 Semiotika**

Secara etimologis, istilah semiotik berasal dari kata Yunani, *semion* yang berarti tanda. Menurut Umberto Eco (dalam Sobur, 2009:95), mengatakan, "Tanda itu didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensional sosial yang terbangun sebelumnya, dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain" (Sobur, 2009:95).

## **G.3 Emoticon**

*Emoticon* adalah sebuah lambang atau kombinasi dari simbol – simbol yang biasanya digunakan untuk menggambarkan ekspresi wajah manusia yang mengandung emosi atau perasaan.

Secara etimologi, kata "*emoticon*" sebenarnya merupakan gabungan dua kata dalam bahasa Inggris yaitu *emotion* yang berarti emosi dan *icon* yang berarti ikon atau tanda.

## **H. Metodologi Penelitian**

### **H.1 Tipe Penelitian**

Tipe penelitian ini adalah kualitatif yang diartikan sebagai rangkaian kegiatan atau proses menjangkau informasi, dari kondisi sewajarnya dalam kehidupan suatu objek, yang dihubungkan dengan pemecahan suatu masalah,

baik dari sudut pandang teoritis maupun praktis. Dalam penelitian kualitatif ada 2 hal yang ingin dicapai, yaitu:

- Menganalisa proses berlangsungnya suatu fenomena sosial dan memperoleh suatu gambaran yang tuntas terhadap proses berlangsungnya.
- Menganalisa makna yang ada dibalik informasi, data dan proses suatu fenomena sosial itu.

Berdasarkan tujuan kedua, peneliti menggunakan analisis semiotika yang sifatnya memaparkan situasi / peristiwa dengan memaparkan situasi atau peristiwa dengan melukiskan variabel satu demi satu.

Penelitian dengan menggunakan analisis semiotika merupakan teknik penelitian bagi kajian komunikasi yang cenderung lebih banyak mengarah pada sumber maupun penerimaan pesan. Dikategorikan kedalam penelitian interpretative dan subjektif karena sangat mengandalkan kemampuan peneliti dalam menafsirkan teks ataupun tanda yang dikaitkan dengan nilai-nilai ideologi, budaya, moral, dan spiritual.

Peneliti memberi peluang yang besar bagi dibuatnya interpretasi – interpretasi alternatif. Pendekatan penelitian ini mengedepankan penyajian data secara terstruktur serta memberikan gambaran terperinci objek penelitian beberapa pesan komunikasi dalam bentuk tanda-tanda.

Penelitian ini menggunakan analisis semiotik, maka tipe penelitian ini adalah kualitatif interpretatif dimana peneliti melakukan pengamatan secara menyeluruh dari semua isi tanda dalam penggunaan *emoticon* kegiatan *chatting* di *WhatsApp Messenger*. Peneliti menggunakan analisis semiologis komunikasi dan semiotika model Charles Sanders Peirce untuk memaknai

tanda-tanda atau simbol yang digunakan dalam aplikasi *WhatsApp Messenger*.

Sumber data pada penelitian ini adalah *screenshot* kegiatan *chatting* di *WhatsApp Messenger*, yang diambil mulai dari bulan November 2015 sampai dengan Januari 2016. Bilamana dalam proses pengumpulan data sudah tidak lagi ditemukan variasi informasi, maka peneliti tidak perlu lagi untuk mencari informan baru, proses pengumpulan data dinilai telah cukup dan selesai. Dalam hal ini jumlah sampel (informan) bisa sedikit, tetapi bisa juga banyak, tergantung dari :

- Tepat tidaknya pemilihan informan kunci.
- Kompleksitas dan keragaman lambang *emoticon* yang diteliti.

Pengambilan informan secara sengaja sesuai dengan persyaratan atau kriteria tertentu yang diperlukan. Penelitian ini menggunakan informan yang sedikit dan dipilih menurut tujuan penelitian. Penelitian ini menggunakan mahasiswa sebagai informan.

Berikut ini beberapa kriteria yang dikemukakan untuk memilih informan kunci dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Informan yang telah cukup lama dan masih sangat aktif menggunakan aplikasi *WhatsApp Messenger*.
2. Informan sering menggunakan lambang *emoticon* dalam pertukaran pesan di *WhatsApp Messenger*.

## **H.2 Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

### 1. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain oleh subjek. Dokumentasi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan peneliti kualitatif untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek melalui suatu media tertulis dan dokumen lainnya yang ditulis atau dibuat langsung oleh subjek yang bersangkutan.

### 2. Penelitian Kepustakaan

Peneliti akan mengumpulkan data dengan cara mempelajari literatur dan sumber tertulis untuk memperoleh informasi mengenai objek penelitian ini, sebagai data sekunder.

### 3. Observasi

Cara observasi dilakukan peneliti untuk menunjang data yang telah ada. Observasi dalam penelitian ini ialah dengan cara menjalankan aplikasi *WhatsApp Messenger*.

## H.3 Analisis Data

Analisis data merupakan proses menyusun data agar dapat ditafsirkan (Nasution, 2004:126). Dalam penelitian ini analisis data yang digunakan adalah teknik analisis dan pengolahan data sebagai berikut:

- Penyajian data.
- Penyeleksian data.
- Klasifikasi data.

- Analisis semiotika Charles Sanders Peirce.
- Analisis semiologis komunikasi Andrik Purwasito

