

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi merupakan aspek fundamental dalam interaksi sosial manusia. Dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi berperan sebagai sarana utama untuk menyampaikan informasi, gagasan, serta ekspresi emosi kepada orang lain. Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara manusia berkomunikasi, di mana media sosial dan aplikasi pesan instan seperti WhatsApp, Instagram, dan Facebook kini menjadi sarana utama dalam pertukaran informasi.

Menurut Bernard Berelson dan Gary A., komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, serta keterampilan melalui berbagai simbol, seperti kata-kata, gambar, grafik, dan bentuk visual lainnya. Sementara itu, Harold D. Lasswell merangkum komunikasi sebagai suatu proses yang melibatkan siapa yang berbicara, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa, serta dampak yang dihasilkan. Dari berbagai pandangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian informasi dari komunikator kepada komunikan melalui berbagai media atau simbol (Purba & Banjarnahor, 2022).

Salah satu tantangan dalam komunikasi digital adalah hilangnya elemen nonverbal yang dapat memengaruhi kejelasan pesan. Perubahan tersebut memunculkan bentuk komunikasi baru yang tidak hanya mengandalkan teks, tetapi juga simbol-simbol visual, salah satunya adalah emoji. Emoji hadir sebagai bentuk komunikasi simbolik untuk menggantikan ekspresi emosional yang tidak tersampaikan dalam komunikasi berbasis teks. Simbol-simbol ini membantu pengguna menambahkan nuansa emosi dalam pesan mereka, memperjelas makna, dan menghindari potensi kesalahpahaman.

Smartphone kini bukan sekadar alat komunikasi dasar, tetapi telah menjadi bagian integral dari kehidupan manusia. Selain untuk menelepon dan mengirim pesan, pengguna kini dapat mengakses berbagai layanan seperti media sosial, berita, email, dan layanan lainnya. Hal ini memungkinkan orang untuk tetap terhubung tanpa terhalang oleh jarak, ruang, dan waktu. Kemajuan teknologi ini mengubah pola interaksi sosial dan cara manusia memperoleh informasi, menjadikan komunikasi lebih efisien dan dinamis dalam berbagai aspek kehidupan.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) melaporkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa. Sejak tahun 2018, penetrasi internet di Indonesia

mengalami peningkatan, yaitu 64,8% pada 2018, kemudian meningkat menjadi 73,7% pada 2020, 77,01% pada 2022, dan 78,19% pada 2023. Dan berdasarkan survei terbaru 2024, tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 79,5%, mengalami peningkatan besar 1,4% dibandingkan periode sebelumnya (Haryanto, 2024). Komunikasi digital kini menjadi sarana utama dalam berinteraksi, baik secara personal maupun dalam mengakses berbagai informasi.

Dalam interaksi ini, emoji berperan penting dalam menyampaikan ekspresi emosi, memperjelas makna pesan, dan menghindari kesalahpahaman. Emoji merupakan elemen komunikasi visual yang dirancang untuk memperjelas ekspresi emosi dalam percakapan digital, menggantikan emotikon yang berbasis teks yang lebih sederhana. Tanpa emoji, pesan teks cenderung kurang ekspresif dan rentan disalahartikan. Dalam hal ini, emoji menjadi bagian penting dalam komunikasi simbolik yang artinya sekelompok manusia yang menyepakati lambang tertentu (Efendi et al., 2023).

Sebagai bagian dari komunikasi simbolik, emoji memiliki kemampuan dalam menyampaikan makna yang bervariasi tergantung pada konteks, budaya, dan identitas sosial penggunanya. Salah satu aspek penting dalam melihat penggunanya adalah perspektif gender. Gender dapat

memengaruhi cara seseorang mengekspresikan emosi, memilih jenis emoji tertentu, dan memahami makna simbol emoji. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa perempuan cenderung lebih ekspresif dalam menggunakan emoji untuk menunjukkan emosi, sedangkan laki-laki menggunakan emoji secara lebih fungsional dan terbatas (Damasemil, 2021).

Secara psikologis, setiap individu memiliki kecenderungan untuk mempersepsikan sesuatu berdasarkan berbagai faktor seperti kebutuhan, keinginan, dan sikap pribadi. Hal ini menyebabkan perbedaan interpretasi terhadap suatu pesan, tergantung pada perspektif masing-masing individu. Seorang komunikator tidak dapat sepenuhnya menjamin bahwa makna pesan yang disampaikan akan diterima secara tepat oleh lawan bicara. Emoji tidak hanya memperkuat pesan digital, tetapi juga mencerminkan identitas sosial berdasarkan gender dan usia. Perempuan dan Gen Z lebih cenderung menggunakan emoji yang mengekspresikan perasaan seperti 😍 (wajah jatuh cinta) atau 😞 (menangis sedih), sedangkan laki-laki dan millennials cenderung memilih emoji yang mengekspresikan aksi atau kekuatan seperti 💪 (otot semangat) atau 👍 (jempol setuju) (Jenny Helvira dkk, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa faktor gender dapat memengaruhi pola penggunaan emoji dan interpretasinya dalam komunikasi digital.

Saat ini penggunaan emoji sangatlah populer karena dianggap mampu menggantikan sebagian dari ekspresi nonverbal yang hilang dalam komunikasi digital. Misalnya, emoji api dapat digunakan untuk menunjukan sesuatu yang keren atau menarik, emoji menangis bisa mengekspresikan kesedihan atau empati, dll. Sebagai contoh, penggunaan emoji wajah dengan mata berukuran besar 😲 (terkejut) yang dimaksudkan untuk mengekspresikan keterkejutan atau marah dapat diinterpretasikan secara berbeda di berbagai budaya. Dalam beberapa masyarakat Timur, emoji ini dapat dianggap sebagai bentuk serangan personal atau ekspresi kemarahan berlebihan. (Swarna et al., 2024).

Banyak penelitian yang menunjukan bahwa emoji dapat membantu menjelaskan maksud pesan, memperkuat emosi yang ingin disampaikan, serta memperkaya pengalaman komunikasi digital mereka. Terutama di kalangan mahasiswa, bahkan di beberapa kasus, emoji bisa menggantikan kata-kata dan menjadi bentuk komunikasi tersendiri. Namun, penggunaan emoji juga memiliki tantangan, seperti perbedaan persepsi dan pengaruh budaya dalam menafsirkan makna emoji, yang berpotensi menimbulkan kesalahpahaman dalam komunikasi.

Mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali merupakan bagian dari lembaga perguruan tinggi berbasis pesantren, sebagian mahasiswa sedang menempuh pendidikan non

formalnya di pondok pesantren. Mahasiswa merupakan salah satu kelompok yang aktif dalam menggunakan media sosial, terutama dalam menggunakan media sosial dan berkomunikasi melalui platform pesan instan. Mereka terbiasa menggunakan emoji dalam percakapan sehari-hari, baik dalam komunikasi formal maupun informal. Mereka tidak hanya menggunakan media sosial sebagai hiburan tetapi juga untuk aktivitas akademik dan interaksi sosial.

Sebagai generasi digital native, mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali tentu banyak yang menggunakan interaksi digital mereka dalam berbagai bentuk baik di grup diskusi, media sosial, maupun aplikasi pesan instan. Hal ini menunjukkan bahwa kompleksitas komunikasi yang tidak hanya mencakup pertukaran informasi, tetapi juga ekspresi emosi dan identitas diri.

Namun, belum banyak penelitian yang secara spesifik mengkaji bagaimana mahasiswa laki-laki dan perempuan menggunakan emoji untuk mengekspresikan emosi mereka, terutama dalam konteks komunikasi simbolik yang lebih luas. Padahal pemahaman ini penting untuk melihat bagaimana gender memengaruhi gaya komunikasi digital generasi muda. Sebagian besar penelitian sebelumnya hanya berfokus pada deskripsi penggunaan emoji tanpa menelusuri hubungan sebab-akibatnya terhadap ekspresi emosi secara mendalam, terutama dalam konteks

akademik dan sosial mahasiswa. Belum banyak studi yang menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis pengaruh penggunaan emoji dalam komunikasi simbolik, khususnya di lingkungan mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali (UNUGHA). Celah ini menunjukkan pentingnya dilakukan penelitian yang tidak hanya mendeskripsikan, tetapi juga menganalisis secara statistik pengaruh penggunaan emoji terhadap ekspresi emosi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan perspektif baru dalam kajian komunikasi digital berbasis simbol.

Dengan latar belakang tersebut, maka penulis memilih judul "Pengaruh Penggunaan Emoji Terhadap Ekspresi Emosi Dalam Komunikasi Simbolik Ditinjau Dari Perspektif Gender (Studi Kasus Di Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Tahun 2024/2025)" sebagai judul.

B. Batasan Masalah

Agar dalam proses pelaksanaan penelitian ini mempunyai arah yang jelas dan tidak terjadi salah tafsir, maka ruang lingkup permasalahan dari penelitian perlu dibatasi. Batasan penelitian digunakan untuk mempertimbangkan suatu hal yang perlu, dan tidak perlu dicantumkan dalam penelitian, agar peneliti dapat fokus dan lebih mudah sehingga tujuan penelitian tercapai. Dengan demikian, diharapkan masalahnya dapat dikaji secara mendalam

dan terarah. Adapun batasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap sebagai populasi penelitian.
2. Penelitian ini hanya menganalisis penggunaan emoji standar yang terdapat pada *Unicode*. Elemen lain seperti stiker, GIF, dan emotikon tidak dibahas karena memiliki karakteristik yang berbeda.
3. Sampel penelitian dipilih menggunakan *stratified random sampling* dengan stratifikasi berdasarkan gender (laki-laki dan perempuan) dari seluruh fakultas di Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali. Penelitian ini tidak membatasi responden berdasarkan angkatan atau program studi.

C. Definisi Operasional

Untuk mempertegas konsep yang terdapat dalam latar belakang masalah dan menghindari salah paham dalam memaknainya, maka dipandang perlu untuk mempertegas istilah-istilah dalam judul skripsi ini yaitu “Pengaruh Penggunaan Emoji terhadap Ekspresi Emosi dalam Komunikasi Simbolik: Studi Kasus di Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap Tahun 2024/2025” yang dimaksud adalah:

1. Penggunaan Emoji

Penggunaan emoji dalam penelitian ini mengacu pada intensitas dan pola penggunaan emoji dalam komunikasi digital melalui berbagai platform media sosial. Variabel ini mencakup intensitas penggunaan emoji dalam percakapan digital, jenis emoji yang paling sering digunakan mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali, serta motif penggunaan emoji dalam interaksi sosial dan akademik.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, “pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut serta membentuk watak, kepercayaan, dan perbuatan seseorang”. Menurut Sugiono, pengaruh adalah proses perubahan yang terjadi pada individu, kelompok, atau organisasi sebagai hasil interaksi dengan faktor eksternal. Proses ini bisa berlangsung dengan kesadaran atau tanpa disadari, dan bisa terjadi melalui berbagai cara seperti persuasi, paksaan, atau identifikasi (Terbaru, n.d.) Dapat disimpulkan bahwa pengaruh adalah daya atau proses yang mempengaruhi perubahan pada individu, kelompok, atau organisasi melalui interaksi dengan faktor eksternal, yang dapat berlangsung secara sadar maupun tidak, serta terjadi melalui berbagai cara. Pengaruh berperan dalam membentuk watak, kepercayaan, dan perilaku seseorang.

Emoji adalah “karakter bergambar” yang digunakan dalam komunikasi teks untuk menyampaikan ekspresi dan emosi. Emoji pertama kali diciptakan di Jepang pada akhir 1990-an dan dimasukkan ke dalam standar Unicode pada 2009 (Fischer & Herbert, 2021). Kini, emoji semakin menggantikan emotikon dan digunakan secara luas dalam pesan teks, media sosial, dan komunikasi daring lainnya. Emoji awalnya berasal dari emotikon, yaitu bentuk sederhana dari ekspresi wajah yang dapat dibuat melalui keyboard misalnya :-). Kemudian berkembang menjadi berbagai macam ekspresi.

Istilah emoji itu sendiri diadopsi dari kata Jepang "e" mewakili "gambar" dan "moji" berarti "karakter. Yang merupakan fitur dalam aplikasi pesan yang menyediakan simbol grafis atau ideogram. Emoji digunakan untuk merepresentasikan ekspresi wajah, emosi, ide, perasaan, konsep, serta berbagai objek seperti kendaraan, cuaca, bangunan, bintang, makanan, aktivitas, tumbuhan, hingga simbol tertentu. Dalam komunikasi digital, emoji berperan sebagai elemen kebahasaan yang mempengaruhi cara penyampaian pesan melalui indikator utama, yaitu perasaan, isyarat nonverbal, dan ilokusi (Huda, 2017).

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa emoji adalah karakter bergambar yang

digunakan dalam komunikasi digital untuk menyampaikan emosi, ekspresi, dan ide melalui simbol visual. Emoji mencakup berbagai representasi, seperti ekspresi wajah, objek, aktivitas, dan simbol tertentu, yang berfungsi sebagai elemen kebahasaan dalam penyampaian pesan.

Dalam penelitian ini dampak penggunaan emoji terhadap ekspresi diartikan sebagai intensitas penggunaan emoji dalam komunikasi digital di media sosial yang digunakan mahasiswa. Bagaimana penggunaan emoji dalam percakapan digital, motif penggunaan emoji dalam interaksi sosial dan akademik dan jenis emoji apa yang paling sering digunakan mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali.

2. Ekspresi Emosi

Ekspresi adalah suatu pengungkapan atau proses dalam mengutarakan atau penyampaian perasaan, maksud, atau sebuah gagasan tertentu. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia ekspresi adalah pengungkapan atau proses menyatakan (yaitu memperlihatkan atau menyatakan maksud, gagasan, perasaan, dan sebagainya). Sedangkan emosi merupakan suatu keadaan psikologis yang intens dan diarahkan pada seseorang atau objek tertentu. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia emosi adalah keadaan dan reaksi psikologis

dan fisiologis (seperti kegembiraan, kesedihan, keharuan, kecintaan, dan keberanian yang bersifat subjektif).

Menurut Darwin (dalam Matsumoto & Ekman, 2007), ekspresi emosi merupakan bagian dari perilaku yang mencakup berbagai respons jasmani, seperti suara, postur, gestur, pergerakan otot, dan respons fisiologis lainnya. Salah satu bentuk ekspresi emosi yang paling jelas terlihat adalah guratan wajah, yang menjadi indikator langsung dari emosi seseorang. Safaria dan Saputra (2009) juga menegaskan bahwa guratan ekspresi berfungsi sebagai bentuk komunikasi nonverbal yang bahkan dapat lebih cepat dipahami dibandingkan komunikasi verbal.

Ekman (1997) menambahkan bahwa ekspresi emosi berperan dalam kesiapan individu untuk merespons situasi mendesak, baik melalui tindakan maupun ekspresi fisik. Sedangkan Goleman mendefinisikan ekspresi emosi sebagai kombinasi antara perasaan, pikiran, kondisi biologis dan psikologis, serta dorongan untuk bertindak (Rasyidah, 2017).

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa Ekspresi emosi adalah bentuk pengungkapan perasaan, gagasan, atau maksud tertentu yang dapat terlihat melalui berbagai respons jasmani, seperti suara, postur, gerakan otot, dan ekspresi wajah. Emosi sendiri

merupakan keadaan psikologis yang intens dan subjektif, mencakup perasaan seperti kegembiraan, kesedihan, dan keberanian. Dalam penelitian ini ekspresi emosi diartikan sebagai penyampaian perasaan atau suasana hati dalam komunikasi simbolik, melalui emoji yang digunakan oleh mahasiswa di media sosial dan persepsi mahasiswa terhadap sejauh mana emoji dapat mewakili emosi yang ingin mereka sampaikan dalam komunikasi digital.

3. Komunikasi Simbolik

Menurut Dedi Mulyana dalam (Efendi et al., 2023) komunikasi simbolik merupakan bentuk interaksi di mana sekelompok individu sepakat terhadap makna dari simbol-simbol tertentu. Proses ini melibatkan penyampaian ide dan makna melalui cara verbal maupun nonverbal. Komunikasi terjadi ketika terdapat kesamaan pemahaman antara pengirim dan penerima pesan, dimana tujuan utamanya adalah agar pesan yang disampaikan oleh pengirim mampu memberikan pengaruh atau respons pada pihak penerima.

Kemudian George Herbert Mead, mendefinisikan komunikasi simbolik adalah proses sosial yang terjadi ketika seseorang dapat memahami tindakan orang lain melalui simbol-simbol yang memiliki makna yang sama bagi kedua belah pihak. Komunikasi simbolik tidak hanya sekedar

pertukaran pesan, tetapi juga proses membangun pemahaman bersama melalui simbol yang disepakati (Yohana & Saifulloh, 2019).

Berdasarkan beberapa pendapat ahli di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi simbolik adalah proses interaksi sosial yang terjadi ketika individu saling bertukar melalui simbol-simbol yang dipahami dan disepakati Bersama, baik secara verbal maupun nonverbal. Keberhasilan komunikasi simbolik tergantung pada kesamaan pemahaman antara pengirim dengan penerima pesan, sehingga makna yang disampaikan dapat diterima dan memberi pengaruh sesuai tujuan komunikasi tersebut.

Komunikasi simbolik dalam penelitian ini adalah proses pertukaran makna antar individu melalui simbol, yaitu emoji. Emoji digunakan sebagai ekspresi verbal maupun nonverbal dalam komunikasi daring. Komunikasi lebih menekankan pada penafsiran makna oleh pengguna dan penerima pesan.

4. Gender

Kata gender berasal dari bahasa Prancis Pertengahan *gendre*, yang awalnya merupakan serapan dari bahasa Latin *genus*, yang berarti "jenis" atau "tipe." Dalam bahasa Prancis modern, kata yang terkait adalah *genre*, seperti dalam *genre sexuel*. Pada awalnya, Oxford English Dictionary edisi 1900

mencatat bahwa makna gender sebagai "jenis" sudah jarang digunakan. Namun, istilah ini tetap umum digunakan dalam linguistik untuk merujuk pada gender gramatikal, yaitu klasifikasi kata benda menjadi maskulin, feminin, atau netral.

Dalam konteks peran sosial pria dan wanita, makna akademis dari kata gender mulai berkembang sekitar tahun 1945. Kemudian, pada era gerakan feminis tahun 1970-an, konsep ini semakin dikembangkan dan dipopulerkan. Saat ini, istilah gender sering digunakan secara bergantian dengan seks atau jenis kelamin, meskipun beberapa pihak berusaha mempertahankan perbedaan antara keduanya. Menurut Oxford English Dictionary, istilah gender dalam penggunaan modern sering digunakan secara bergantian dengan seks, meskipun dalam beberapa konteks akademik, gender dibedakan dari seks untuk menunjukkan perbedaan sosial dan budaya antara laki-laki dan perempuan(*Oxford English Dictionary Online*, s.v. "Gender," n.d.).

Gender adalah suatu konsep yang digunakan untuk mengidentifikasi perbedaan laki-laki dan perempuan dari sudut non-biologis. Dalam penelitian ini gender yang dimaksud adalah bagaimana perbedaan antara mahasiswa laki-laki dan mahasiswi perempuan dalam menggunakan emoji. Untuk melihat apakah terdapat perbedaan penggunaan emoji dan

ekspresi emosi dalam berkomunikasi digital dengan fitur emoji pada kalangan mahasiswa UNUGHA.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh penggunaan emoji terhadap ekspresi emosi mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali?
2. Apakah terdapat perbedaan ekspresi emosi melalui penggunaan emoji antara mahasiswa laki-laki dan perempuan?

E. Tujuan Penelitian

Dalam perumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian dalam penyusunan skripsi ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan emoji terhadap ekspresi emosi mahasiswa UNUGHA Cilacap.
2. Untuk mengetahui perbedaan ekspresi emosi melalui penggunaan emoji antara mahasiswa laki-laki dan perempuan UNUGHA Cilacap.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Dalam penelitian ini, peneliti berharap penelitian ini nantinya dapat menambah khazanah keilmuan dalam bidang komunikasi, khususnya mengenai komunikasi simbolik dan

ekspresi emosi dalam ranah digital serta memberikan perspektif gender yang komprehensif. Hasil penelitian ini juga dapat memperkaya referensi dalam studi interaksi digital dan efektivitas komunikasi berbasis simbol dalam konteks mahasiswa sebagai subjek penelitian.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pembaca, penelitian ini dapat menjadi panduan bagi pembaca, terutama mahasiswa, untuk lebih memahami perbedaan cara komunikasi.
- b. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat menjadi rujukan atau referensi bagi peneliti lain yang ingin mengkaji lebih dalam tentang komunikasi simbolik, khususnya terkait penggunaan emoji dalam konteks yang berbeda, seperti lingkungan profesional atau budaya tertentu. Peneliti selanjutnya mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode atau pendekatan yang berbeda untuk memperluas hasil kajian.
- c. Bagi mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali, hasil ini dapat memberikan wawasan kepada institusi tentang pola komunikasi di era digital. Universitas dapat memanfaatkannya untuk mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif, baik dalam kegiatan akademik maupun sosial, termasuk pada platform digital

yang digunakan untuk mendukung pembelajaran atau kegiatan organisasi mahasiswa.