

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Pengertian Komunikasi Simbolik

George Herbert Mead menyatakan bahwa komunikasi simbolik merupakan proses sosial yang memungkinkan individu memahami tindakan orang lain melalui simbol yang dimaknai sama (Suheri, 2015). Dalam konteks ini, setiap bentuk pesan, baik verbal maupun nonverbal, yang dimaknai berdasarkan kesepakatan bersama merupakan simbol yang memiliki makna penting dalam interaksi sosial. Simbol-simbol ini memengaruhi perilaku individu, baik dalam menyampaikan maupun menafsirkan maksud, pikiran, dan perasaan orang lain.

Kemudian Herbert Blumer mendefinisikan Komunikasi simbolik sebagai sebuah proses interaksi dalam rangka membentuk arti atau makna bagi setiap individu (Haris & Amalia, 2018). Lebih lanjut, komunikasi simbolik merupakan fondasi kehidupan bermasyarakat yang terbentuk melalui proses komunikasi dan interaksi antara individu maupun kelompok dengan menggunakan simbol-simbol yang dimaknai secara bersama. Meskipun norma, nilai dan makna simbol tersebut membatasi ruang gerak sosial, manusia tetap memiliki kebebasan untuk menentukan pilihan tindakan dan tujuan

hidup melalui kemampuannya dalam berpikir dan menafsirkan makna (Derung, 2017).

Menurut Dedy Mulyana, komunikasi merupakan suatu proses simbolik, yaitu proses di mana sekelompok individu secara bersama-sama menyepakati makna dari lambang atau simbol tertentu yang digunakan dalam interaksi. Komunikasi simbolik melibatkan penyampaian gagasan dan makna, baik melalui saluran verbal maupun nonverbal, dengan tujuan membangun kesamaan pemahaman antara pengirim dan penerima pesan. Komunikasi terjadi secara efektif apabila terdapat kesesuaian makna antara pesan yang disampaikan oleh komunikator dan interpretasi yang diterima oleh komunikan, sehingga menimbulkan dampak atau efek tertentu dalam diri penerima pesan (Efendi et al., 2023).

Selain simbol verbal dan nonverbal, perkembangan media komunikasi digital juga memperkaya bentuk simbol yang digunakan dalam interaksi. Media komunikasi modern memungkinkan penyampaian pesan melalui berbagai bentuk visual yang mengandung makna tertentu, sehingga membantu memperjelas maksud dan perasaan komunikator kepada komunikan. (Ahmad & Muyasaroh, 2023) menjelaskan bahwa media komunikasi internal tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai media yang

memadukan unsur teks, gambar, dan bentuk visual lain untuk mendukung terciptanya interaksi yang lebih efektif dan bermakna. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan simbol visual dalam komunikasi digital menjadi bagian penting dalam proses komunikasi simbolik, termasuk dalam penggunaan emoji sebagai representasi ekspresi emosi dalam interaksi daring mahasiswa.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi simbolik adalah proses pertukaran makna melalui simbol-simbol yang dimaknai bersama dalam interaksi sosial. Simbol tersebut dapat berupa bahasa, isyarat, atau ekspresi yang merepresentasikan maksud tertentu.

2. Teori Interaksionisme Simbolik (Mead & Blumer)

a. Konsep Teori Interaksionisme Simbolik

Teori Interaksionisme Simbolik erat kaitannya dengan pemikiran George Herbert Mead. Mead mencetuskan gagasan orisinal bernama “ *Theoretical Perspective*”, yang menjadi pondasi awal terbentuknya teori interaksi simbolik. Menurut George Herbert Mead, setiap bentuk pesan, baik verbal maupun nonverbal, yang dimaknai secara bersama oleh pelaku interaksi dianggap sebagai simbol yang penting. Simbol tersebut memungkinkan individu untuk menyampaikan dan

memahami maksud, perasaan, serta pikiran orang lain. Simbol-simbol ini tidak hanya memengaruhi perilaku, tetapi juga menjadi dasar dalam membentuk makna sosial (Suheri, 2015).

Mead (George H. Mead., 1936) mengemukakan tiga konsep utama dalam interaksionisme simbolik, yaitu:

- 1) *Mind* (Pikiran), kemampuan individu untuk menggunakan simbol yang memiliki makna sosial. Pikiran berkembang melalui interaksi dengan orang lain, sehingga komunikasi menjadi proses penting dalam pembentukan makna bersama.
- 2) *Self* (Diri), konsep diri terbentuk melalui refleksi individu terhadap pandangan orang lain. Seseorang belajar melihat dirinya dari perspektif sosial dan membentuk identitas berdasarkan interaksi yang dijalani.
- 3) *Society* (Masyarakat), masyarakat terbentuk melalui hubungan sosial yang dibangun secara sadar dalam batasan norma dan struktur sosial

Dari ketiga konsep tersebut, terdapat tiga tema utama dalam interaksionisme simbolik:

- a) Makna sebagai dasar perilaku manusia, individu bertindak berdasarkan makna yang dihasilkan dari proses komunikasi dan interaksi sosial. Makna ini tidak bersifat bawaan, tetapi dibentuk dan dimodifikasi melalui interpretasi.
- b) Konsep diri, identitas seseorang dibentuk melalui proses sosial dan interaksi. Individu membayangkan bagaimana orang lain melihat dirinya, yang kemudian membentuk perilaku dan motivasi internal.
- c) Hubungan individu dan masyarakat, meskipun masyarakat membatasi individu melalui norma sosial, setiap individu tetap memiliki kebebasan untuk menentukan pilihan dalam struktur sosial yang ada. Struktur sosial sendiri terbentuk dari proses interaksi yang terus berlangsung.

Pemikiran tersebut kemudian dikembangkan secara sistematis oleh Herbert Blumer, yang merumuskan tiga premis utama dalam teori interaksionisme simbolik. Pertama, manusia bertindak berdasarkan makna-makna yang ada pada sesuatu bagi mereka. Kedua, makna itu diperoleh dari hasil interaksi sosial yang dilakukan dengan orang lain. Ketiga, makna-makna tersebut disempurnakan

di saat proses interaksi sosial sedang berlangsung (Derung, 2017).

Herbert Blumer merupakan salah satu muridnya George Hebert Mead yang mengembangkan dan mempopulerkan teori interaksionisme simbolik. Mulyana menegaskan bahwa perspektif interaksionisme simbolik adalah sudut pandang subjek dalam memahami sikap manusia, dan perspektif ini mengisyaratkan setiap individu membentuk perilakunya dengan mempertimbangkan ekspektasi, dalam proses ini memungkinkan adanya penyesuaian. Kemudian Blumer dan Mulyana menegaskan bahwa: “Proses sosial dalam kehidupan kelompoklah yang menciptakan dan menegakkan aturan-aturan, bukan aturan-aturan yang menciptakan dan menegakkan kehidupan kelompok. Dalam konteks ini, makna dikonstruksikan dalam proses interaksi dan proses tersebut bukanlah suatu medium netral yang memungkinkan kekuatan-kekuatan sosial memainkan perannya, melainkan substansi dari organisasi sosial dan kekuatan sosial. Tegasnya, masyarakat adalah proses interaksionisme simbolik”(Haris & Amalia, 2018).

Komunikasi dalam interaksionisme simbolik termasuk dalam komunikasi interpersonal. Komunikasi

interpersonal atau komunikasi antarpribadi menurut R. Wayne Pace, adalah suatu proses komunikasi antar individu atau lebih secara langsung. Dalam hal ini komunikator memberi pesan secara langsung kepada komunikan, kemudian komunikan merespon pada waktu yang sama. Barnlund Barnlund mendefinisikan komunikasi interpersonal sebagai bertemunya antar individu atau lebih yang dilakukan secara tidak terstruktur serta secara spontan (Fai, 2022).

Pendapat lain dari Deddy Mulyana mengatakan komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara orang-orang yang bertatap muka, memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal atau nonverbal. Komunikasi Interpersonal ini adalah komunikasi yang melibatkan hanya dua orang, seperti suami istri, dua sejawat, dua sahabat dekat, guru-murid dan sebagainya (Anggraini et al., 2022). Melalui komunikasi interpersonal, individu dapat membangun pemahaman bersama serta menafsirkan simbol-simbol yang digunakan dalam interaksi. Penelitian yang dilakukan oleh (Ziana & Ismah, 2023) menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal berperan penting dalam membentuk makna dan karakter individu melalui proses

interaksi yang berlangsung secara berkelanjutan. Hal ini menegaskan bahwa komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian pesan, tetapi juga sebagai proses simbolik yang membangun pemahaman emosional dalam hubungan sosial.

Dalam konteks penelitian ini, teori interaksionisme simbolik berperan sebagai landasan untuk memahami bagaimana mahasiswa sebagai pengguna media digital menafsirkan makna emoji berdasarkan konteks sosial dan interaksi mereka dengan orang lain di lingkungan digital. Penggunaan emoji mencerminkan makna yang telah terbentuk melalui pengalaman berkomunikasi secara kolektif, bukan diciptakan secara individual semata. Melalui proses komunikasi digital, mahasiswa menafsirkan dan menggunakan emoji berdasarkan kesepakatan makna yang terbentuk dalam kelompok sosial mereka. kemudian, teori ini juga relevan untuk menjelaskan perbedaan penggunaan emoji berdasarkan gender. Makna yang diberikan terhadap emoji tidak netral, melainkan dipengaruhi oleh struktur sosial, serta nilai-nilai simbolik dalam budaya digital. Oleh karena itu, teori interaksionisme simbolik sangat tepat untuk mengkaji

bagaimana konstruksi sosial membentuk pola komunikasi simbolik antar gender dalam kehidupan digital mahasiswa.

b. Karakteristik Interaksionisme Simbolik

Interaksionisme simbolik pada dasarnya menggambarkan hubungan sosial yang terbentuk secara alami melalui interaksi antara individu dan masyarakat. Menurut Soeroso dalam (Derung, 2017), interaksi sosial berkembang melalui simbol-simbol yang diciptakan dan dimaknai bersama, baik secara verbal maupun nonverbal. Simbol-simbol tersebut dapat berupa suara, gerakan tubuh, isyarat, dan ekspresi yang mengandung makna sosial. Dalam konteks komunikasi, bentuk simbolik yang paling mendasar adalah isyarat, karena manusia memiliki kemampuan untuk melihat dirinya sendiri sebagai objek, seperti orang lain melihat dirinya. Mead menjelaskan bahwa konsep diri berkembang melalui proses berpikir dan interaksi sosial, di mana simbol menjadi jembatan antara pikiran individu dan realitas sosial.

Komunikasi simbolik hanya efektif jika simbol yang digunakan dipahami secara bersama oleh para partisipan dan interaksi. Oleh karena itu, tindakan sosial seseorang merupakan hasil dari interpretasi terhadap

simbol yang ada dalam lingkungan sosialnya (Derung, 2017).

Dalam konteks penelitian ini, komunikasi simbolik tercermin melalui penggunaan emoji dalam komunikasi digital. Emoji berperan sebagai simbol modern yang digunakan mahasiswa untuk menyampaikan makna, emosi, dan maksud tertentu dalam interaksi daring. Perbedaan gender juga dapat memengaruhi pilihan dan makna emoji yang digunakan, menunjukkan bahwa komunikasi simbolik tidak hanya berlangsung secara tatap muka, tetapi juga berkembang dalam ruang digital, di mana setiap simbol termasuk emoji mengandung makna yang kaya dan dapat diinterpretasikan secara berbeda oleh masing-masing pengguna.

c. Kelebihan dan Kelemahan Interaksionisme Simbolik

Meskipun teori interaksionisme simbolik memiliki kontribusi penting dalam memahami dinamika interaksi sosial, teori ini juga memiliki sejumlah kelebihan dan kelemahan yang perlu diperhatikan:

1) Kelebihan

Teori interaksionisme simbolik memiliki keunggulan dalam menjelaskan bagaimana makna sosial terbentuk melalui proses interaksi antarindividu. Salah satu

kekuatannya terletak pada penekanan pada makna subjektif yang dimiliki oleh individu dalam setiap tindakan sosial. Pendekatan ini memberikan ruang untuk memahami realitas sosial melalui penggunaan simbol-simbol yang dimaknai bersama, sehingga lebih kontekstual dan dekat dengan pengalaman sehari-hari. Selain itu, teori ini relevan digunakan dalam studi komunikasi karena mampu menggambarkan bagaimana individu membangun identitas, konsep diri, serta struktur makna dalam masyarakat melalui proses komunikasi simbolik. Dalam konteks penelitian ini, teori interaksionisme simbolik sangat tepat digunakan untuk menjelaskan bagaimana mahasiswa menafsirkan dan menggunakan emoji sebagai simbol dalam komunikasi digital.

2) Kelemahan

Interaksionisme simbolik juga tidak luput dari kelemahan. Pertama, teori ini dianggap terlalu berfokus pada interaksi skala mikro dan mengabaikan pengaruh struktur sosial yang lebih luas, seperti kelas, kekuasaan, atau institusi sosial yang juga berperan membentuk perilaku individu. Kedua, teori ini cenderung mengesampingkan faktor-faktor psikologis seperti

kebutuhan, niat dan motivasi internal, karena lebih memusatkan perhatian pada simbol dan tindakan lahiriyah. Ketiga, pendekatannya yang deskriptif terhadap aktivitas sosial sehari-hari membuatnya kurang menjelaskan secara mendalam tentang latar belakang penyebab tindakan sosial secara struktural. Meski demikian, interaksionisme simbolik tetap memberikan kontribusi penting dalam studi komunikasi simbolik dan interpretasi makna dalam masyarakat, khususnya dalam memahami dinamika komunikasi di era digital (Deddy Mulyana dalam Suzy Azeharie, 2015).

3. Emoji sebagai Simbol Komunikasi Digital

Emoji merupakan simbol digital yang berasal dari bahasa Jepang yang berarti “karakter bergambar”. Emoji merupakan fitur dalam aplikasi pesan instan yang berbentuk simbol grafis atau ideogram yang menggambarkan ekspresi wajah, emosi, ide, perasaan, konsep, serta berbagai objek seperti kendaraan, cuaca, bangunan, makanan, aktivitas, tumbuhan, dan simbol lainnya. Dalam konteks komunikasi digital, simbol tidak lagi terbatas pada kata-kata atau gestur fisik, tetapi juga mencakup visual seperti emoji. Emoji telah menjadi bagian dari simbol baru yang digunakan untuk

menyampaikan emosi, intensi, dan makna dalam percakapan berbasis teks. Hal ini menjadikan emoji sebagai elemen penting dalam komunikasi simbolik era digital, di mana makna pesan sangat bergantung pada bagaimana simbol tersebut dipahami oleh masing-masing individu.

Emoji adalah representasi visual dari ekspresi wajah dan perasaan yang digunakan dalam komunikasi teks digital. Kehadiran emoji membantu menggantikan keterbatasan bahasa nonverbal dalam pesan tertulis (Firmansyah et al., 2023). Kehadiran emoji bertujuan untuk membantu pengguna dalam menyampaikan pesan secara lebih ekspresif dalam komunikasi berbasis teks. Saat mengirim pesan, pengguna dapat menyisipkan emoji untuk merepresentasikan kondisi emosionalnya. Hal ini memungkinkan penerima pesan memahami suasana hati atau maksud pengirim secara lebih jelas, sehingga interaksi antar individu terasa lebih hidup dan tidak monoton.

Sering kali, orang memiliki pemahaman yang berbeda terhadap suatu pesan. Bahkan saat pesan disampaikan secara langsung juga bisa menimbulkan kebingungan, apalagi jika hanya disampaikan lewat tulisan. Kesalahan dalam penggunaan tanda baca dalam teks bisa mengubah makna pesan secara signifikan. Oleh karena itu, penting untuk

menggunakan tanda baca yang tepat. Dengan menambahkan emoji pada pesan teks itu akan membantu mengurangi resiko kesalahpahaman dan membuat pesan menjadi terasa lebih hidup.

Berbagai bentuk emoji mampu mewakili perasaan dan maksud pengirim pesan. Tak heran jika emoji dan emotikon menjadi sangat populer, bukan hanya di kalangan muda, tapi juga digunakan oleh berbagai usia (Firmansyah et al., 2023).

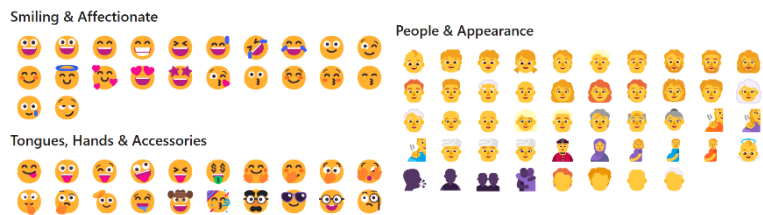
Emoji pertama kali diperkenalkan oleh desainer antarmuka asal Jepang, Shigetaka Kurita, pada tahun 1999. Ai menciptakan 176 ikon berukuran 12x12 piksel untuk platform internet seluler i-mode milik operator NTT DoCoMo. Kurita terinspirasi dari simbol-simbol yang digunakan dalam manga dan ramalan cuaca, dengan tujuan untuk membantu pengguna mengekspresikan emosi secara lebih efektif dalam batasan pesan teks yang terbatas (Ranti, 2024).

Setelah berkembang oleh NTT DoCoMo, operator Jepang lainnya mulai mengembangkan emoji mereka sendiri. Namun, karena belum adanya standarisasi, penggunaan emoji terbatas pada platform tertentu. Situasi ini berubah ketika pada tahun 2010, emoji dimasukkan ke dalam standar Unicode, memungkinkan penggunaannya secara luas diberbagai perangkat dan sistem operasi.

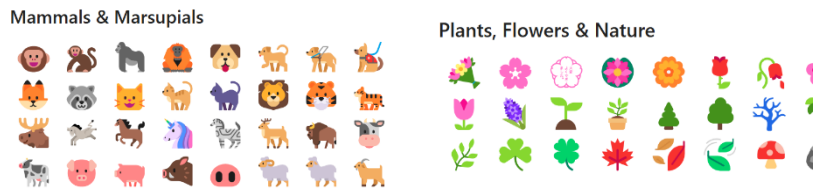
Pada tahun 2011, Apple secara resmi mendukung penggunaan emoji di sistem operasi IOS, diikuti oleh Google pada tahun 2013. Langkah ini mempercepat adopsi emoji secara global, menjadikannya bagian integral dari komunikasi digital modern.

Berdasarkan klasifikasi dari (*Emojipedia*, 2024), jenis-jenis emoji dalam komunikasi digital dibagi menjadi beberapa kategori:

a. Emoji yang menggambarkan ekspresi dan orang



b. Emoji yang menggambarkan binatang dan alam

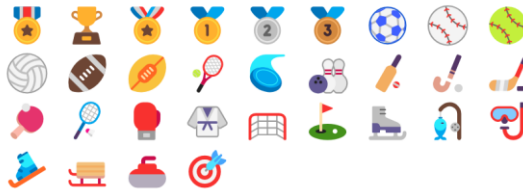


c. Emoji yang menggambarkan makanan dan minuman



d. Emoji yang menggambarkan aktivitas

Sports & Awards



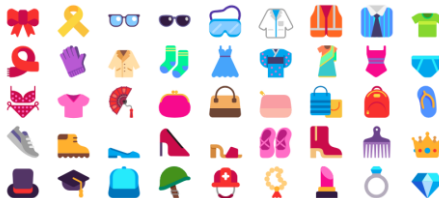
e. Emoji yang menggambarkan perjalanan dan tempat

Land Travel

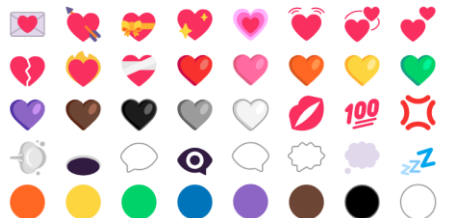


f. Emoji yang menggambarkan objek

Clothing & Appearance



g. Emoji yang menggambarkan simbol



h. Emoji yang menggambarkan bendera



Faktor-faktor penggunaan emoji antara lain:

- a) Meningkatkan popularitas di media sosial. Menurut Simo Tchokni dari Universitas Cambridge. “Orang-orang berpengaruh di media sosial sering menggunakan emoji, terutama yang mengekspresikan emoji positif.” Ini adalah kesimpulan dari penelitian yang melibatkan lebih dari 30 juta tweet di Twitter.
- b) Mirip ekspresi wajah 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 “(:". ”.
- c) Tidak selalu melemahkan komunikasi formal. Meskipun sering dianggap tidak cocok digunakan dalam teks formal, penelitian

yang dilakukan di University of Missouri mengungkapkan hal sebaliknya. Penelitian menunjukkan bahwa ketika seseorang menyertakan emoji “senyum” di surat lamaran, penerimanya menjadi lebih tertarik pada kandidat tersebut.

- d) 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.
- e) Meningkatkan keterbukaan dan ekspresivitas. Penelitian yang dilakukan pada tahun 2008 menyampaikan bahwa pengguna emoji merasakan efek baik. Hal ini termasuk bersikap lebih terbuka dalam interaksi pribadi, menyerap lebih banyak informasi, dan menjadi pembicara yang ceria.

Percakapan di media sosial, baik dalam konteks pribadi maupun publik kini hampir selalu melibatkan penggunaan emoji. Emoji tidak hanya berfungsi sebagai gambar unik untuk menghiasi pesan, tetapi juga sebagai sarana untuk mengekspresikan emosi secara daring.

Beberapa karakteristik kepribadian penggunaan emoji antara lain:

a) Mencerminkan energi yang serupa dalam komunikasi

Orang yang sering menggunakan emoji cenderung mampu menyelaraskan energi emosionalnya dengan lawan bicara saat berinteraksi di media sosial. Berdasarkan penelitian yang dimuat dalam *Journal Trends in Cognitive Sciences* tahun 2017, emoji mencerminkan emosi seseorang terhadap topik yang sedang dibahas. Jenis emoji yang digunakan dapat menunjukkan perasaan yang ingin disampaikan.

b) Mudah didekati dan memiliki empati

Pengguna emoji biasanya memiliki kepribadian yang terbuka, mudah menjalin kedekatan, dan memiliki empati tinggi. Emoji berperan sebagai alat bantu untuk menjalin hubungan dengan orang lain dalam interaksi digital. Dalam komunikasi langsung, ekspresi wajah dan gerakan tubuh sangat penting. Namun, dalam dunia maya, emoji menggantikan fungsi-fungsi nonverbal tersebut sebagai media ekspresi.

c) Melembutkan nada pesan dalam komunikasi

Emoji juga berperan dalam meredam kesan kaku atau kasar dari sebuah pesan. Banyak orang merasa lebih nyaman saat menggunakan emoji karena bisa menggantikan kata-kata atau menyalurkan ekspresi seperti

senang, sedih, maupun kecewa. Dengan begitu, pesan yang disampaikan menjadi lebih jelas dan dapat dimaknai secara positif oleh penerima. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna emoji umumnya menghargai lawan bicaranya dan memiliki sikap yang pengertian.

Dalam perspektif interaksionisme simbolik George Herbert Mead, emoji dapat dipahami sebagai simbol sosial yang maknanya dibentuk melalui proses interaksi antar individu. Penggunaan emoji dalam komunikasi digital tidak hanya bertujuan memperindah pesan, tetapi berfungsi sebagai simbol yang merepresentasikan emosi dan niat pengirim pesan. Melalui interaksi terus-menerus di ruang digital, pengguna membentuk dan menyesuaikan makna emoji berdasarkan interpretasi sosial yang disepakati bersama. Dengan kata lain, emoji menjadi bagian dari sistem simbolik baru yang memungkinkan ekspresi emosi dan makna dalam komunikasi teks, sejalan dengan konsep Mead bahwa identitas dan makna sosial terbentuk melalui interaksi simbolik.

4. Ekspresi Emosi dalam Komunikasi Digital

Ekspresi emosi merupakan representasi atau tampilan perasaan internal yang muncul sebagai respons terhadap suatu stimulus. Ekspresi ini tidak hanya terlihat dari wajah, tetapi

juga bentuk simbol visual, gestur tubuh, suara, serta kata-kata verbal. Emosi didefinisikan sebagai perasaan yang muncul dalam diri seorang manusia sebagai respon dari situasi tertentu. Perasaan ini bisa memengaruhi pikiran, persepsi dan perilaku seseorang.

Menurut Ekman (Rina Suciati, 2016), ekspresi emosi pada dasarnya bersifat universal secara biologis di seluruh budaya. Namun, ekspresi emosi tersebut tetap dipengaruhi oleh norma budaya yang mengatur kapan, di mana, dan bagaimana emosi boleh atau seharusnya diekspresikan, yang dikenal dengan istilah *display rules*. Ekman, menemukan bahwa terdapat sejumlah emosi dasar yang bersifat universal dan diakui secara lintas budaya. Emosi-emosi tersebut antara lain adalah marah, jijik, takut, bahagia, sedih, dan terkejut. Goleman (Chintya & Sit, 2024), menjelaskan bahwa emosi merupakan bagian penting dalam kecerdasan emosional yang berperan dalam mengelola hubungan sosial dan pengambilan keputusan.

Emosi dalam komunikasi dapat diekspresikan melalui berbagai cara, baik secara verbal maupun nonverbal. Secara verbal, emosi disampaikan melalui pemilihan kata, intonasi, suara, serta intensitas dalam berbicara. Sementara itu, secara nonverbal, emosi tercermin melalui ekspresi wajah, gestur, dan

bahasa tubuh. Dalam era digital, terutama melalui media sosial, bentuk ekspresi emosi mengalami transformasi. Menurut Parapat (2020), komunikasi emosi di media sosial banyak diwujudkan melalui simbol-simbol visual seperti emoji, meme, GIF, dan stiker, yang menggantikan atau melengkapi ekspresi verbal dan nonverbal. Emoji, secara khusus, berfungsi sebagai alat bantu visual yang memungkinkan pengguna menyampaikan nuansa emosi yang tidak bisa sepenuhnya ditangkap hanya lewat teks. Penggunaan emoji ini menunjukkan bagaimana media digital menciptakan bentuk komunikasi simbolik baru yang merepresentasikan emosi dalam bentuk visual sederhana namun bermakna (Holong, 2020).

Komunikasi interpersonal merupakan proses penyampaian pesan yang bertujuan membangun hubungan, mengekspresikan diri, serta memberikan dan menerima dukungan emosional. Komunikasi interpersonal sebagai bagian dari proses sosial juga memiliki fungsi penting dalam mengekspresikan emosi. Maulana (2020) menekankan bahwa komunikasi interpersonal tidak hanya melibatkan pertukaran informasi, tetapi juga mencakup pengungkapan perasaan, perhatian terhadap respons lawan bicara, dan pembentukan ikatan emosional yang kuat (Nur Maghfirah Aesthetika, 2018).

5. Gender dalam Komunikasi Digital

a. *Gender Schema Theory* (Sandra Bem)

Schema adalah struktur kognitif yang terdiri dari jaringan asosiasi yang mengatur dan mengarahkan persepsi seseorang. Teori skema gender yang dikembangkan oleh Sandra Bem merupakan teori sosial kognitif yang menjelaskan bagaimana individu menjadi tergenderisasi sejak usia dini melalui interaksi dengan lingkungan sosial dan budaya. Anak-anak membentuk skema atau kerangka berpikir tentang apa yang dianggap maskulin dan feminim, dan skema ini akan memengaruhi cara mereka mengorganisasi informasi, mengambil keputusan, serta mengatur perilaku sepanjang hidup mereka.

Menurut (S.L. Bem, 1981), individu yang *gender-schematic* cenderung membagi dunia dan mengatur tindakannya berdasarkan kategori gender, sedangkan individu *gender-schematic* tidak terlalu memperhatikan perbedaan gender dalam menilai dan bertindak (S.L. Bem, 1981). Dalam konteks komunikasi digital, skema gender dapat menjelaskan perbedaan penggunaan emoji antara laki-laki dan perempuan. Misalnya, perempuan lebih

cenderung menggunakan emoji yang mengekspresikan 😍 (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). Dengan demikian, *Gender Schema Theory* dapat membantu menjelaskan bagaimana konstruksi sosial terhadap maskulinitas dan feminitas tercermin dalam pola penggunaan simbol digital.

Studi terbaru yang dilakukan oleh (Diefenbach, 2023) menunjukkan bahwa komunikasi digital juga sangat dipengaruhi oleh norma sosial yang belum stabil, terutama dalam lingkungan daring. Dalam situasi di mana ekspresi nonverbal hilang, seperti komunikasi berbasis teks, emoji menjadi sarana penting untuk menggantikan ekspresi sosial. Penelitian tersebut mengungkapkan bahwa persepsi terhadap emoji dan simbol digital sangat bervariasi, dan dapat menjadi sumber kesalahpahaman jika norma penggunaannya tidak sama. Oleh karena itu, perbedaan penggunaan emoji antara laki-laki dan perempuan tidak hanya mencerminkan skema gender yang tertanam sejak kecil, tetapi juga merupakan bagian dari proses adaptasi terhadap norma sosial digital yang terus berkembang. Hal

ini menunjukkan bahwa penggunaan emoji dalam komunikasi digital tidak hanya dipengaruhi oleh struktur kognitif gender, tetapi juga oleh dinamika sosial budaya digital yang terus berkembang di kalangan pengguna muda seperti mahasiswa.

6. Mahasiswa Sebagai Digital Native

Mahasiswa saat ini tergolong sebagai generasi digital native yang merupakan salah satu generasi yang sudah akrab dengan teknologi semenjak generasi ini dilahirkan generasi digital native selalu ingin tahu tentang hal-hal yang terbaru dan tidak suka menunggu terlalu lama dalam segala hal. Generasi ini biasanya memerlukan informasi yang terbaru dengan perolehan informasi yang akurat dan bermanfaat, apalagi dalam hal pelajaran mereka tidak suka menunggu terlalu lama dalam mencari jawaban. Menurut (Rahmawati et al., 2020), generasi digital native di Indonesia terdiri dari kelompok usia 17-34 tahun, di mana usia tersebut mahasiswa termasuk sebagai bagian dari digital native, yaitu generasi yang tumbuh dan berkembang bersamaan dengan kemajuan teknologi digital.

Istilah digital native pertama dikemukakan oleh Marc Prensky pada tahun 2001 dalam artikelnya yang berjudul *Digital Natives, Digital Immigrants*. Ia mendefinisikan digital

native sebagai generasi yang sejak kecil telah terbiasa menggunakan teknologi digital seperti komputer, smartphone, video game, dan perangkat elektronik lainnya. Istilah ini dibedakan dari digital immigrant, yaitu generasi yang tumbuh tanpa paparan langsung terhadap teknologi digital di masa kecilnya. Selanjutnya, McCrindle menyatakan bahwa kelompok usia yang tergolong digital native adalah mereka yang lahir antara tahun 1995 sampai 2010, yang juga dikenal sebagai generasi Z. kelompok ini dikenal memiliki kemampuan adaptasi tinggi terhadap perkembangan teknologi dan sangat akrab dengan media digital dalam kehidupan sehari-hari (Junaidi et al., 2022).

Sebagai digital native, mahasiswa memiliki kecenderungan dalam menggunakan media digital untuk sarana utama mereka dalam berkomunikasi. Hal ini sejalan dengan penelitian Revina Yulia Sari dan M.T. Abdul Aziz Zein yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial pada mahasiswa UNUGHA Cilacap berpengaruh terhadap perilaku komunikasi digital dan respons emosional, termasuk munculnya fenomena FOMO (Fear of Missing Out). Temuan tersebut menegaskan bahwa media digital tidak hanya menjadi sarana pertukaran informasi, tetapi juga membentuk pola ekspresi emosi dan interaksi simbolik mahasiswa dalam

komunikasi sehari-hari (Revina & M.T. Abdul, 2024). Dalam hal ini, emoji menjadi salah satu elemen penting dalam komunikasi digital yang digunakan mereka. Emoji dapat membantu menyampaikan emosi secara visual dan memperkaya pesan teks yang mereka sampaikan.

Dengan memahami mahasiswa sebagai digital native, penelitian ini menempatkan penggunaan emoji tidak sekedar sebagai kebiasaan komunikasi, tetapi sebagai cerminan dari budaya digital yang melekat pada generasi ini. Dengan demikian, pemahaman tentang mahasiswa digital native menjadi penting untuk memahami pola penggunaan emoji dalam komunikasi simbolik mereka. Hal ini penting untuk memahami dinamika komunikasi modern yang di kalangan mahasiswa dan implikasinya terhadap interaksi sosial dan akademik.

B. Telaah Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu Dan Hasil Penelitiannya

NO	Peneliti	Judul	Temuan Utama
1.	Aden Quhaj (2024)	Pengaruh Penggunaan Emoji Whatsapp Terhadap Pemahaman Pesan, Ekspresi Emosional, Efektivitas	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif, dengan hasil bahwa emoji terbukti membantu

		Komunikasi, Dan Reaksi Pada Generasi Z Di Kalangan Mahasiswa Stikom Yogyakarta Dalam Komunikasi Digital	mahasiswa generasi Z dalam mengekspresikan emosi dan memahami makna pesan secara lebih tepat.
2.	M. Swarna, A. Sabarudin, T. Bilqis, dkk (2024)	Pengaruh Emoji WhatsApp: Analisa Penerima Pesan Komunikasi Remaja di Universitas Djuanda Bogor.	Penelitian ini menggunakan metode wawancara mendalam pada seluruh responden, dengan hasil emoji dapat memperjelas pesan, menambah makna, dan mendukung ekspresi emosi. Mahasiswa lebih ekspresif dalam menggunakan emoji dibandingkan generasi yang lebih tua.
3.	A. Tri Ayu, Gusti Agung, dkk (2021)	Pengaruh Penggunaan Emoji Whatsapp Terhadap Kepuasan Remaja Kota Denpasar Dalam Menyampaikan Pesan	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif asosiatif, dengan hasil, bahwa penggunaan emoji berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan menyampaikan pesan. Remaja yang sering memakai emoji, terutama perempuan dan usia 18-20 tahun, merasa lebih puas dan ekspresif

			saat berkomunikasi melalui WhatsApp
4.	Arung Rakhe Sagara, Dika Mahendra, dkk (2024)	Pengaruh Penggunaan Emoji Whatsapp Terhadap Ekspresi Emosi Masyarakat Dewasa Di Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan hasil, penggunaan emoji WhatsApp berpengaruh signifikan terhadap ekspresi emosi sebesar 48,5%. Emoji dianggap efektif sebagai sarana mengekspresikan nuansa emosi dalam komunikasi digital, meskipun 51,5% dipengaruhi oleh faktor lain.

Dalam penelitian ini, terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu. Berikut adalah persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu:

1. Dari segi persamaan, penelitian ini sama-sama menyoroti penggunaan emoji sebagai variabel bebas yang memiliki peran dalam menyampaikan ekspresi emosi secara nonverbal dalam komunikasi digital.
2. Perbedaan dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan fokus pada perbedaan ekspresi emosi berdasarkan gender dalam menggunakan emoji.

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali yang berbasis pesantren, metode komunikasi yang digunakan dalam pesantren dengan masyarakat yang berbeda namun masuk dalam perguruan tinggi, sehingga ini yang menjadi perbedaan penulis dalam mengambil obyek penelitian tersebut.

C. Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara atau jawaban sementara terhadap rumusan masalah atau pertanyaan penelitian yang masih harus diuji kebenarannya. Menurut Ketut (Pendidikan et al., 2021) mendefinisikan hipotesis penelitian adalah pernyataan yang merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang sifatnya menduga tetapi didasari oleh teori-teori atau temuan terdahulu.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti mengemukakan hipotesis alternatif atau hipotesis kerja (H_a) dan hipotesis statistik atau nol (H_o) sebagai berikut:

- Hipotesis Alternatif (H_a):

Terdapat perbedaan ekspresi emosi melalui penggunaan emoji antara mahasiswa laki-laki dan perempuan Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali Cilacap.

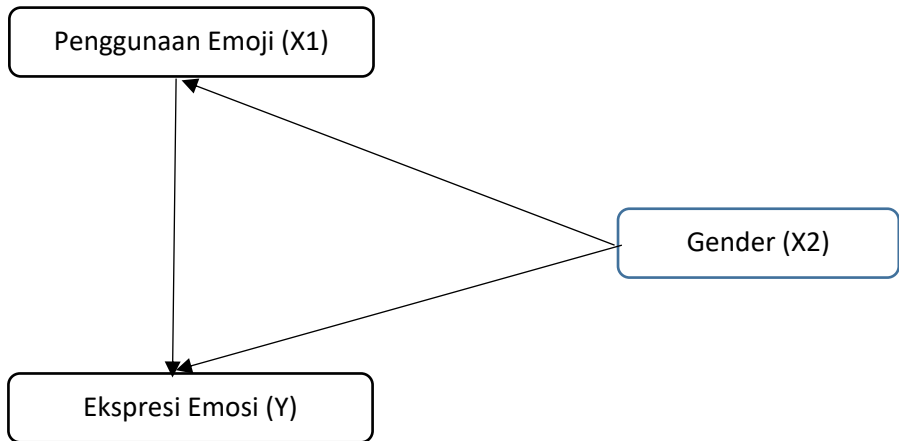
- Hipotesis Nol (H_0)

Tidak terdapat perbedaan ekspresi melalui penggunaan emoji antara mahasiswa laki-laki dan perempuan Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali Cilacap.

D. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan sebuah model atau gambaran yang berupa konsep yang menjelaskan mengenai suatu hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain. Kerangka berpikir dapat dikatakan juga sebagai rumusan masalah yang telah dibuat dengan berdasarkan adanya suatu proses deduktif, dengan tujuan dapat menghasilkan beberapa dari konsep yang digunakan agar dapat memudahkan seorang peneliti dalam merumuskan hipotesis penelitiannya.

Berikut adalah kerangka berpikir penulis, yang dibuat dalam bentuk skema, agar dapat mempermudah memahami variabel data yang akan dipelajari selanjutnya.



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir

Dalam konteks ini, penggunaan emoji berperan sebagai variabel bebas (X1), yaitu faktor yang memengaruhi bagaimana seseorang mengekspresikan emosi dalam komunikasi digital. Emoji memungkinkan pesan emosional tersampaikan secara visual meskipun tanpa tatap muka, seperti menunjukkan rasa senang, sedih, marah, atau heran melalui simbol yang mudah dikenali.

Sementara itu, ekspresi emosi dalam komunikasi simbolik berfungsi sebagai variabel terikat (Y). variabel ini menunjukkan bagaimana perasaan internal mahasiswa terwujud dalam komunikasi digital, baik melalui kata-kata, intonasi, maupun simbol visual seperti emoji. Semakin tinggi penggunaan emoji

yang relevan, semakin besar kemungkinan seseorang dapat menyampaikan emosi secara efektif di media digital.

Namun, hubungan antara penggunaan emoji dan ekspresi emosi tersebut tidak berdiri sendiri. Faktor gender diasumsikan memiliki pengaruh terhadap cara individu menggunakan emoji dalam mengekspresikan emosi. Oleh karena itu, gender berperan sebagai variabel demografis (X2) yang digunakan untuk mengamati perbedaan pola ekspresi emosi antara mahasiswa laki-laki dan perempuan. Mahasiswa dari kedua jenis kelamin tersebut mungkin memiliki kecenderungan yang berbeda dalam memilih dan menggunakan emoji, baik dari segi jumlah, jenis, maupun makna simboliknya.