

semester dua itu tidak seragam, melainkan beragam. Hal ini disebabkan secara individual berbeda satu sama lain dalam struktur kejiwaan mereka.

Seperti halnya ketika mahasiswa semester dua menganggap bentuk emotikon LGBT tidak sesuai dengan norma yang ada. emotikon mempunyai banyak sekali jenis dan temanya yang memiliki ciri khas masing-masing. Bentuk emotikon LGBT, sangat tergantung pada pemilik dari media sosial untuk mendapatkan pengguna yang lebih banyak.

Misalnya media sosial “Line” mengeluarkan fasilitas emotikon digunakan agar penggunaanya nyaman dan semakin bertambah. Karena pengguna media sosial “Line” tidak memandang usia, jadi bentuk emotikon tersebut juga harus lebih menarik dan *new*. Media sosial “Line” lebih mengutamakan banyaknya pengguna dan kemudahan bagi yang menjalankan media sosial tersebut. oleh karena itu, media sosial “Line” memberikan beberapa fasilitas didalamnya antara lain dapat mengirim gambar, dapat mengirim video, *chatting*, mengirim suara, juga dapat telephone dengan sesama pengguna.

Berbeda dengan media sosial lainnya, misalnya media sosial *Blacberry Messenger* yang memberikan fasilitas *Chatting* itu yang paling populer dikalangan penggunaanya. Hal itu dikarenakan persaingan sesama media sosial sangat sengit.

Informan lain menjelaskan bahwa media sosial saat ini memang sudah dilengkapi dengan gambar-gambar perasaan kita, antaranya gambar sedih, senang, susah, dan lain sebagainya. Menurutnya, beberapa dari

gambar-gambar tersebut mengandung unsur budaya dan kepopuleritasan dari sebuah kelompok. Hal tersebut bisa dilihat pada media sosial-media sosial yang memberikan fasilitas emotikon yang memiliki tema dan ciri khas sendiri-sendiri.

Sedangkan informan lain menyebutkan media sosial “Line” saat ini sering menciptakan emotikon-emotikon yang belum jelas manfaatnya guna mencapai tujuan dari media sosial itu sendiri. Banyak emotikon-emotikon yang menimbulkan kontroversi dengan kebudayaan yang ada.

Selain mengkritik emotikon dari media sosial “Line” terkait dengan bentuknya yang tidak sesuai dengan kebudayaan, mahasiswa semester dua juga berpendapat bahwa bentuk emotikon dari media sosial “Line” masih memperlihatkan perilaku yang tidak sewajarnya untuk di publikasikan. Kebanyakan bentuk emotikon media sosial saat ini semakin sama persis dengan bentuk manusia. Sehingga pengguna media sosial pun semakin nyaman dan senang.

Informan lain menambahkan sejauh ini memang media sosial punya kepentingan. Promosi atau publikasi setiap layanan baru seperti emotikon maupun produk lainnya. Meskipun begitu, mereka berpendapat media sosial masih jadi sebuah alat yang sangat penting dalam bidang sosialisasi.

Selain itu, mahasiswa semester dua juga menganggap media sosial yang salah satunya berfungsi untuk mendidik masih minim. Untuk saat ini media sosial juga belum bisa dikatakan sebagai mendidik. Tujuan utama media sosial saat ini tetap memusat pada ranah memudahkan

bersosialisasi. Sehingga pengguna masih terpengaruh oleh fasilitas yang disediakan oleh media sosial tersebut.

Namun, ada juga mahasiswa semester dua yang masih berpendapat bahwa media sosial “Line” saat ini masih dalam batas wajar (layak) untuk digunakan oleh masyarakat. Menurutnya, media sosial “Line” masih memberikan fasilitas yang membantu masyarakat dalam berkomunikasi ataupun berbisnis.

Dilihat dari segi pengetahuan, psikologis, tingkat intelektual, dan pengalaman masing-masing mahasiswa semester dua juga berpengaruh dalam pembentukan opini tentang bentuk emotikon pada media sosial “Line” saat ini. Dari beberapa opini yang telah disampaikan oleh mahasiswa semester dua, peneliti dapat merumuskan hasil temuan penelitian opini mahasiswa tentang bentuk emotikon LGBT pada media sosial “Line” :

1. Bentuk emotikon tidak sesuai dengan budaya yang ada.
2. Bentuk emotikon LGBT hanya digunakan untuk popularitas.
3. Bentuk emotikon LGBT tidak mendidik.
4. Emotikon LGBT dibuat untuk mendukung sebuah kelompok atau golongan tertentu.
5. Bentuk emotikon LGBT melanggar norma-norma agama.

2. Sikap Mahasiswa Mengenai *Emoticon* LGBT (Lesbian, Gay, Biseksual, Transgender)

Dalam memahami opini mahasiswa ataupun publik bukanlah perkara mudah. Menurut Leonard W. Dood opini publik adalah sikap orang-orang mengenai sesuatu soal, dimana mereka merupakan anggota

dari sebuah masyarakat yang sama. Dalam penelitian ini, peneliti mencoba mengetahui bagaimana mahasiswa semester dua menyikapi *emoticon* LGBT (lesbian, gay, biseksual, transgender) yang sudah beredar di media sosial yang mereka gunakan.

Dalam menyikapi emotikon LGBT yang sudah beredar, mahasiswa semester dua tersebut menyesuaikan antara emotikon LGBT dengan emotikon yang lebih baik. Misalkan mahasiswa membutuhkan emotikon perasaan yang sedang dirasakan, mereka lebih memilih emotikon yang baik dan sopan. Mereka tidak akan menggunakan emotikon LGBT dikarenakan emotikon tersebut tidak menggambarkan perasaan yang sedang dirasakan oleh mahasiswa, ditambah lagi emotikon LGBT menggambarkan perilaku tidak baik.

Mahasiswa semester dua lainnya mengutarakan bahwa mereka lebih memilih menggunakan emotikon yang mengandung unsur syar'i, seperti emotikon yang bertema islami. Karena menurut mereka *emoticon* yang bertema syar'i itu lebih baik dan sopan dari pada emotikon LGBT yang tidak mencerminkan kabaikan.

Selain itu, mahasiswa semester dua juga tidak mau mendownload emotikon LGBT tersebut. Justru mereka lebih memilih emotikon yang sesuai dengan perasaannya namun tetap baik untuk dilihat menurutnya emotikon yang sesuai dengan perasaan itu juga harus tetap baik dan sewajarnya.

Diantara mahasiswa semester dua ada yang menambahkan opininya terkait dalam menyikapi emotikon LGBT, selain tidak

mendownload dan tidak memakai emotikon tersebut, mereka juga berusaha memberi tahu dan mengajak sahabat menggunakan media sosial “Line” agar tidak menggunakan juga emotikon LGBT.

Sikap mahasiswa semester dua yang lebih menarik ketika mengetahui emotikon LGBT, dia tidak mendownload juga tidak memakai emotikon tersebut, namun yang dia lakukan adalah melaporkan adanya emotikon yang melanggar norma-norma agama kepada pihak yang berwenang di bidangnya.

Selain itu, mahasiswa semester dua juga tertarik pada persoalan munculnya emotikon LGBT yang dikeluarkan media sosial ‘Line’ untuk dijadikan sebagai bahan kajian ilmu mereka.

Munculnya emotikon LGBT pada media sosial “Line” itulah, mahasiswa semester dua mengajak dan memperingatkan pada teman dan sesama pengguna media sosial “Line” untuk tidak mendownload ataupun memakai emotikon LGBT tersebut, dan menerimanya secara kritis. Menurutnya, media sosial “Line” mempunyai tujuan dan cara-cara tertentu untuk meningkatkan kualitas dan banyaknya pengguna. dalam mengkonsumsi suatu fasilitas layanan terbaru dari media sosial “Line”, mahasiswa semester dua mencoba menganalisisnya sendiri.

Terlebih ketika masyarakat khususnya generasi muda saat ini sudah menjadikan media sosial sebagai kebutuhan pokok. Alangkah lebih baiknya, mahasiswa semester dua menghimbau kepada seluruh pengguna media sosial “Line” untuk terus meningkatkan pola pikir kritis ketika

kebiasaan dan adat-istiadat yang dianut seseorang atau masyarakat; pengalaman masa lalu seseorang/kelompok tertentu menjadi landasan atas pendapat atau pandangannya; nilai-nilai yang dianut (moral, etika, dan keagamaan yang dianut atau nilai-nilai yang berlaku di masyarakat); berita-berita, dan pendapat-pendapat yang berkembang yang kemudian mempunyai pengaruh terhadap pandangan seseorang.

Menanggapi adanya emotikon LGBT yang dikeluarkan media sosial “Line”, mahasiswa semester dua mempunyai pemikiran sendiri-sendiri berdasarkan pengetahuan dan sikap kritisnya ketika mengetahui adanya persoalan yang sering mereka hadapi. Dari situlah nantinya mahasiswa semester dua mampu mengungkapkan bagaimana emotikonyang baik dan benar untuk dipublikasikan maupun untuk digunakan oleh pengguna media sosial “Line”.

Mahasiswa semester dua mengungkapkan bahwa sebaiknya media sosial “Line” membuat emotikon yang tidak mengandung unsur budaya dari sebuah golongan. Membuat emotikon harus disesuaikan dengan lingkungan penggunaannya.

Sedangkan mahasiswa semester dua lainnya mengatakan emotikon yang baik itu yang mengajak dan mengarahkan penggunaannya kepada perilaku yang baik. Menurutnya *emoticon* yang seperti itu akan berdampak pula pada media sosial yang mengeluarkannya.

Ada argumen lain dari mahasiswa semester dua mengenai emotikon yang baik, dia mengatakan bahwa emotikon yang bertemakan

Berdasarkan teori ini ialah bahwa manusia amat bervariasi dalam organisasi psikologisnya secara pribadi. Variasi ini sebagian dimulai dari dukungan perbedaan secara biologis, tetapi ini dikarenakan pengetahuan secara individual yang berbeda. Manusia yang dibesarkan dalam lingkungan yang secara tajam berbeda, menghadapi titik-titik pandangan yang berbeda secara tajam pula. Dari lingkungan yang dipelajarinya itu, mereka menghendaki seperangkat sikap, nilai, dan kepercayaan yang merupakan tatanan psikologisnya masing-masing pribadi yang membedakannya dari yang lain.

Dari seperangkat sikap, nilai, dan kepercayaan yang dipegang itulah, mahasiswa mampu beropini tentang bagaimana emotikon yang baik dan benar menurut mahasiswa untuk disampaikan kepada khalayak. Dari sekian mahasiswa semester dua, mereka memegang nilai-nilai dan fokus yang berbeda dalam berpendapat tentang bagaimana seharusnya emotikon yang baik.

Oleh karena itu terdapat perbedaan individual pada setiap pribadi mahasiswa semester dua, maka secara alamiah dapat diduga akan muncul respon yang bervariasi sesuai dengan perbedaan individual itu. Tetapi dengan berpegang tetap pada pengaruh variabel-variabel kepribadian, yakni menganggap khalayak memiliki ciri-ciri kepribadian yang sama (mahasiswa semester dua sama-sama menjadi pengguna aktif media sosial "Line"), teori tersebut tetap akan memprediksi keseragaman tanggapan terhadap stimulus tertentu.

Secara singkat, berbagai faktor akan mempengaruhi reaksi orang terhadap media massa. Faktor-faktor ini meliputi organisasi personal-psikologis individu seperti potensi biologis, sikap, nilai, kepercayaan, serta bidang pengalaman, kelompok-kelompok sosial di mana individu menjadi anggota, dan hubungan-hubungan interpersonal pada proses penerimaan, pengelolaan, dan penyampaian informasi.³

Misalnya, mahasiswa dengan tingkat intelektual dan pengetahuan yang lebih tinggi cenderung lebih peka terhadap fasilitas layanan terbaru pada media sosial “Line” yang menarik perhatian daripada mahasiswa dengan tingkat intelektual lebih rendah. Perbedaan individu lainnya termasuk jenis kelamin, usia, wilayah geografis, tingkat intelektual, kelas sosial ekonomi, dan kekayaan demografi lainnya.⁴ Namun mahasiswa yang mampu memberikan respon terhadap hal baru juga harus diimbangi dengan sikap kritis yang selalu di tingkatkan, karena setiap orang mempunyai potensi biologis, pengalaman belajar, dan lingkungan yang berbeda-beda. Perbedaan inilah yang menyebabkan perbedaan opini ketika adanya pengaruh dari media sosial.

Dalam penelitian ini profil demografi informan yang berbeda-beda dari segi usia, jenis kelamin, jabatan organisasi, pengalaman organisasi, dan pengetahuan yang akhirnya menimbulkan keragaman opini ketika mereka menerima sebuah layanan dari media sosial yang kurang sesuai dengan beberapa aspek yang kontroversial. Dari berbagai perbedaan faktor tersebut

³ Djalaluddin Rakhmat, Psikologi Komunikasi, *Cet.26*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. 2008), hlm. 204

⁴ George Rodman, *Mass Media in a Changing World : History, Industry, Controvers*, (R. R. Donnelley and Sons Inc., 2006), hlm. 458

