ABSTRAK

Miftakul Rizky, B06212020, 2016. Opini Mahasiswa Tentang *Emoticon* LGBT (*Lesbian, Gay, Biseksual, Transgender)* Pada Media Sosial "LINE". Skripsi Program Studi llmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci : Opini, Mahasiswa, Media Sosial "LINE"

Persoalan yang hendak dikaji dalam skripsi ini, yaitu: Bagaimana Opini Mahasiswa prodi Komunikasi Penyiaran Islam Tentang *Emoticon* LGBT (*Lesbian, Gay, Biseksual, Transgender)* Pada Media Sosial "Line".

Untuk mengungkap persoalan tersebut secara menyeluruh dan mendalam, dalam penelitian ini digunakanlah metode deskriptif yang berguna untuk memberikan fakta dan data mengenai opini mahasiswa tentang *emoticon* LGBT (*lesbian, gay, biseksual,* transgender) pada media sosial "Line" saat ini, kemudian data tersebut dianalisis secara kritis dengan dasar teori perbedaan individual yang dikemukakan oleh Melvin D. Defleur, sehingga diperoleh beragam perbedaan opini yang diutarakan oleh mahasiswa.

Dari hasil penelitian ini ditemukan mahasiswa semester dua dalam beropini tentang *Emoticon* LGBT (*Lesbian, Gay, Biseksual, Transgender)*. Mahasiswa sebagai anggota khalayak sasaran media sosial secara selektif mempunyai perhatian yang berbeda-beda dalam memandang bentuk *emoticon*. Dalam konteks stimulus respon, reaksi mahasiswa dalam mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara tanggapan dan reaksi komunikasi terhadap pesan-pesan yang diterima. Jadi, efek media sosial pada mahasiswa semester dua itu tidak seragam, melainkan beragam. Hal ini disebabkan secara individual berbeda satu sama lain dalam struktur kejiwaan mereka.

Berkaitan dengan penelitian ini, beberapa saran yang diperkirakan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi masyarakat selaku pengguna media sosial "Line" dan juga perusahaan media sosial "Line" itu sendiri antara lain: (1) untuk pengguna: selektif memilih media, menambah bahan bacaan, dan menerima informasi secara kritis. (2) Sedangkan untuk perusahaan media sosial "Line" diantaranya: menerapkan fungsi-fungsi media massa, kreatif produksi konten, taat pada UU dan kode etik pers, dan menyeimbangkan budaya setiap negara.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id