

Efektivitas Penggunaan Emoji Dalam Komunikasi Digital

Ariq Bakhtiar^{1*}, Bagas Rinata Kurnia Sukamto², dan Satria Hidayat Surya Pramono³
^{1,2,3}Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Surabaya
ariq.22101@mhs.unesa.ac.id

Abstract

In this study, researchers want to examine the level of effectiveness of using emoji in digital communication, the purpose of this study is to analyze the effectiveness of using emoji features provided by digital media such as WhatsApp, Facebook, Instagram, or Telegram applications. To create it, ordinary users use a combination of punctuation and emoticons. This is only valid in a text-based message exchange container. This study uses the uses and gratifications theory. This theory explains that media users have an active role to choose and use a media as an intermediary for the delivery of information needs. The uses and gratification theory assumes that users have alternative choices to meet their needs. In addition to using a survey method with questionnaires as a data collection tool, in this study the researchers also made observations or direct observations of the habits of people using emojis in social media. Researchers also took references from several journals that discussed the use of emoji in communication and the effectiveness of emoji in expressing emotions to convey messages. Based on research that has been done, the use of emoji in a conversation or an expression in digital communication can significantly affect a person's perception. This influence is able to increase the level of effectiveness of digital communication. Even though it's not easy to make the same perception between two people, using this emoji can help reduce the chances of misunderstanding. Through this research, it is proven that the use of emoji is able to have an influence on the communication process.

Keywords: digital communication; emoji; communication effectiveness; emotion

Abstrak

Pada penelitian kali ini, peneliti akan mengkaji tentang tingkat efektivitas penggunaan emoji dalam komunikasi digital, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis keefektifan penggunaan fitur emoji yang disediakan oleh media digital seperti pada aplikasi WhatsApp, Facebook, Instagram, atau Telegram. Untuk membuatnya, pengguna biasa menggunakan kombinasi tanda baca dan emoticon ini hanya berlaku dalam wadah pertukaran pesan berbasis teks. Penelitian ini menggunakan teori uses and gratifications. Teori ini menjelaskan bahwa pengguna media memiliki peran aktif untuk memilih dan menggunakan suatu media sebagai perantara kebutuhan penyampaian informasi. Teori uses and gratification mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memenuhi kebutuhannya. Selain itu menggunakan metode survei dengan kuisioner sebagai alat bantu pengumpulan data, dalam penelitian ini peneliti juga melakukan observasi atau pengamatan langsung terhadap kebiasaan orang-orang menggunakan emoji dalam bersosial media. Peneliti juga mengambil referensi dari beberapa jurnal yang membahas tentang penggunaan emoji dalam komunikasi serta keefektifan emoji dalam pengekspresian emosi untuk menyampaikan pesan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan penggunaan emoji pada suatu percakapan atau suatu ungkapan dalam komunikasi digital dapat mempengaruhi persepsi seseorang secara signifikan. Pengaruh ini mampu meningkatkan tingkat efektivitas komunikasi digital. Meskipun untuk menyamakan persepsi antara dua orang bukan hal yang mudah, namun dengan menggunakan emoji ini dapat membantu mengurangi kemungkinan salah paham. Melalui penelitian ini terbukti bahwa penggunaan emoji mampu memberikan pengaruh terhadap proses komunikasi.

Kata Kerja: Komunikasi Digital, Emoji, Efektivitas Komunikasi, Emosi

1. Pendahuluan

Melalui ekspresi wajah yang kita miliki, kita dapat menyampaikan sesuatu pesan tersendiri kepada lawan bicara kita tanpa perlu mengeluarkan kata kata sedikitpun. Dalam berinteraksi atau berkomunikasi kepada lawan bicara, secara face to face maupun secara pesan tertulis di media sosial, emoji atau ekspresi yang paling sering digunakan diantaranya adalah : gembira, marah, tertawa, sedih, dan bersalah. Interaksi yang ekspresif memiliki peran penting dalam mengatur suasana interaksi kepada lawan bicara.

Seiring dengan berjalannya masa, terdapat berbagai macam alternatif-alternatif dalam berkomunikasi, seperti misal dalam penggunaan media teknologi digital yang menyediakan beragam fitur alternatif yang canggih dan terasa lebih efektif dalam penggunaannya dibanding pengiriman

pesan melalui *Short Message Service (SMS)* atau bahkan pengiriman pesan melalui surat atau kotak pos, Dalam menyampaikan pesan, beberapa pesan nonverbal seperti ekspresi atau raut wajah merupakan sesuatu yang tidak dapat disampaikan melalui media tertentu. Pada kasus tersebut, Scott Fahlman, seorang ilmuwan komputer yang berasal dari Carnegie Mellon memperkenalkan emoticon pertama kalinya berupa senyuman pada tanggal sembilan belas september tahun 1982. Pada saat itu Fahlman memperhatikan percakapan melalui pesan elektronik yang digunakan oleh staf untuk berkomunikasi pada awal delapan puluhan. (*New York Times*). 2014

Dia menemukan ada suatu hal yang membuat percakapan itu berjalan kurang lancar, seperti lelucon yang hilang, maksud yang disalahartikan, dan omelan tak perlu yang mengaburkan diskusi. Fahlman yang saat itu berusia tiga puluh tahunan membuat cara sederhana dan legendaris yaitu dengan mengatakan “Jika menyatakan sesuatu yang lucu atau ironis, beri label komentar dengan wajah tersenyum yang terbuat dari titik dua, tanda kurang, dan tanda kurung”. Emoticon itu pun menyebar dengan cepat ke universitas lain, dan kemudian merambah ke e-mail dan hingga ke seluruh dunia. “Salah satu problem utama dalam komunikasi teks adalah cara komunikasi yang jauh berbeda daripada berbicara secara langsung, dengan orang lain”, kata seorang ahli bahasa komputer Thler Schneobelen dalam tesisnya tentang *emotikon* di Stanford.

Seperti yang kita ketahui bahwa komunikasi yang dilakukan di suatu sistem digital berupa pesan dapat menjadikan interaksi tersebut menjadi suatu komunikasi yang tidak ekspresif tanpa adanya fitur emoji, maka hal tersebut dapat menyulitkan bagi komunikator dan komunikan, karena tanpa adanya emoji yang mewakili ekspresi, cukup sulit untuk mengidentifikasi suatu perasaan hanya dengan pengungkapan kata maupun kalimat oleh komunikator, sehingga hal tersebut dapat menyebabkan sang komunikan sulit untuk menginterpretasikan atmosfer interaksi dalam komunikasi pesan tersebut dan berujung pada kesalah fahaman persepsi yang diterima sehingga interaksi menjadi kurang efektif.

Pada dasarnya setiap manusia memiliki suatu kecenderungan untuk mempersepsikan sesuatu berdasarkan kebutuhan, keinginan, sikap, dan beberapa faktor psikologis lainnya. Hal tersebut yang akhirnya menyebabkan sebuah pesan dapat diinterpretasikan secara berbeda oleh seorang yang berbeda. Seorang komunikator tidak selalu bisa menjamin bahwa setiap pesan teks yang ia sampaikan akan memiliki ketepatan makna saat diterima oleh lawan bicara. Oleh sebab itulah beberapa perusahaan-perusahaan yang aplikasi perpesanan mencoba untuk meminimalisir beberapa kesalahan persepsi yang mungkin saat berkomunikasi secara teks. Beberapa diantara upaya yang dilakukannya adalah dengan menyediakan fitur yang menampilkan bentuk ekspresi wajah atau karakter seseorang untuk mewakili perasaan yang sedang dirasakan oleh pengirim dengan sebutan *emoticon* atau emoji.

Emoji sendiri merupakan adopsi bahasa dari bahasa jepang yang memiliki arti “gambar berkarakter”, jadi emoji merupakan sebuah fitur yang disediakan aplikasi perpesanan tertentu berupa simbol grafis atau ideogram yang mempresentasikan berupa ekspresi wajah, emosi, ide, perasaan, konsep, dan beberapa objek seperti kendaraan, cuaca, bangunan, bintang, makanan, pekerjaan, aktivitas, tumbuhan, maupun simbol-simbol tertentu. Dengan adanya fitur emoji diharapkan para pengguna dapat terbantu dalam memudahkan komunikasi melalui teks tulis antar individu, apabila pengguna ingin mengirim sebuah pesan berupa teks, pengguna dapat menyertakan tombol atau karakter emoji yang yang menggambarkan keadaan dirinya saat itu. Disisi lain, penerima pesan yang menerima pesan tersebut akan dapat dengan mudah menerima deskripsi keadaan sang pengirim pesan dengan lebih baik sehingga interaksi yang dilakukan kedua belah pihak terasa lebih hidup dan tidak terkesan hambar.

2. Metode Penelitian

Strategi pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian survei. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan angket atau kuisioner sebagai alat bantu dalam pengumpulan data. Menurut Sugiyono (2018) metode survey adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologi dan psikologis dari sampel. Dengan mengumpulkan 100 partisipan atau responden yang mencakup pelajar, mahasiswa dan pegawai, dengan rentan usia 16-35 tahun. Partisipan diminta untuk mengisi kuisioner dengan judul “Efektivitas Penggunaan Emoji Dalam Komunikasi Digital” yang dibagikan melalui pesan *broadcast whatsapp* dan status *whatsapp*. Hasil dari kuisioner tersebut kemudian dianalisis menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif mengacu pada pandangan filsafat positivisme. filsafat positivisme memandang suatu bahwa fenomena dalam penelitian dapat diklasifikasikan, relatif tetap, konkrit, teramati, terukur, dan hubungan gejala bersifat sebab akibat.

Penelitian ini menggunakan teori uses and gratifications. Teori ini dikemukakan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974. Teori ini menjelaskan bahwa pengguna media memiliki peran aktif untuk memilih dan menggunakan suatu media sebagai perantara kebutuhan penyampaian informasi. Pengguna media diharuskan untuk mencari sumber media yang paling relevan di dalam usaha untuk memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori uses and gratification mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memenuhi kebutuhannya.

Selain itu menggunakan metode survei dengan kuisioner sebagai alat bantu pengumpulan data, dalam penelitian ini peneliti juga melakukan observasi atau pengamatan langsung terhadap kebiasaan orang-orang menggunakan emoji dalam bersosial media. Peneliti juga mengambil referensi dari beberapa jurnal yang membahas tentang penggunaan emoji dalam komunikasi serta keefektifan emoji dalam pengekspresian emosi untuk menyampaikan pesan.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan emoji

Berikut beberapa alasan empiris untuk selalu menggunakan emoji di semua percakapan:

1. Membuat seseorang lebih populer di media sosial. Hal ini diungkapkan oleh Simo Tchokni dari Universitas Cambridge. “Kebanyakan orang yang berpengaruh sering menggunakan emoji dalam percakapan di media sosial, terutama emoji-emoji yang menunjukkan emosi positif”. Fakta tersebut tertera pada kesimpulan penelitian yang melibatkan lebih dari 30 juta kicauan di Twitter.
2. Sebagai ekspresi wajah asli manusia. Owen Churches dari Universitas Flinders menemukan, ketika seseorang melihat emoji “senyum”, bagian spesifik otak akan mengidentifikasi emoji itu seperti ketika melihat ekspresi senyum manusia asli. Namun, hal ini hanya berlaku pada format emoji yang ditulis dari kiri ke kanan. Misalnya untuk menggambarkan “senyum”, lebih baik menulis “J” dibandingkan “(.”.
3. Mencairkan komunikasi yang formal Seringkali kita menganggap penggunaan emoji tidak pas digunakan pada situasi formal, seperti berbincang dengan atasan atau rekan bisnis. Namun, hasil penelitian dari Universitas Missouri mengungkap fakta sebaliknya. Penelitian menyebutkan, ketika seseorang menyisipkan emoji “senyum” pada surat lamaran kerja, penerima surat lamaran akan lebih tertarik terhadap si pelamar.

4. Memperhalus kritik Hasil studi penelitian menemukan, ketika atasan mengkritik kerja bawahannya dengan menggunakan emoji, bawahan cenderung menerima kritik tersebut dengan lebih baik dan akan berusaha mengubah diri.

5. Membuat lebih terbuka Sebuah studi pada 2008 menyebutkan, pengguna emoji akan mengalami efek positif. Di antaranya lebih terbuka dalam interaksi personal, menyerap lebih banyak informasi, serta menjadi lawan bicara yang menyenangkan.

Percakapan di media sosial secara pribadi ataupun kepada publik kini tak lepas dari penggunaan emoji. Sebagai media untuk mengekspresikan perasaan secara online, emoji memiliki banyak pilihan gambar dan bentuk yang cukup unik. Namun, jika digali lebih jauh lagi, emoji bukan hanya ikon-ikon unik yang tersedia di handphone. Fenomena ini ternyata dapat dilihat dari segi psikologis, loh. Untuk mengetahuinya lebih lanjut, mari kenali kepribadian orang yang suka pakai emoji berikut ini.

1. Menyiratkan energi yang sama dengan orang lain saat berkomunikasi.

Kepribadian orang yang suka pakai emoji adalah dapat menyiratkan energi yang sama dengan orang lain saat berkomunikasi di media sosial. Hal ini telah diteliti dalam *Journal Trends on Cognivite Siences* pada tahun 2017. Penggunaan emoji juga dapat dikatakan sebagai sebuah ungkapan perasaan orang lain terhadap suatu topik yang sedang dibicarakan. Perasaan akan terlihat jelas dari emoji yang dikirimkan.

2. Lebih mudah didekati dan berempati kepada orang lain

Selanjutnya, kepribadian orang yang suka pakai emoji adalah lebih mudah didekati dan berempati kepada orang lain. Emoji ini menjadi sarana pendekatan kepada seseorang saat berinteraksi dengan orang lain. Dengan menggunakan emoji yang menyenangkan, kita merasa dekat dengan orang lain. Dalam kehidupan nyata, penggunaan ekspresi wajah dan gerakan tangan menjadi pokok terpenting dalam berkomunikasi dengan orang lain. Namun, di dalam dunia media sosial, emoji memainkan peran penting untuk mengungkapkan ekspresi.

3. Melunakkan nada kalimat dalam percakapan

Emoji dapat melunakkan nada kalimat saat berinteraksi dengan orang lain. Dengan emoji, beberapa orang lebih nyaman untuk berkomunikasi. Penggunaan emoji juga dapat berfungsi sebagai pengganti kata-kata atau menyalurkan ekspresi senang, sedih, atau kecewa kepada orang lain. Selain itu, emoji juga dapat mengubah makna kalimat menjadi lebih baik karena dapat memperjelas maksud orang lain saat ingin memberikan respon. Jadi, orang yang menggunakan emoji terkesan lebih menghargai lawan bicaranya dan pengertian.

3.2 Hasil dan Pembahasan Kuisisioner

Berdasarkan dari metode penelitian yang kita gunakan sebelumnya, terdapat seratus partisipan yang bersedia mengisi kuisisioner berupa G-Form tersebut. Partisipasinya diberikan 7 pertanyaan dan dipandu untuk mengisi kuisisioner menggunakan skala linear dengan ketentuan sebagai berikut:

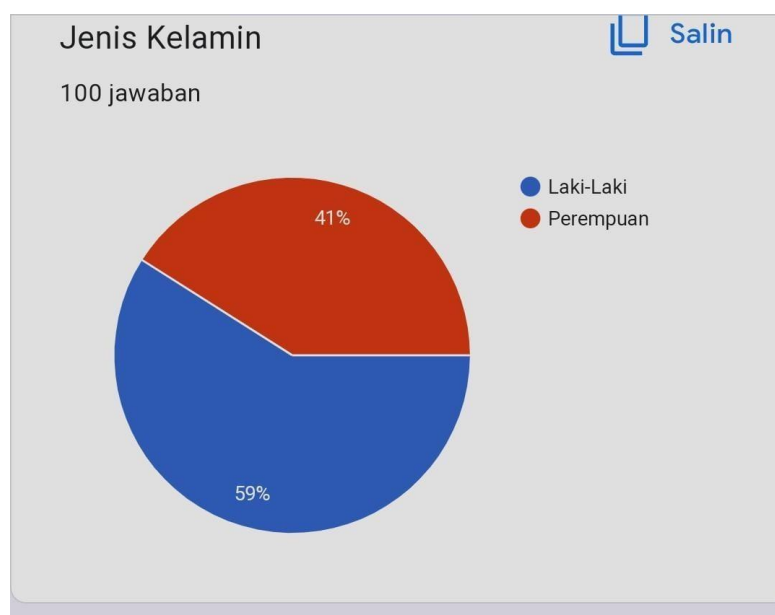
- Skala 1 = Sangat Setuju (SS)
- Skala 2 = Setuju (S)
- Skala 3 = Netral (N)
- Skala 4 = Tidak Setuju (TS)
- Skala 5 = Sangat Tidak Setuju (STS)

7 pertanyaan yang diajukan kepada para partisipan, diantaranya adalah :

1. Saya merasa emoji merupakan fitur yang wajib di media sosial

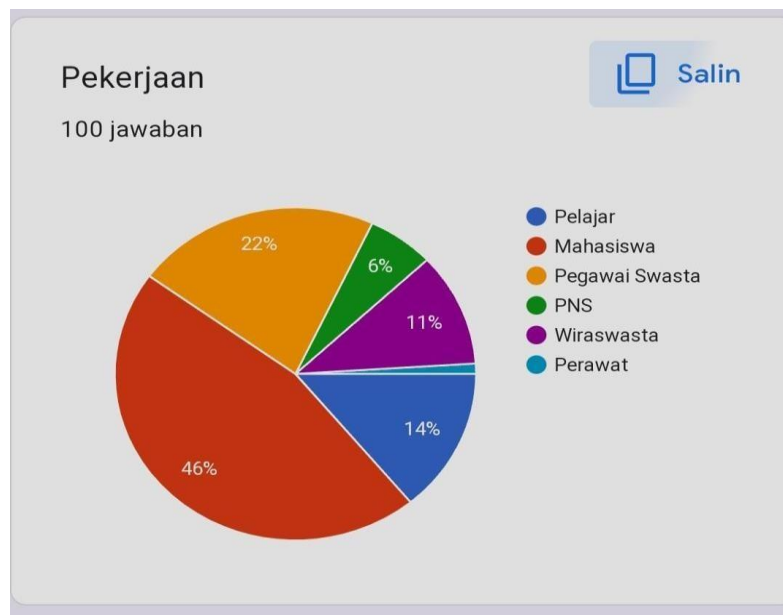
2. Saya selalu menambahkan emoji ketika berkomunikasi di media sosial
3. Dengan menggunakan emoji saya merasa pesan menjadi lebih hidup
4. Saya merasa lebih ekspresif ketika menggunakan emoji pada saat berinteraksi dengan teman di media sosial
5. Saya merasa emosi saya bisa tersampaikan dengan menambahkan emoji
6. Saya merasa lebih memahami pesan seseorang jika menggunakan emoji
7. Saya merasa emoji bisa memudahkan saya untuk memahami pesan

Dari data yang terlampir, kuisisioner yang telah diisi oleh para partisipan merupakan kuisisioner yang mencakup umur antara 15-35 tahun keatas, namun sebagian besar mereka yang mengisi kuisisioner tersebut merupakan partisipan yang memiliki rentan umur antara 15-20 tahun. Kemudian untuk presentasi jenis kelamin para partisipan, terdapat 100 partisipan dengan rincian 59% diantaranya adalah seorang laki-laki dan 41% sisanya merupakan seorang perempuan.



Gambar 3.1 Data – partisipan kuisisioner

Mayoritas diantara mereka merupakan seorang mahasiswa dengan presentasi sebesar 46% partisipan mahasiswa, 22% merupakan pegawai negeri sipil, 14% pelajar, 11% berprofesi sebagai wiraswasta, 6% merupakan PNS, dan satu orang adalah perawat. karena penulis sebagai pembagi kuisisioner juga merupakan mahasiswa sehingga lingkaran pergaulan dari penulis sendiri kebanyakan merupakan anak muda yang sedang menjalani masa pendidikan.

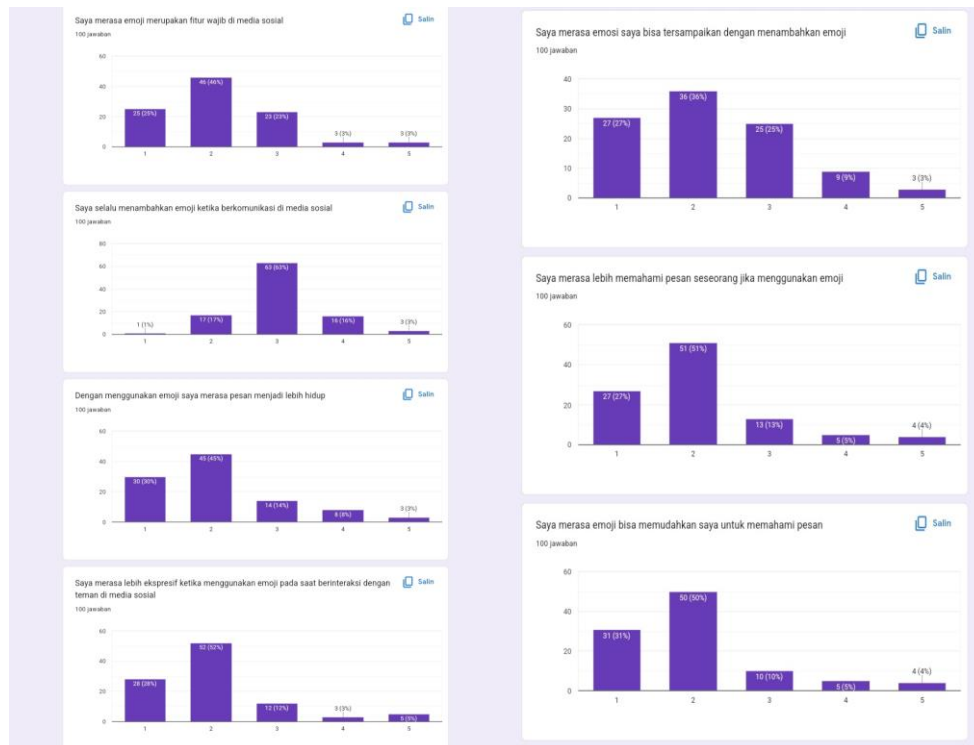


Gambar 3.2 Data – partisipan kuisisioner

Berikut merupakan data yang terlampir pada kuisisioner yang telah terisi:

1. Sebagian besar partisipan kuisisioner sepakat bahwa emoji merupakan fitur yang wajib di sediakan di media sosial.
2. Sebagian besar partisipan kuisisioner berpendapat bahwa mereka tidak selalu menambahkan emoji ketika berkomunikasi, sebagian lagi ada yang sering menggunakan fitur tersebut dan sebagian lagi jarang menggunakan fitur tersebut
3. Sebagian besar partisipan setuju bahwa dengan adanya fitur emoji pada media sosial maka interaksi menjadi lebih terasa hidup
4. Sebagian besar partisipan setuju bahwa mereka merasa lebih ekspresif saat berinteraksi menggunakan emoji
5. Sebagian besar partisipan setuju bahwa mereka dapat menyalurkan emosi yang dirasakan dengan lebih baik saat menggunakan fitur emoji
6. Sebagian besar partisipan setuju bahwa mereka merasa lebih mudah memahami seseorang yang menggunakan fitur emoji saat berikirim pesan
7. Sebagian besar partisipan setuju bahwa fitur emoji dapat memudahkan memahami pesan baik oleh pengirim maupun dari penerima pesan





Gambar 3.3 Data - partisipan kuisisioner

Efektivitas interaksi saat berkirim pesan via teks tanpa emoji dimana berdasarkan hasil kalkulasi data diatas dapat diketahui bahwa skor tingkat keefektifan komunikasi di media sosial saat menggunakan saat menggunakan emoji atau tanpa emoji sangat berpengaruh. Hal tersebut dapat terjadi karena pesan berupa teks tertulis saja tidak cukup untuk menjadikan atmosfer interaksi di media tersebut menjadi intense. Sesuai dengan Sarbaugh dan Feldman ungkapkan bahwa komunikasi via teks akan menyulitkan pengirim pesan dalam mengungkapkan emosinya, juga menyulitkan penerima pesan dalam mempersepsi makna pesan. Karena sebuah pesan teks tidak dapat menampilkan berupa pesan-pesan nonverbal seperti ekspresi wajah dan gerak tubuh.

3.2 Percobaan mengukur tingkat efektivitas komunikasi saat melakukan chatting tanpa Emoji



Gambar 3.4 Pesan frontal subjek kepada komunikator

Saat pesan telah tersampaikan, maka para pengguna akan menginterpretasi pesan yang terkirim tersebut. Interpretasi sendiri merupakan tahap ketiga dari suatu proses persepsi setelah seleksi dan organisasi. Di tahap tersebutlah pengguna dapat menginterpretasikan sebuah kata atau kalimat secara berbeda dengan pengguna lain. Dalam penelitian ini, subjek merupakan sosok yang tidak mengenal akrab atau tidak terlalu mengenal komunikator dengan baik karena subjek yang dimaksud merupakan kenalan yang komunikator peroleh dari IG. Berlandaskan hubungan subjek dengan komunikator yang tidak terlalu dekat dan baru kenal melalui media sosial saja, maka subjek belum mengetahui kepribadian dan gaya yang dimiliki sang komunikator dengan pasti. Karena alasan tersebut, maka komunikator hanya bisa menginterpretasikan subjek berdasar dari pesan yang ia kirim, dan ketika subjek mendapat pesan seperti pada gambar 3.2 menjadikan pengirim atau komunikator akan menyimpulkan bahwa subjek terkesan kasar, frontal, dan terkesan tidak ramah kepada orang lain.

Saat memperoleh pesan seperti pada gambar 3.2, komunikator akan menilai bahwa hal tersebut merupakan penolakan terhadap rasa sukanya kepada subjek secara kasar. Atas hal tersebut sang komunikator pun juga akan merasa bahwa harga dirinya merasa direndahkan dan kembali memberikan tanggapan yang negatif atas apa yang subjek telah perbuat kepada komunikator. Sehingga pada peristiwa tersebut akan memiliki akhir cerita yang tidak mengenakkan dan akan menjadikan hubungan antara komunikator dan subjek menjadi canggung dan renggang.

Akan tetapi kejadian tersebut akan memiliki akhir cerita yang berbeda apabila subjek memberikan cara respon yang berbeda dari sebelumnya, yaitu menambahkan fitur emoji tertawa (laugh emoji) pada akhir pesan yang ia sampaikan. Sehingga hal tersebut dapat mencairkan suasana yang awalnya terlihat serius dan kaku menjadi hangat dan asyik. Pada akhirnya perbedaan persepsi antara kedua belah pihak membuat skor kesamaan persepsi menjadi rendah, sehingga interaksi pun menjadi jauh kurang efektif. Tidak adanya fitur emoji yang digunakan ternyata menjadi tolak ukur efektivitas interaksi yang berlangsung.

3.3. Percobaan mengukur tingkat efektivitas komunikasi saat melakukan chatting dengan menggunakan Emoji

Pada percobaan kali ini, komunikator mencoba untuk berinteraksi dengan subjek dari yang berbeda, komunikator berinteraksi dengan subjek yang sedang membahas game onlinenya berjudul game Dota2. Yang mana pada percobaan kali ini, yang seharusnya atmosfer interaksi antara kedua belah pihak merupakan interaksi yang panas atau saling menyinggung, namun karena mereka menyampaikan dengan cara atau persepsi yang berbeda maka atmosfer suasana pembicaraan pun menjadi terkesan fun.



3.5. pesan yang terkesan lebih ramah dan asyik dalam obrolan dengan menggunakan fitur emoji

Pada percobaan kali ini, komunikator mencoba untuk berinteraksi dengan subjek dari yang berbeda, komunikator berinteraksi dengan subjek yang sedang membahas game onlinenya berjudul game Dota2. Yang mana pada percobaan kali ini, yang seharusnya atmosfer interaksi antara kedua belah pihak merupakan interaksi yang panas atau saling menyinggung, namun karena mereka menyampaikan dengan cara atau persepsi yang berbeda maka atmosfer suasana pembicaraan pun menjadi terkesan fun.

Dalam perbincangan tersebut, sang subjek bisa saja menyalahkan perbuatan yang dilakukan komunikator, karena hal tersebut berimbas kepada kekalahan permainan yang mereka anggap cukup kompetitiv. Namun meski kata yang dilontarkan oleh sang subjek, namun perbincangan tersebut masih dapat terlihat asyik dan tidak menyinggung. Karena penggunaan fitur emoji yang tepat sehingga membuat obrolan menjadi lebih efektif dari percobaan yang sebelumnya..

Gambar gambar yang tersurat tersebut, dapat menyampaikan makna secara dalam, karena secara tidak langsung hal tersebut dapat membuat lawan bicara menginterpretasikan sesuatu yang benar. Karena itu fitur emoji memiliki dampak yang cukup signifikan dalam proses perbincangan sama seperti intonasi dan ekspresi wajah saat berbicara secara langsung. Emoji merupakan fitur yang dapat disampaikan secara nonverbal yang memiliki nilai sama pentingnya dengan intonasi dan ekspresi ketika berbicara secara langsung atau face to face.

Salah satu alasan pentingnya pesan nonverbal ialah pesan nonverbal memiliki fungsi metakomunikatif yang amat diperlukan dalam mencapai komunikasi yang berkualitas tinggi. Maksud dari metakomunikatif itu sendiri ialah mampu memberi informasi lebih untuk memberikan penjelasan maksud dan makna suatu pesan teks. Dengan hal tersebut penerima pesan bisa menerjemahkan pesan yang terkirim dengan lebih baik saat menggunakan fitur emoji.

3.4 Pengaruh penggunaan emoji terhadap pemahaman suatu pesan

Dengan mengontrol kondisi mood dan usia subjek maupun komunikator, hasil dari kedua percobaan tersebut seperti pada gambar 3.2 dan 3.3 membuktikan bahwa ada perbedaan yang sangat tampak atau signifikan pada efektivitas komunikasi kelompok yang menggunakan emoji dengan kelompok yang tanpa menggunakan emoji. Hal itu menunjukkan bahwa keberadaan emoji memiliki efek atas efektivitas komunikasi dan mampu meningkatkan efektivitas komunikasi teks via media social manapun (dalam konteks diatas merupakan media social berupa *WhatsApp*)

Emoji yang diterapkan pada kelompok percobaan ditunjukkan berupa pesan nonverbal dengan fungsi kontradiksi dan komplemen. Pada gambar terdapat 3.3 pesan beremoji yang dikirim subjek kepada komunikator. Di pesan kedua emoji tersebut berfungsi sebagai kontradiksi terhadap pesan verbal, karena dapat menginterpretasikan kesan seolah menyalahkan komunikator dengan cara yang kasar, namun karena upaya subjek mencoba untuk membendung perasaan komunikator, maka ia menambahkan fitur emoji pada pesan yang ia sampaikan. Sehingga pesan tersebut memiliki kesan yang tidak menyinggung. Kemudian pada pesan ke enam yang dikirim subjek. Kata *tolol* seharusnya menjadi kata kasar yang menyinggung hati seseorang, namun pada kasus tersebut kata *tolol* tidak nampak berusaha untuk menyinggung komunikator karena subjek menambahkan fitur emoji yang sesuai dengan pemakaian, sehingga pada kata *tolol* tersebut tidak terkesan kasar namun lebih mengarah ke candaan. Namun hal tersebut akan bermakna berbeda apabila kata *tolol* tidak ditambahkan fitur emoji. Seperti pada gambar 3.2 pada pesan ke tiga yang dikirim subjek kepada komunikator, kata tersebut memiliki kesan yang frontal dan kasar karena subjek tidak memiliki upaya untuk menjaga perasaan komunikator

3.5. Kontak mata langsung mempengaruhi komunikasi

Kontak mata merupakan hal yang penting dalam melakukan komunikasi, karena dengan melakukan kontak langsung dapat mengurangi risiko kesalahpahaman dalam komunikasi. Dalam melakukan komunikasi apabila seseorang memalingkan pandangan atau menghindari kontak mata dapat disimpulkan bahwa seseorang itu mungkin tidak suka dengan kita atau dengan apa yang kita bicarakan, tidak nyaman, merasa malu atau memang orang tersebut tidak ramah. Selain itu ekspresi seseorang juga dapat menunjukkan emosi yang ingin diungkapkan. Emosi yang dimaksud seperti bahagia, marah, sedih, terharu, dan lain lain. Perbedaan emosi seseorang dapat kita simpulkan dengan jelas ketika kita melakukan kontak mata secara langsung.

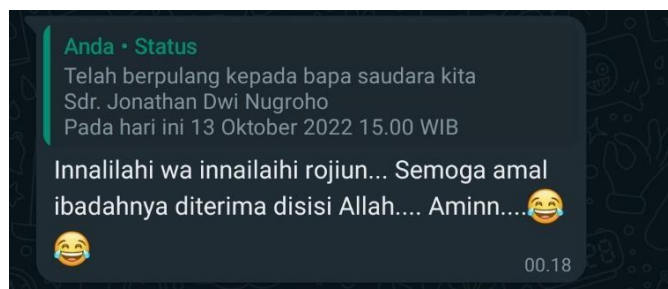
3.6. Emoji mengubah persepsi seseorang

Setiap orang memiliki persepsinya sendiri – sendiri. Setelah menerima pesan biasanya mereka akan menafsirkan pesan tersebut sesuai dengan persepsinya sendiri. Pada kondisi ini memungkinkan penafsiran sebuah kata atau kalimat seseorang akan berbeda dengan penafsiran orang lain. Perbedaan penafsiran ini memungkinkan terjadinya kesalahpahaman antar individu sehingga menjadikan kegiatan komunikasi menjadi kurang efektif.

Penggunaan emoji pada suatu percakapan atau suatu perkataan dalam komunikasi digital dapat mempengaruhi persepsi seseorang secara signifikan. Pengaruh ini mampu meningkatkan tingkat efektivitas komunikasi digital. Meskipun untuk menyamakan persepsi antara dua orang bukan hal yang mudah, namun dengan menggunakan emoji ini dapat membantu mengurangi kemungkinan salah paham. Melalui penelitian ini terbukti bahwa penggunaan emoji mampu memberikan pengaruh terhadap proses komunikasi.

3.7. Emoji sebagai pengekspresian emosi dalam komunikasi digital

Emoji dianggap mampu mengekspresikan emosi kita dalam komunikasi digital oleh beberapa orang. Emoji sebagai penanda emosi dianggap memiliki banyak pilihan dan mudah untuk digunakan serta dipahami. Emoji menjadi fitur yang sering digunakan oleh masyarakat untuk mengekspresikan emosinya di sosial media. Penggunaan emoji menjadikan percakapan atau ungkapan seorang menjadi lebih ekspresif, selain itu dengan menambahkan emoji pada percakapan dinilai dapat menghidupkan suatu obrolan.



Gambar 3.6 kesalahan penafsiran emoji

Meskipun dianggap mampu mengekspresikan emosi dalam komunikasi digital, emoji masih belum bisa menggantikan pesan nonverbal dalam interaksi secara langsung karena dengan interaksi secara langsung maka emosi yang diungkapkan merupakan emosi alami tiap individu. Meskipun memiliki banyak variasi ternyata emoji tidak dapat mewakili keseluruhan emosi pengguna. Dalam beberapa kasus, ada beberapa orang yang salah dalam menafsirkan suatu emoji. Seperti pada gambar 3.4 pengirim pesan menambahkan emoji tertawa padahal pada saat itu sedang dalam suasana berduka. Kesalahan penggunaan emoji ini dapat menjadikan mengganggu pemahaman suatu pesan sehingga proses komunikasi menjadi kurang efektif.

3.8. Penggunaan emoji dan efektivitas komunikasi

Kebiasaan menambahkan emoji dalam pesan teks telah menjadi kebiasaan bagi beberapa kalangan karena merasa emoji dapat mewakili emosi mereka dan merekatkan hubungan antar individu. Suatu pesan yang ditambahkan emoji menjadikan pesan tersebut mudah dipahami oleh seseorang. Hal ini sesuai dengan hasil kuisisioner yang menggambarkan 65,2% setuju dengan pernyataan tersebut. Penggunaan emoji dalam suatu pesan mampu membantu mengurangi ambiguitas dan kesalahpahaman suatu pesan.



Gambar 3.7 Bentuk – bentuk emoji

Persentase pengaruh penggunaan emoji terhadap efektivitas penyampaian suatu pesan yang tinggi ini dapat terjadi karena penambahan emoji ke dalam suatu pesan dapat mempengaruhi

persepsi seseorang terhadap pesan tersebut. Emoji disini berfungsi sebagai penjelas atau penunjuk ekspresi wajah atau emosi seseorang secara online. Emoji dibuat semirip mungkin dengan ekspresi wajah fisiologis manusia. Sehingga dapat disimpulkan emoji merupakan salah satu pesan nonverbal dalam komunikasi digital.

Dalam penggunaan emoji tidak boleh sembarangan, penggunaan emoji harus memperhatikan situasi dan kondisi. Dalam menggunakan emoji kita diharuskan berhati-hati terhadap jika lawan komunikasi belum saling mengenal. Ketika menerima pesan dengan dari seseorang yang tidak kenal, orang-orang cenderung akan menimbulkan rasa kurang nyaman atau mungkin mengganggu. Oleh karena itu, sebelum menggunakan emoji lawan komunikasi diharuskan memahami maksud dari emoji yang akan ditambahkan dengan baik sehingga tidak akan menimbulkan kesalahpahaman. Penggunaan emoji yang salah pasti akan menyebabkan perbedaan persepsi, sebaliknya jika penggunaan emoji tepat dan disampaikan kepada orang yang tepat maka akan membantu lawan komunikasi untuk memahami pesan yang disampaikan dan juga mengurangi kesalahpahaman pada saat melakukan komunikasi.

4. Kesimpulan

Penggunaan emoji pada suatu percakapan atau suatu perkataan dalam komunikasi digital dapat mempengaruhi persepsi seseorang secara signifikan. Pengaruh ini mampu meningkatkan tingkat efektivitas komunikasi digital. Meskipun untuk menyamakan persepsi antara dua orang bukan hal yang mudah, namun dengan menggunakan emoji ini dapat membantu mengurangi kemungkinan salah paham. Melalui penelitian ini terbukti bahwa penggunaan emoji mampu memberikan pengaruh terhadap proses komunikasi.

Melalui ekspresi wajah yang kita miliki, kita dapat menyampaikan sesuatu pesan tersendiri kepada lawan bicara kita tanpa perlu mengeluarkan kata kata sedikitpun. Dalam berinteraksi atau berkomunikasi kepada lawan bicara, secara *face to face* maupun secara pesan tertulis di media sosial, emoji atau ekspresi yang paling sering digunakan diantaranya adalah : gembira, marah, tertawa, sedih, dan bersalah. Interaksi yang ekspresif memiliki peran penting dalam mengatur suasana interaksi, oleh karenanya fitur emoji yang disediakan di komunikasi digital merupakan sesuatu yang penting untuk di sediakan. Penggunaan emoji tidak boleh sembarangan, penggunaan emoji harus memperhatikan situasi dan kondisi. Sebelum menggunakan emoji lawan komunikasi diharuskan memahami maksud dari emoji yang akan ditambahkan dengan baik sehingga tidak akan menimbulkan kesalahpahaman. Penggunaan emoji yang salah pasti akan menyebabkan perbedaan persepsi, sebaliknya jika penggunaan emoji tepat dan disampaikan kepada orang yang tepat maka akan membantu lawan komunikasi untuk memahami pesan yang disampaikan dan juga mengurangi kesalahpahaman pada saat melakukan komunikasi.

5. Daftar Pustaka

- [1] Tandyonomanu, D. (2018). Emoji: representations of nonverbal symbols in communication technology. In *IOP Conference series: materials science and engineering* (Vol. 288, No. 1, p. 012052). IOP Publishing.
- [2] Pranata, A. (2014). Ekspresi emosi melalui computer mediated communication pada pengguna Social network sites di kota surabaya. *Jurnal E-komunikasi*, 2(3).
- [3] Zain, N. M., & Isam, H. (2019). Emoji dan ekspresi emosi dalam kalangan komuniti siber. *PENDETA*, 10, 12-23.
- [4] Subakti, R. A. (2019). Emoji untuk meningkatkan efektivitas komunikasi Whatsapp (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- [5] 5 Lamirin, L., & Suryanti, S. (2021). Penggunaan dan Pemahaman Emoji Whattsap di Kalangan Guru. *Jotika Journal in Education*, 1(1), 25-28.

- [6] Huda, D. P. A. (2017). Motivasi Penggunaan Emoji pada Whatsapp dan Kepuasan dalam penyampaian pesan. *Sebelas Maret*.
- [7] Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta
- [8] Daniar Paramita, R. W., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 3.