



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

PENGGUNAAN EMOJI *WHATSAPP* DALAM  
KOMUNIKASI INTERPERSONAL IBU-IBU DI  
PERUMAHAN GADING KARYA SURABAYA

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel  
Surabaya, Guna memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

**Idha Mahendra Kusmiyanto**  
**NIM. B95219102**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
SURABAYA 2022

## PERNYATAAN KEASLIHAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Idha Mahendra Kusmiyanto  
NIM : B95219102  
Prodi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul **Penggunaan Emoji WhatsApp Dalam Komunikasi Interpersonal Ibu-Ibu di Perumahan Gading Karya Surabaya** adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, 2 Maret 2023

Yang membuat pernyataan,



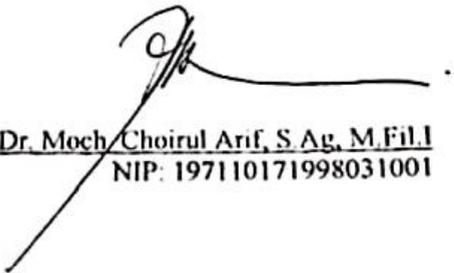
Idha Mahendra Kusmiyanto

B95219102

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Idha Mahendra Kusmiyanto  
NIM : B95219102  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Penggunaan Emoji *WhatsApp* Dalam  
Komunikasi Interpersonal Ibu-Ibu di Perumahan Gading Karya  
Surabaya  
Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan

Surabaya, 27 Desember 2022  
Menyetujui Pembimbing,



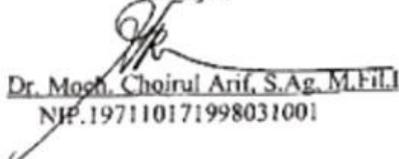
Dr. Moch Choirul Arif, S.Ag, M.Fil.I  
NIP: 197110171998031001

**LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI**  
**PENGUNAAN EMOJI *WHATSAPP* DALAM**  
**KOMUNIKASI INTERPERSONAL IBU-IBU DI**  
**PERUMAHAN GADING KARYA SURABAYA**

SKRIPSI  
Disusun Oleh  
Idha Mahendra Kusmiyanto  
B95219102

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu  
Pada tanggal 11 Januari 2023  
Tim Penguji

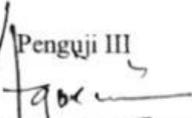
Penguji I

  
Dr. Moch. Choirul Arif, S.Ag, M.Fil.I  
NIP.197110171998031001

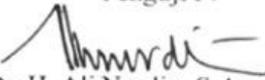
Penguji II

  
Prof. Dr. H. Aswadi, M.Ag  
NIP. 19600412199403100

Penguji III

  
Dr. Agoes Moh. Moefad, SH, M.Si  
NIP.197008252005011004

Penguji IV

  
Dr. H. Ali Nurdin, S.Ag, M.Si  
NIP.197106021998031001



11 Januari 2023

Dekan,

  
Dr. Moch. Choirul Arif, S.Ag, M.Fil.I  
NIP.197110171998031001

# LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: [perpus@uinsby.ac.id](mailto:perpus@uinsby.ac.id)

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Idha Mahendra Kusmiyanto  
NIM : B95219102  
Fakultas/Jurusan : Ilmu Komunikasi  
E-mail address : idhamahendra8@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Penggunaan Emoji WhatsApp Dalam Komunikasi Interpersonal Ibu-Ibu di Perumahan

Gading Karya Surabaya

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 2 Maret 2023  
Penulis

(Idha Mahendra Kusmiyanto)

## ABSTRAK

Idha Mahendra Kusmiyanto, NIM. B95219102, 2022. Penggunaan Emoji *WhatsApp* Dalam Komunikasi Interpersonal Ibu-Ibu di Perumahan Gading Karya Surabaya.

Ada dua persoalan yang dikaji dalam penelitian ini yakni yang pertama tentang penggunaan emoji *whatsapp* dan yang kedua tentang motif ibu-ibu menggunakan emoji *whatsapp* dalam komunikasi interpersonal. Untuk mengatasi kedua permasalahan tersebut. Peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Metode dan pendekatan ini dirasa tepat untuk bisa mencari data dan menggambarkan data.

Adapun hasilnya sebagai berikut: pengguna akan menerima pesan masuk di media *whatsapp* dalam bentuk pesan teks maupun pesan suara (*voice note*). Penggunaan emoji *whatsapp* dilihat dari pembahasan yang mereka bahas dalam proses komunikasi. Setelah itu pengguna akan membalas atau merespon pesan yang diterima dengan kalimat verbal dan juga menyisipkan emoji *whatsapp* yang diinginkannya dengan cara melihat pesan yang diterima, lalu memilih emoji yang ada di aplikasi *whatsapp*, kemudian memencet emoji *whatsapp* yang diinginkan. Motif ibu-ibu di perumahan Gading Karya Surabaya menggunakan emoji *whatsapp* dalam komunikasi interpersonal yakni motif hiburan dan motif memberikan kesan baik. Motif memberikan kesan baik menjadi motif yang paling banyak mendominasi dalam penggunaan emoji *whatsapp*. Mereka ingin menjadi pribadi yang baik, akrab, sopan, ramah, ekspresif, dan peduli ketika menggunakan emoji *whatsapp*.

Kata Kunci: emoji, *whatsapp*, penggunaan, motif

## ABSTRACT

Idha Mahendra Kusmiyanto, NIM. B95219102, 2022. Use of WhatsApp Emoji in Interpersonal Communication for Mothers at Gading Karya Housing, Surabaya.

There are two issues studied in this study, namely the first regarding the use of WhatsApp emojis and the second regarding the motives of mothers using WhatsApp emojis in interpersonal communication. To solve these two problems. Researchers used a qualitative descriptive research method with a phenomenological approach. These methods and approaches are deemed appropriate to be able to find data and describe data.

The results are as follows: users will receive incoming messages on WhatsApp media in the form of text messages or voice messages (voice notes). The use of WhatsApp emojis can be seen from the discussion they discussed in the communication process. After that the user will reply or respond to the received message with verbal sentences and also insert the WhatsApp emoji he wants by viewing the received message, then selecting the emoji in the WhatsApp application, then pressing the desired WhatsApp emoji. The motives of mothers in the Gading Karya Surabaya housing complex using WhatsApp emojis in interpersonal communication are entertainment motives and motives for giving a good impression. Motives that give a good impression are the most dominant motifs in the use of WhatsApp emojis. They want to be kind, friendly, polite, friendly, expressive and caring when using WhatsApp emojis.

Keywords: emoji, whatsapp, use, motive

## مختصرة نبذة

استخدام. 2022، B95219102. نيم ، Idha Mahendra Kusmiyanto  
Gading Karya إسكان في للأمهات الشخصي التواصل في WhatsApp Emoji في  
سورابايا ،

WhatsApp باستخدام تتعلق الأولى ، الدراسة هذه في دراستهما تمت مسألتان هناك  
التواصل في WhatsApp emoji لاستخدام الأمهات بدوافع تتعلق والثانية emojis  
الوصفي البحث أسلوب الباحثون استخدم. المشكلتين هاتين لحل. الأشخاص بين  
على قادرة لتكون مناسبة والأساليب الأساليب هذه تعتبر. ظاهري بمنهج النوعي  
البيانات ووصف البيانات على العثور

على WhatsApp وسائط على واردة رسائل المستخدمون سيستقبل: كالتالي النتائج  
استخدام رؤية يمكن. (صوتية ملاحظات) صوتية رسائل أو نصية رسائل شكل  
سيقوم ذلك بعد. الاتصال عملية في ناقشوها التي المناقشة من WhatsApp emoji  
رمز إدراج وأيضًا شفوية بجمل المستلمة الرسالة على الرد أو بالرد المستخدم  
رمز تحديد ثم ، المستلمة الرسالة عرض خلال من يريده الذي WhatsApp تعبير  
المطلوب WhatsApp emoji على الضغط ثم ، WhatsApp تطبيق في تعبير  
باستخدام السكني Gading Karya Surabaya مجمع في الأمهات دوافع إن  
لإعطاء ترفيهية ودوافع دوافع هي الأشخاص بين التواصل في WhatsApp emoji  
استخدام في شيوعًا الأكثر الدوافع هي جيدًا انطباعًا تعطي الدوافع. جيد انطباع  
وودودين ومهذبين وودودين طبيين يكونوا أن يريدون WhatsApp emoji.  
WhatsApp emoji استخدام عند ومهتمين ومعبرين

المفتاحية الكلمات: emoji، whatsapp، use، motive

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIHAN KARYA .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI .....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	v
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Definisi Konsep.....	7
F. Sistematika Pembahasan.....	10
BAB II .....	12
KAJIAN TEORETIK .....	12
A. Kajian Pustaka.....	12
B. Kajian Teori .....	25
C. Kerangka Pikir Penelitian .....	27
D. Penggunaan Emoji Dalam Perspektif Islam .....	27
E. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	30
BAB III METODE PENELITIAN .....	36
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	36
B. Subjek, Objek, dan Lokasi Penelitian.....	37
C. Jenis dan Sumber data .....	38
D. Tahap -Tahap Penelitian .....	40
E. Teknik Pengumpulan Data.....	47
F. Teknik Validitas Data.....	50
G. Teknik Analisis Data.....	51

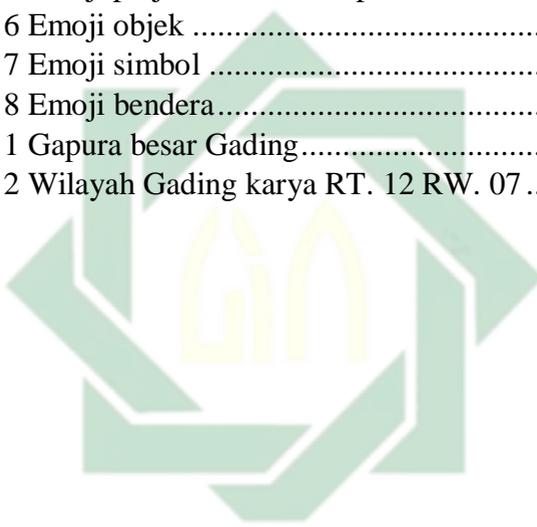
BAB IV .....	53
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	53
A. Gambaran Umum Subyek Penelitian .....	53
B. Penyajian Data .....	57
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	71
1. Perspektif Teori .....	72
2. Perspektif Islam .....	76
BAB V .....	82
PENUTUP .....	82
A. Kesimpulan .....	82
B. Rekomendasi .....	83
C. Keterbatasan Penelitian .....	83
DAFTAR PUSTAKA .....	84



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Emoji <i>smiley</i> dan orang .....	16
Gambar 2. 2 Emoji bintang dan alam .....	16
Gambar 2. 3 Emoji makanan dan minuman .....	17
Gambar 2. 4 Emoji aktivitas .....	17
Gambar 2. 5 Emoji perjalanan dan tempat .....	17
Gambar 2. 6 Emoji objek .....	18
Gambar 2. 7 Emoji simbol .....	19
Gambar 2. 8 Emoji bendera .....	19
Gambar 4. 1 Gapura besar Gading .....	54
Gambar 4. 2 Wilayah Gading karya RT. 12 RW. 07 .....	55



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dari revolusi *industry* 4.0 hingga era *society* 5.0 perkembangan teknologi telah mengalami kemajuan yang pesat. Tidak hanya itu bahkan pola hidup masyarakat sekarang juga sudah modern mengikuti perkembangan kecanggihan teknologi. Era *society* 5.0 seperti saat ini masyarakat berdampingan langsung dengan teknologi bahkan saat ini masyarakat dituntut untuk menguasai dan memanfaatkan teknologi. Seperti halnya ketika kita akan melakukan komunikasi dengan orang lain seperti keluarga, teman, saudara, atau orang lain yang berada jauh dari kita, komunikasi dengan mereka bisa dilakukan dengan menggunakan teknologi komunikasi terkini. Hal ini berbeda dengan zaman dulu yang memiliki perbedaan dalam menyampaikan pesan atau bertukar pesan. Masyarakat zaman dulu ketika akan melakukan komunikasi dengan orang lain mereka akan menggunakan media surat. Media surat tersebut membutuhkan waktu yang cukup lama agar pesan bisa terkirim dan sampai ke penerima pesan begitu juga sebaliknya. Oleh sebab itu dengan adanya teknologi di era ini yang serba canggih, modern, dan serba praktis maka jadi proses komunikasi ini terbilang efisien hanya membutuhkan waktu yang singkat dan walaupun terdapat perbedaan jarak yang jauh.

Perkembangan media dan teknologi komunikasi telah berkembang dengan cepat hingga muncul istilah *Computer Mediated Communication* (CMC). CMC merupakan pemanfaatan perantara *computer* atau perangkat elektronik dalam proses komunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dengan tujuan sebagai media pertukaran informasi, komunikasi interpersonal, tujuan pembelajaran

dan lain-lain. Teknologi yang sering digunakan dan berkembang saat ini sebagian besar dapat dikelompokkan sebagai CMC salah satunya yakni media sosial seperti *WhatsApp, Line, Telegram, Instagram, Twitter*, dan masih banyak lagi. Namun aplikasi *chatting* yang paling banyak digunakan dalam skala global yakni *WhatsApp*.<sup>1</sup> *Whatsapp* merupakan aplikasi pesan digital yang mempermudah penggunaannya untuk bertukar pesan tanpa pulsa. *Whatsapp* digunakan oleh masyarakat sebagai alat komunikasi untuk mengirim pesan. Pesan yang diterima oleh komunikan lebih cepat sehingga informasi yang disampaikan lebih efektif dan memuaskan.

Menurut laporan *Business of Apps*, jumlah pengguna *whatsapp* di seluruh dunia diperkirakan akan mencapai 2,41 miliar pada kuartal kedua tahun 2022. Hal ini merupakan peningkatan sebanyak 5,41% dari kuartal kedua tahun lalu (\$2,28 miliar). *Whatsapp* telah digunakan di lebih dari 100 negara, jumlah pengguna tersebut tetap konsisten bertambah terus dalam lima tahun terakhir. Pada tahun 2021 menurut laporan *Business of Apps*, pengguna *whatsapp* terbesar yakni india sebanyak 390 juta orang, Brazil yakni sebanyak 148 juta orang dan Indonesia 112 juta orang. Dalam Status Literasi Digital di Indonesia tahun 2021 yang dirilis oleh *Katadata Insight Center* (KIC) dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika mengatakan bahwa *whatsapp* sebagai platform yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. 27,6% responden mengatakan sangat sering menggunakan aplikasi *whatsapp*, 52% mengatakan sering menggunakan aplikasi *whatsapp*, 16,6% mengatakan jarang menggunakan aplikasi *whatsapp*,

---

<sup>1</sup> Yao. M. Z. and Ling. R, “*What Is Computer-Mediated Communication? An Introduction to the Special Issue*,” *Journal of Computer Mediated Communication*, Vol. 25, No. 1, 2020, hal. 4–8

dan 3,8% mengatakan sangat jarang menggunakan aplikasi *whatsapp*.<sup>2</sup>

Penggunaan CMC membuat proses komunikasi lebih praktis dan fleksibel namun kekurangan dari komunikasi daring seperti CMC ini terletak pada keterbatasan pengguna tidak mampu melakukan komunikasi nonverbal sehingga emosi atau perasaan yang dialami tidak tersampaikan dengan baik, jadi penerima pesan akan mengalami kesulitan dalam memahami dan mengeksplorasi pesan yang dikirimkan oleh orang lain.<sup>3</sup> Komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang disampaikan melalui berbagai bentuk seperti kode, simbol, ekspresi, dan intonasi. Komunikasi nonverbal ini menjadi point pendukung dalam komunikasi verbal agar proses komunikasi antara komunikator dan komunikan menjadi efektif.<sup>4</sup> Kekurangan dari komunikasi daring tersebut akan menjadi penghambat dalam proses komunikasi karna memungkinkan terdapat kesalahpahaman atau perbedaan persepsi. Keterbatasan fitur dalam proses komunikasi daring tersebut diperlukan adanya cara untuk mencegah atau meminimalisir terjadinya kesalahpahaman antarindividu. Sebagai pengguna *whatsapp* tertinggi, masyarakat Indonesia menggunakan aplikasi ini untuk berkomunikasi secara virtual dengan pengguna sesama *whatsapp*. Aplikasi *whatsapp* ini juga menjadi sarana komunikasi verbal maupun nonverbal. Hal ini terlihat dari salah satu fitur yang terdapat di dalam aplikasi *whatsapp*

---

<sup>2</sup> Cindy Mutia Annur, "Pengguna *WhatsApp* Terus Bertambah, Ini Jumlahnya Sekarang," *Katadata.co.id*, 07/10/2022.

<sup>3</sup> Putra. R. S, Irwansyah. I, "Media Komunikasi Digital, Efektif Namun Tidak Efisien, Studi *Media Richness Theory* dalam Pembelajaran Jarak Jauh Berbasis Teknologi di Masa Pandemi," *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol. 3, No. 2, 2020, hal. 1-13

<sup>4</sup> Desiani Natalina dan Gilar Gandana. *Komunikasi Dalam PAUD*, (Tasikmalaya: Ksatria Siliwangi, 2017), hal. 2

yaitu emoji atau emotikon saat akan melakukan chatting dan menjadi media berekspresi bagi para komunikator atau pengirim pesan *whatsapp*.

Emoji biasanya dapat digunakan pada aplikasi yang didukung dengan jaringan internet seperti media-media *Computer Mediated Communication (CMC)*. Saat ini masyarakat cenderung sering menggunakan aplikasi *chatting* berbasis internet dari pada sms yang menggunakan pulsa. Emoji merupakan fitur dalam aplikasi *whatsapp* yang berisikan simbol-simbol yang dapat merepresentasikan ekspresi wajah setiap individu. Berbagai bentuk simbol emoji yang terdapat di aplikasi tersebut seperti ekspresi bahagia, senang, sedih, marah, kecewa, nangis<sup>5</sup> dan bahkan dengan berkembangnya teknologi emoji saat ini memiliki banyak rupa dan bentuk. Tidak hanya dapat mengekspresikan perasaan saja saat ini emoji juga menjadi simbol kegiatan yang sedang dilakukan seseorang.<sup>6</sup>

Menurut Groot, emoji digunakan untuk pelengkap kebutuhan dalam berkomunikasi. Namun, pengguna emoji harus memiliki makna terhadap isi pesan yang akan disampaikan sehingga pesan dapat tersampaikan dengan baik.<sup>7</sup> Komunikasi nonverbal terutama dalam penggunaan emoji, menjadi sangat penting karena tidak semua orang menggunakan komunikasi nonverbal setiap kali mereka

---

<sup>5</sup> Fakhruroji. M, "Texting culture dan perilaku empati di era media baru: Memahami ekspresi belasungkawa di *Whatsapp*," Jurnal Sosioteknologi, Vol. 18, No. 2, 2019, hal. 265–277

<sup>6</sup> Sobang, Regina Rivan, Endang Werdiningsih, and Khoirul Efendiy, "Penggunaan Emoticon *Whatsapp* Bagi Mahasiswa Sumba Tengah Di Universitas Wisnuwardhana Malang," Jurnal Penelitian & Pengkajian Ilmiah Mahasiswa (JPPIM), Vol. 1, No. 2, 2020, hal. 79-89

<sup>7</sup> Groot. Kim de, "Analisis Semiotika Terhadap Penggunaan Emoticon *Whatsapp* Dalam Komunikasi Interpersonal Antar Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2013," *World Development*, Vol. 1, No. 1, 2018, hal. 1–15

akan berkomunikasi melalui *chatting*. Oleh sebab itu prinsip emoji yakni sebagai media mengekspresikan perasaan yang sedang dirasakan oleh pengguna dengan pesan singkat yang disampaikan kepada penerima pesan. Komunikasi adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan komunikasi. Oleh karena itu proses komunikasi mengikuti arah dan terstruktur untuk mencapai tujuan.<sup>8</sup>

Penggunaan emoji *whatsapp* dalam komunikasi virtual merupakan fenomena menarik untuk dibahas karena penggunaan emoji dapat dipersepsikan secara berbeda oleh orang yang berbeda terutama oleh ibu-ibu. Ibu-ibu yang dimaksud dalam penelitian ini yakni ibu-ibu dengan kisaran umur 30-40 tahun yang dimana termasuk dalam gen millennial. Sebagian besar ibu milenial banyak mengalami tantangan dan tuntutan untuk bisa melek digital. Jadi dalam memahami bagaimana penggunaan emoji *whatsapp* dalam komunikasi interpersonal ibu-ibu di Perumahan Gading Karya Surabaya, perlu penelitian lebih lanjut untuk menjelaskan fenomena tersebut.

Berdasarkan paparan diatas peneliti berasumsi bahwa penggunaan emoji *whatsapp* dalam komunikasi interpersonal ibu-ibu di Perumahan Gading Karya Surabaya dijadikan sarana memperjelas pesan yang ingin disampaikan dan menghindari salah persepsi antarpribadi.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana ibu-ibu di perumahan Gading Karya Surabaya menggunakan emoji *whatsapp* dalam komunikasi interpersonal?

---

<sup>8</sup> Husniyatus Salamah Zainiyati. Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis ICT. (Jakarta: Kencana, 2017), hal 40.

2. Apa motif ibu-ibu di perumahan Gading Karya Surabaya menggunakan emoji whatsapp dalam komunikasi interpersonal?

### **C. Tujuan penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk memahami dan mendeskripsikan ibu-ibu di perumahan Gading Karya Surabaya menggunakan emoji *whatsapp* dalam komunikasi interpersonal.
2. Untuk memahami dan mendeskripsikan motif ibu-ibu di perumahan Gading Karya Surabaya menggunakan emoji *whatsapp* dalam komunikasi interpersonal.

### **D. Manfaat Penelitian**

Peneliti berharap dalam penelitian ini dapat bermanfaat baik secara akademis maupun praktis, serta bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat dalam penelitian ini. Adapun manfaat dari penelitian ini antara lain :

#### **1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Sebagai landasan dan referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya tentang penggunaan emoji.
- b. Sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan akademis dalam bidang komunikasi nonverbal dan komunikasi interpersonal.

#### **2. Manfaat Praktis :**

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan, diantaranya yakni:

- a. Bagi peneliti, memberi pengetahuan mengenai komunikasi yang baik dengan menggunakan emoji.
- b. Bagi pengguna *whatsapp*, dapat dijadikan referensi dalam melakukan komunikasi interpersonal melalui *chattingan whatsapp* agar tidak salah paham akan maksud pesan tersebut.

## E. Definisi Konsep

### 1. Penggunaan Emoji *WhatsApp*

Menurut KBBI, penggunaan berarti teknik bagaimana sesuatu dibuat atau digunakan.<sup>9</sup> Penggunaan yakni tindakan menggunakan atau memakai sesuatu benda, seperti fasilitas atau barang. Ardianto menjelaskan dalam buku Komunikasi Massa bahwa kedalaman penggunaan media dapat diukur dari frekuensi dan lamanya penggunaan media.<sup>10</sup>

*Whatsapp* merupakan sebuah platform aplikasi pesan instan yang dapat digunakan melalui *smartphone*. Aplikasi ini dapat mengirim dan menerima pesan, namun tidak seperti pesan teks dan ponsel. *Whatsapp* tidak menggunakan pembayaran pulsa seperti pesan teks sebagai gantinya menggunakan paket data internet melalui koneksi 3G, 4G, atau WiFi.<sup>11</sup> *Whatsapp* tidak hanya tersedia di *smartphone* namun juga dapat ditemukan di internet atau lebih dikenal dengan situs *whatsapp web*. *Whatsapp* juga

---

<sup>9</sup> Depdiknas RI. Kamus Besar Bahasa Indonesia. (Jakarta : Balai Pustaka, 2002), hal. 852

<sup>10</sup> Ardianto Elvinaro. Komunikasi Massa : Suatu Pengantar. (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2004), hal. 125

<sup>11</sup> A Andjani, IA Ratnamulyani, AA Kusumadinata, "Penggunaan Media Komunikasi *Whatsapp* Terhadap Efektifitas Kinerja Karyawan," Jurnal Komunikatio, Vol. 4, No. 1, 2018, hal. 43

memiliki dua macam yakni *whatsapp* pribadi yang bisa digunakan untuk berkomunikasi secara personal dan juga *whatsapp Business* yang bisa digunakan untuk keperluan dalam berbisnis. Sama halnya dengan aplikasi *chatting* lainnya, *whatsapp* memiliki keunggulannya sendiri. *Whatsapp* memiliki beberapa fitur untuk mendukung proses komunikasi pengguna. Fitur yang tersedia di aplikasi *whatsapp* yakni perpesanan teks, perpesanan suara, chat grup, panggilan suara dan video, fitur keamanan end to end, membagikan gambar, video, dokumentasi dan juga bisa berbagi maps serta bisa membagikan bentuk ekspresi melalui emoji, stiker, dan gift yang tersedia di aplikasi *whatsapp*.

Secara *etimologis* kata emoji berasal dari kata Jepang yakni “e” artinya gambar serta kata “moji” artinya huruf atau karakter. Emoji adalah simbol digital yang banyak digunakan dalam komunikasi yang di mediasi teks di internet, di media elektronik, dan dalam aplikasi pesan instan seperti halnya *whatsapp* untuk mewakili representasi grafis yang terkait dengan ekspresi fisiologis otentik dan juga mengekspresikan emosi atau mempertegas pesan dalam proses berkomunikasi visual.<sup>12</sup> Jadi penggunaan emoji *whatsapp* yang dimaksud dalam penelitian ini yakni cara ibu-ibu di perumahan Gading Karya Surabaya dalam menggunakan simbol karakter digital yang ada di dalam aplikasi *whatsapp* pada proses komunikasi interpersonal.

---

<sup>12</sup> Aluja, A, Balada, F, Blanco, E, Lucas, I, & Blanch, A, “*Stratle reflex modulation by affective face “Emoji” pictographs,*” *Psychological Research*, Vol. 82, No. 1, 2018

## 2. Komunikasi Interpersonal

Secara etimologi komunikasi interpersonal berasal dari kata Inggris “*inter*” yang berarti antar dan “*person*” yang berarti orang. Jadi komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran informasi antara individu dengan individu untuk membuat informasi itu bermakna. Komunikasi Berelson dan Steiner merupakan kombinasi pesan, pikiran, perasaan, dan pengetahuan melalui kata-kata, angka, gambar, dan lain-lain. Ruben dan Steart juga mendefinisikan komunikasi sebagai tanggapan terhadap pesan yang diterima dan penciptaan pesan baru ketika orang berinteraksi dengan orang lain melalui proses menciptakan dan menafsirkan pesan. Penafsiran pesan yang didalamnya terdapat bentuk lambang atau kumpulan lambang yang memiliki makna tersendiri.<sup>13</sup> Jadi komunikasi interpersonal yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu proses penyampaian pesan dan pertukaran informasi melalui aplikasi *whatsapp* yang dilakukan ibu-ibu di perumahan Gading Karya Surabaya.

## 3. Ibu-ibu di Perumahan Gading Karya Surabaya

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, ibu merupakan seorang wanita yang sudah melahirkan anak dan juga sebutan bagi wanita yang sudah menikah.<sup>14</sup> Ibu merupakan orang tua perempuan biologis atau sosial dari seorang anak. Panggilan ibu juga dapat digunakan dari seseorang yang mengisi peranannya seperti sebagai orang tua angkat karena

---

<sup>13</sup> Suryanto. Pengantar Ilmu Komunikasi. (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015)

<sup>14</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia

adopsi atau ibu tiri (istri ayah biologis anak). Ibu-ibu Perumahan Gading Karya Surabaya yang dimaksud dalam penelitian ini yakni ibu-ibu dengan kisaran umur 30–40 tahun yang merupakan warga di perumahan Gading Karya RT. 12 RW. 07 Kota Surabaya.

## **F. Sistematika Pembahasan**

Dalam penelitian ini supaya lebih mudah dipahami oleh penulis dan pembacanya, maka penulis melakukan pembahasan yang sistematis supaya penelitian ini dapat terstruktur dan dapat menjadi gagasan yang komprehensif. Berikut sistematika pembahasan mengenai penelitian penggunaan emoji *whatsapp* dalam komunikasi interpersonal ibu-ibu di perumahan Gading karya Surabaya.

### **Bab I Pendahuluan**

Bagian ini memberikan informasi latar belakang tentang pertanyaan yang diajukan dalam topik penelitian dan kemudian mendefinisikan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konsep, dan sistematika pembahasan.

### **Bab II Kajian Teoritik**

Bagian ini menyajikan landasan teori peneliti dan penjelasan konseptual untuk penggunaan emoji *whatsapp*. Dalam pembahasan ini juga mencakup hasil penelitian sebelumnya yang berpartisipasi dalam penelitian ini.

### **Bab III Metode Penelitian**

Bagian ini menjelaskan tentang metode yang digunakan peneliti dalam penelitiannya meliputi pendekatan, jenis pendekatan, unit analisis, jenis dan sumber data, tahapan penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

#### **Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Bagian ini memberikan gambaran umum tentang topik penelitian, penyajian data, pembahasan hasil penelitian dengan berdasarkan teori dan perspektif islam.

#### **Bab V Penutup**

Bagian ini berisi kesimpulan, rekomendasi, keterbatasan dalam penelitian, daftar pustaka dan lampiran.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## BAB II KAJIAN TEORETIK

### A. Kajian Pustaka

#### 1. Penggunaan Emoji *WhatsApp*

##### a. Pengertian emoji dan *whatsapp*

Menurut KBBI, penggunaan berarti teknik, cara melakukan atau menggunakan sesuatu.<sup>15</sup> Penggunaan adalah penggunaan atau pemanfaatan sesuatu seperti benda atau produk. Dalam buku Komunikasi Massa, Ardianto berpendapat bahwa kedalaman penggunaan suatu media dapat diukur dari frekuensi dan lamanya penggunaan media.<sup>16</sup>

Secara *etimologis* kata emoji berasal dari kata Jepang yakni “e” artinya gambar dan “moji” artinya huruf atau karakter. Emoji adalah simbol digital yang banyak digunakan dalam komunikasi yang di mediasi teks di internet, di media elektronik, dan dalam aplikasi pesan instan seperti halnya *whatsapp* untuk mewakili representasi grafis yang terkait dengan ekspresi fisiologis otentik dan juga mengekspresikan emosi atau mempertegas pesan dalam proses berkomunikasi visual.<sup>17</sup>

*Whatsapp* merupakan sebuah platform aplikasi pesan instan yang dapat digunakan melalui *smartphone*. Aplikasi ini memiliki kemampuan untuk mengirim dan menerima pesan, tetapi berbeda dengan

---

<sup>15</sup> Depdiknas RI. Kamus Besar Bahasa Indonesia. (Jakarta : Balai Pustaka, 2002), hal. 852

<sup>16</sup> Ardianto Elvinaro. Komunikasi Massa : Suatu Pengantar. (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2004), hal. 125

<sup>17</sup> Aluja, A, Balada, F, Blanco, E, Lucas, I, & Blanch, A, “*Stratle reflex modulation by affective face “Emoji” pictographs,*” *Psychological Research*, Vol. 82, No. 1, 2018

sms dan ponsel. *Whatsapp* tidak menggunakan pembayaran pulsa seperti pesan teks sebagai gantinya menggunakan paket data internet melalui koneksi 3G, 4G, atau WiFi.<sup>18</sup> *Whatsapp* tidak hanya tersedia di *smartphone* namun juga dapat ditemukan di internet atau lebih dikenal dengan situs *whatsapp web*. *Whatsapp* juga memiliki dua macam yakni *whatsapp* pribadi yang bisa digunakan untuk berkomunikasi secara personal dan juga *whatsapp business* yang bisa digunakan untuk keperluan dalam berbisnis. Sama halnya dengan aplikasi chatting lainnya, *whatsapp* memiliki keunggulannya sendiri. *Whatsapp* memiliki beberapa fitur untuk mendukung proses komunikasi pengguna. *Whatsapp* memiliki beberapa fitur untuk mendukung proses komunikasi pengguna. Fitur yang tersedia di aplikasi *whatsapp* yakni:<sup>19</sup>

1. Pesan teks, fitur komunikasi yang memungkinkan pengguna untuk saling mengirim pesan satu sama lain. Untuk mengirim pesan ada juga fitur *disappearing message* yang memungkinkan pengguna mengirim pesan yang otomatis akan terhapus setelah 24 jam atau 90 hari. Pengguna juga dapat mengirim 2 GB foto, video, atau dokumen berukuran penuh per pesan pribadi atau grup.
2. *Voice note*, sebuah fitur pesan berisi audio dalam format teks. Pengguna merekam audio dan mengirimkannya ke pengirim pesan.

---

<sup>18</sup> A Andjani, IA Ratnamulyani, AA Kusumadinata, "Penggunaan Media Komunikasi *Whatsapp* Terhadap Efektifitas Kinerja Karyawan," Jurnal Komunikatio, Vol. 4, No. 1, April 2018, hal 43

<sup>19</sup> Afina Amna, "*Whatsapp* Dan Konsep Jarak Sosial Baru di Masyarakat", Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 1, No. 2, 2018, hal 138

3. *Calling*, fitur panggilan suara yang sama seperti pada telepon biasa.
4. *Video call*, sebuah fitur panggilan yang memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi dengan orang lain dengan menyajikan suara dan tampilan layar antar lawan bicara.
5. *Status*, fitur yang memungkinkan penggunaannya untuk membuat status berupa teks, gambar, video, atau suara. Namun status *whatsapp* bersifat sementara, jadi hanya ditampilkan selama 24 jam selebihnya akan dihapus secara otomatis.

#### **b. Sifat-sifat emoji**

Masyarakat menggunakan fitur emoji tergantung pada sejumlah faktor. Salah satu alasannya adalah karena emoji populer di seluruh dunia.<sup>20</sup> Sifat emoji yang memungkinkan pengguna lain untuk menggunakan fitur emoji meliputi:

1. Sifat *structural semantic*, sebelum menggunakan emoji pengguna perlu mengetahui arti dari emoji yang akan mereka gunakan. Penjelasan arti emoji tersebut dapat ditemukan di *Unicode Consortium*, namun sebagian besar pengguna tidak membacanya. Pengguna emoji lebih memilih memberi makna atau membuat karakter emoji sendiri. Karakter ini mengartikan emoji sebagai kata yang paling menggambarkan makna emoji.

---

<sup>20</sup> Ai, W., Lu, X., Liu, X., Wang, N., Huang, G., & Mei, Q. (2017). Untangling emoji popularity through semantic embeddings. Proceedings of the Eleventh International AAAI Conference on Web and Social Media.

2. Pengguna dapat menambahkan kata-kata, emoji berfungsi sebagai tambahan kata atau frasa untuk menghindari kesalahpahaman saat berkomunikasi dan penerima pesan lebih mudah mengingat dan menafsirkan isi pesan.
3. Pesan yang emosional, pengguna sering menggunakan emoji untuk menyampaikan pesan emosionalnya seperti menangis, tertawa, bahagia dan lain-lain.

**c. Macam-macam emoji *whatsapp***

Ada beberapa macam emoji di media *whatsapp* yang dapat digunakan oleh pengguna *whatsapp*. Macam-macam fitur emoji yang ada di aplikasi *whatsapp* yakni :

**1) Emoji *smiley* dan orang**





Gambar 2. 1 Emoji smiley dan orang

## 2) **Emoji binatang dan alam**



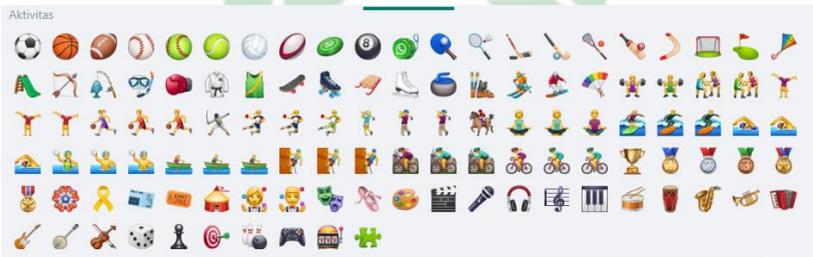
Gambar 2. 2 Emoji bintang dan alam

### 3) Emoji makanan dan minuman



Gambar 2. 3 Emoji makanan dan minuman

### 4) Emoji aktivitas



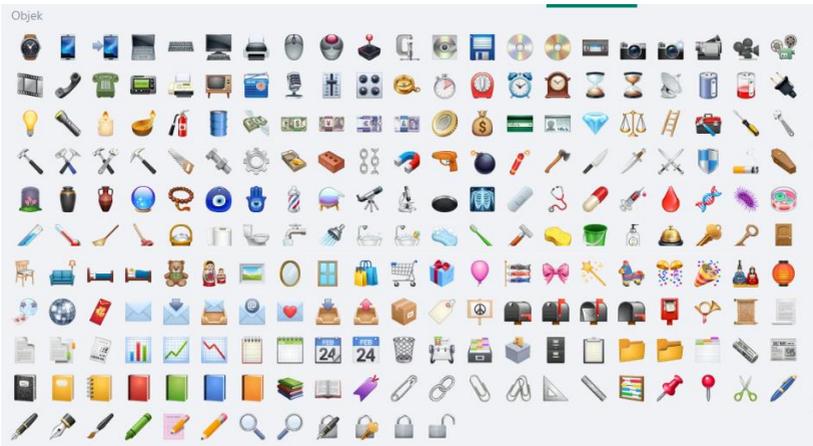
Gambar 2. 4 Emoji aktivitas

### 5) Emoji perjalanan dan tempat



Gambar 2. 5 Emoji perjalanan dan tempat

## 6) Emoji objek



Gambar 2. 6 Emoji objek

## 7) Emoji simbol





Gambar 2. 7 Emoji simbol

## 8) Emoji bendera



Gambar 2. 8 Emoji bendera

## 2. Komunikasi Interpersonal

### a. Pengertian Komunikasi Interpersonal

Secara etimologi komunikasi interpersonal berasal dari kata Inggris “*inter*” yang berarti antar dan “*person*” yang berarti orang. Jadi komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran informasi antara individu dengan individu untuk membuat informasi itu bermakna. Komunikasi Berelson dan Steiner merupakan kombinasi pesan, pikiran, perasaan, dan pengetahuan melalui kata-kata, angka,

gambar, dan lain-lain. Ruben dan Steart juga mendefinisikan komunikasi sebagai tanggapan terhadap pesan yang diterima dan penciptaan pesan baru ketika orang berinteraksi dengan orang lain melalui proses menciptakan dan menafsirkan pesan. Penafsiran pesan yang didalamnya terdapat bentuk lambang atau kumpulan lambang yang memiliki makna tersendiri.<sup>21</sup>

### **b. Tujuan Komunikasi Interpersonal**

Menurut jurnal Suryanto, komunikasi interpersonal memiliki beberapa tujuan dan mereka tidak selalu sadar atau disengaja. Namun hal ini bisa terjadi secara tidak sadar dan tidak memiliki tujuan tertentu.<sup>22</sup> Tujuan-tujuan ini adalah:

1. Mempelajari sikap dan perilaku orang lain, dalam komunikasi interpersonal seseorang dapat berbicara, menjelajahi, dan memahami dunia luar seperti yang sering diberitakan di media. Komunikasi interpersonal juga dapat mendefinisikan situasi yang berkaitan dengan situasi yang berkaitan dengan situasi sosial orang lain. Ini membangun harga diri yang dalam dan menumbuhkan pemahaman tentang pengetahuan dan keterampilan yang nantinya akan mengarah pada inovasi.
2. Keinginan untuk memelihara dan mengembangkan hubungan interpersonal serta mengembangkan perasaan cinta dan kasih sayang. Tujuan komunikasi interpersonal adalah

---

<sup>21</sup> Suryanto. Pengantar Ilmu Komunikasi. (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015)

<sup>22</sup> Ibid

- untuk berbagi dan meningkatkan rasa sejahtera yang berkembang dengan harga diri yang positif.
3. Mempengaruhi sikap dan perilaku orang lain biasanya beberapa orang mendorong atau membujuk orang lain untuk memperhatikan mereka. Inilah tujuan dari komunikasi interpersonal yakni membujuk orang lain untuk berkomunikasi.
  4. Menghibur diri sendiri, ketika seseorang sudah merasa stress dalam suatu hal menghibur diri sendiri menjadi sangat penting. Karena dengan mendapatkan kesenangan dari sebuah hiburan akan mendapatkan suasana yang lepas.

### **c. Proses Komunikasi Interpersonal**

Tiga keterampilan yang dapat dikatakan efektif dalam komunikasi interpersonal adalah keterampilan verbal dan nonverbal yang mendorong perilaku efektif dan keterampilan berperilaku serta keterampilan membangun motivasi untuk terlibat dalam komunikasi interpersonal. Morrisson menjelaskan ada empat cara untuk mengatahuinya yaitu, observasi objektif, observasi subjektif, laporan diri, dan laporan penerimaan.

Dalam proses observasi objektif komunikator hanya akan menyampaikan informasi yang diperlukan, menelaah proses dan isi informasi, komunikasi mencari cara untuk menyampaikan pesannya dengan jelas, intens, dan jujur. Hal tersebut juga menjadi dasar kompetensi seseorang dalam proses komunikasi interpersonal. Proses observasi subjektif, komunikator yang menyampaikan pesan akan diamati oleh komunikasi untuk melihat keterampilan komunikasi

interpersonal individu dalam menyampaikan pesan. Laporan diri dan penerimaan terhadap laporan tersebut merupakan suatu pendekatan yang saling berhubungan. Penerimaan terhadap laporan diri adalah cara bagi orang untuk mengenali, memahami, dan mengkomunikasikan keterampilan serta kemampuan komunikasi mereka.<sup>23</sup>

Komunikasi interpersonal memiliki beberapa konteks, yaitu pemahaman dengan mengamati komponen utama komunikasi interpersonal. Komponen-komponen ini diidentifikasi melalui proses pengiriman dan penerimaan pesan dari satu orang ke orang lain untuk umpan balik. Komponen-komponen tersebut dapat dilihat pada diagram komunikasi interpersonal secara umum. Konteks (lingkungan) komponen komunikasi yang disampaikan sebagai pilihan komunikasi adalah sumber, *encoder*, penerimaan, *decoder*, *feedback*, pesan yang akan dikirim, distorsi dan efek.<sup>24</sup>

#### **d. Faktor-Faktor Komunikasi Interpersonal**

Setiap individu tidak dapat dipisahkan oleh hambatan komunikasi dalam komunikasi interpersonal. Salah satunya tantangannya adalah ketidakmampuan individu untuk membangun hubungan yang kuat dengan orang lain. Meskipun komunikasi bergantung pada hubungan tersebut. Kemampuan untuk berkomunikasi dengan orang

---

<sup>23</sup> Primasari, W, “Pengelolaan kecemasan dan ketidakpastian diri dalam berkomunikasi studi kasus mahasiswa perantau UNISMA Bekasi”, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 12, No. 1, 2015, hal. 56

<sup>24</sup> Ibid, hal. 57

lain dipengaruhi oleh banyak hal yang berbeda. Misalnya masalah internal dan eksternal individu seperti rendahnya rasa percaya diri, kepekaan terhadap kritik, tanggap terhadap pujian, terlalu kritis, kecenderungan untuk tidak disukai orang lain, pemikiran suram, dan kecemasan komunikasi adalah awal dari semuanya.

Kurang percaya diri yaitu dorongan untuk menekan rasa percaya diri yang lemah, membuat orang menghindari dari interaksi sosial. Seseorang yang secara pribadi peka terhadap kritik dari orang lain cenderung menjadi marah dan menghindari pembicaraan.

*Responsive* terhadap pujian merupakan puas dengan banyak pujian yang mereka terima dari orang lain dan terus menerus mengelus, mengkritik, dan merendahkan semua orang. Hiperkritik mencegah seseorang untuk mengakui atau menghargai kebajikan orang lain. Orang yang marah baik secara verbal maupun nonverbal dalam menanggapi suatu pernyataan cenderung dibenci orang lain. Seorang komunikator yang takut berbicara menarik diri dari lingkungan, selalu berusaha menghindari pembicaraan, dan tidak ingin bersaing dengan orang lain.<sup>25</sup>

### 3. Motif

#### a. Pengertian motif

Motif berasal dari kata *movare* atau *motion* yang memiliki arti menggerakkan atau sesuatu yang

---

<sup>25</sup> Ibid, hal. 60

bergerak.<sup>26</sup> Motif adalah hubungan sistematis antara respon dan keadaan dorongan tertentu. Motif merupakan suatu dorongan pada diri manusia yang menyebabkan seseorang berperilaku dengan cara tertentu agar tujuan yang di inginkan secara tepat sasaran kepuasannya.<sup>27</sup> Jadi motif merupakan suatu dorongan yang membuat seseorang melakukan suatu sikap atau tindakan tertentu.

### **b. Aspek motif**

Motivasi mempunyai tiga aspek didalamnya yaitu:

- 1) Keadaan tubuh dimana ia bergerak (*a drive state*), jadi kesiapan untuk bertindak sesuai dengan kebutuhan fisik, lingkungan, atau mental seperti pikiran dan ingatan.
- 2) Perilaku yang disebabkan dan dimotivasi oleh situasi tertentu.
- 3) Tujuan yang dilakukan oleh perilaku tersebut.

### **c. Macam-macam motif**

Berikut ini adalah motif-motif yang timbul pada diri manusia ketika berkomunikasi:

- 1) Motif pengetahuan, motif yang berkaitan dengan keinginan untuk memuaskan kebutuhan akan pengetahuan.
- 2) Motif hiburan, motif yang berhubungan dengan kesenangan atau ingin mendapatkan rasa senang.

---

<sup>26</sup> Pramiyanti, A., Putri, I. P., Nureni, R, “Motif Remaja dalam Menggunakan Media Baru (Studi Pada Remaja di Daerah Sub-Urban Kota Bandung)” Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi, Vol. 6, No. 2, 2014

<sup>27</sup> M. Nur Ghufro dan Rini Risnawita S. Teori-Teori Psikologi. (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), hal. 83

- 3) Motif memberikan kesan, motif yang di dorong oleh keinginan untuk memperkuat status, menambah kepercayaan diri, atau untuk memberikan kesan baik, ramah, dan sopan.
- 4) Motif integratif sosial, motif untuk memperkuat ikatan sosial dengan berbagi informasi dengan orang lain seperti keluarga dan teman.
- 5) Motif pelarian, motif untuk melarikan diri sendiri dari kebosanan atau kesendirian.

## **B. Kajian Teori**

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori logika desain pesan yang merupakan teori yang diajukan oleh Barbara J.O'Keefe pada tahun 1997. Logika berasal dari kata Yunani yakni *logos* yang menyiratkan sebuah kata atau ide. Teori ini melekat pada sifat teori produksi pesan, yang meneliti bagaimana orang menciptakan dan mengkomunikasikan makna dalam interaksi sosial dan budaya dalam proses penciptaan pesan, ujaran, atau ekspresi dijelaskan dalam tahap pembuatan pesan. Definisi teoretis yang tercatum di sini sering menjelaskan prosedur enkripsi dalam konteks pembuatan pesan. Pembaca dapat memahami proses pembuatan berkat penjelasan yang diberikan yang mencakup pengertian logika desain pesan (*massage design logic*).<sup>28</sup> Awalnya Barbara O'Keefe pendukung teori konstruktivis akhirnya memperluas teori tersebut dengan memasukkan pandangan tentang bagaimana berita diproduksi. Dalam disertasinya ia menegaskan bahwa orang memahami komunikasi secara berbeda, membingkai pesan secara berbeda, dan membuat keputusan tentang apa yang harus dikatakan kepada orang

---

<sup>28</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia. Al Qur'an dan Terjemahnya. (Jakarta : Forum Pelayanan Qur'an, 2019). hal. 63

lain dalam keadaan tertentu dengan menggunakan logika yang berbeda. Dia menyarankan membagi teori logika desain pesan menjadi tiga jenis logika yakni logika ekspresif, logika konvensional dan logika retorika.<sup>29</sup>

Logika ekspresif merupakan jenis logika yang melihat komunikasi sebagai sarana untuk mengekspresikan pikiran dan perasaan seseorang. Logika ekspresif lebih fleksibel dan responsive oleh karena itu kurang memperhatikan kebutuhan dan keinginan orang lain.<sup>30</sup> Logika konvensional merupakan jenis penalaran yang biasanya melihat komunikasi sebagai permainan yang harus dimainkan sesuai dengan peraturan tertentu. Di sini ekspresi diri melalui komunikasi dilakukan sesuai dengan hokum dan adat yang berlaku termasuk hak dan kewajiban masing-masing pemangku kepentingan.<sup>31</sup> Sedangkan logika retorika merupakan logika yang memandang negoisasi melalui komunikasi sebagai sarana untuk mengubah aturan. Logika retorika bertujuan untuk menghasilkan konteks dimana komunikasi dirancang. Berbeda dengan logika konvensional yang menginstruksikan individu untuk merancang pesan yang relevan dengan konteks tertentu.<sup>32</sup> Peneliti menggunakan teori logika desain pesan untuk menggambarkan proses berpikir yang terjadi untuk menyampaikan pesan.

---

<sup>29</sup> Miller, Katherin. *Human Communication: Perspective, Proseses, and Context*. (USA: McGraw Hill, 2002)

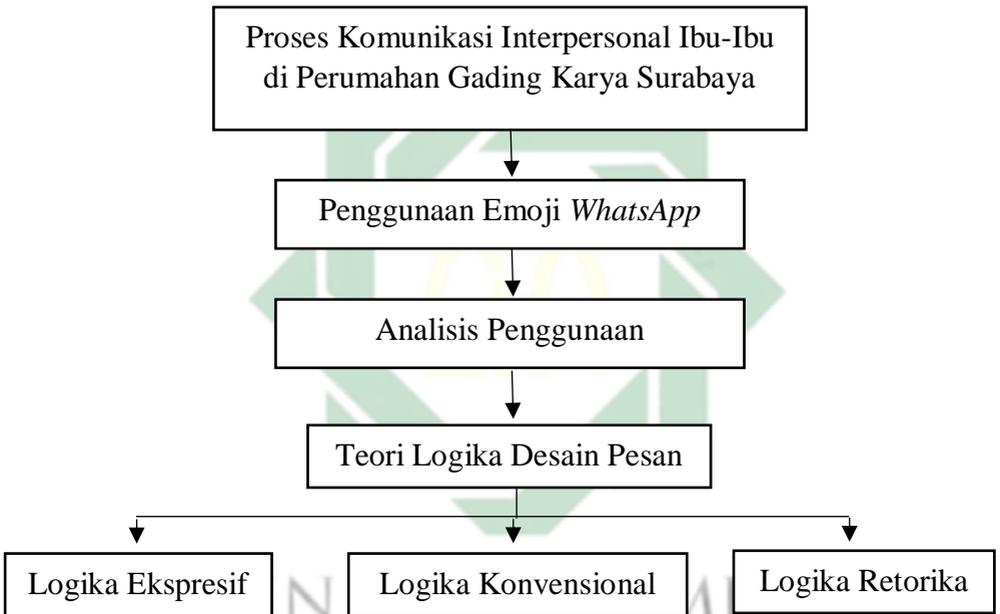
<sup>30</sup> Morissan, *Teori Komunikasi Individu hingga Massa*, (Jakarta : Kharisma Putra Utama, 2013), hal.186

<sup>31</sup> Barbara O'Keefe, "The Logic of Message Design: Individual Differences in Reasoning about Communication. *Communication Monographs*", Vol. 55, No. 1, 1988, hal. 80

<sup>32</sup> *Ibid*, hal. 80

### C. Kerangka Pikir Penelitian

Dalam konteks penelitian ini, peneliti menggunakan definisi yang diberikan dalam kerangka penelitian. Dalam penelitian ini, kami mencari informasi dan mengumpulkan data mengenai penggunaan emoji *whatsapp* dalam komunikasi interpersonal ibu-ibu di perumahan Gading Karya Surabaya.



### D. Penggunaan Emoji Dalam Perspektif Islam

Kata media berasal dari kata latin *medius* yang artinya saluran atau perantara. Media adalah versi jamak dari *medium* dalam bahasa inggris yang menunjukkan perantara, antara, dan rata-rata. *Wasilah* atau *wasail* dalam bentuk jamak adalah kata Arab untuk media dimana pesan dikirimkan dari pengirim ke penerima. Sebuah pesan dapat dikirim ke penerima dengan menggunakan media yang

memungkinkan untuk membangkitkan ide, perasaan, perhatian, dan minat penerima. Media adalah suatu proses pengirim pesan melalui alat elektronik berupa teks, audio, audio visual dan lain-lain.<sup>33</sup>

Teknologi informasi telah maju dengan cepat. Hal ini menciptakan jenis komunikasi baru khususnya yang memanfaatkan media sosial. Di era digitalisasi media berperan penting dalam mempengaruhi persepsi.<sup>34</sup> Masyarakat umum dapat menerima apa yang disajikan dimedia termasuk media cetak dan visual. Terlepas dari kenyataan bahwa beberapa pembaca dan pengguna masih teliti terhadap apa yang mereka lihat di media sosial. Namun ada juga pembaca dan penonton yang tidak memahami media sosial dan tidak ramah terhadapnya. Pada kenyataannya beberapa orang menggunakan media sosial atas kebijakan mereka sendiri dan tidak mematuhi pedoman etika penggunaan yang diatur dalam Al-Quran. Islam juga sangat memperhatikan etika dalam menggunakan media sosial. Hal ini menunjukkan etika penggunaan media sosial yang diatur dalam Al-Qur'an. Etika itu tertuang dalam Al-Qur'an Surah al-Ahzab ayat 70.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

“ Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar. “<sup>35</sup> (QS. Al-Ahzab 33:70)

---

<sup>33</sup> Istina rakhmawati, “perkembangan media sebagai sarana dakwah”, at-tabsyir jurnal komunikasi penyiaran islam, Vol. 4, No. 1, 2016, hal. 51

<sup>34</sup> Asghar Ali Engineer, Islam Masa Kini (Cet. 1; Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hal. 147

<sup>35</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, Al- Qur'an dan terjemahnya (Jakarta: Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), hal. 591.

Kata *sadidan* terdiri dari huruf *sin* dan *dal* yang menurut ahli bahasa, Ibn Faris berarti mencabik cabik lalu memperbaikinya. Ini juga berarti istiqamah atau konsisten. Kata ini juga digunakan untuk merujuk pada suatu objek.<sup>36</sup> Kata ini menggambarkan seseorang yang menyampaikan sesuatu ucapan yang benar dan tepat sasaran. Dengan demikian, kata *sadidan* dalam ayat di atas tidak hanya berarti benar ketika diterjemahkan, tetapi juga harus berarti objek yang benar. Kata ini juga menandakan bahwa kritik yang disampaikan hendaknya merupakan kritik yang diberikan harus baik, benar, dan mendidik. Sebagai petunjuk yang kompleks, Al- Qur'an tidak hanya mengatur etika media sosial hanya dalam satu ayat. Namun, ada beberapa ayat yang mencerminkan hal tersebut. Hal ini terlihat dalam Al- Qur'an Surah al-Mujadalah ayat 9.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَنَاجَيْتُمْ فَلَا تَنَاجُوا بِالْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ  
وَمَعْصِيَةِ الرَّسُولِ وَتَنَاجُوا بِالْبِرِّ وَالْتَّقْوَىٰ وَأَتَقُوا اللَّهَ الَّذِي  
لَيْسَ يَخْشَىٰ إِلَهُهُ تَحْشُرُونَ

“ Wahai orang-orang yang beriman! Apabila kamu mengadakan pembicaraan rahasia, janganlah kamu membicarakan perbuatan dosa, permusuhan dan durhaka kepada Rasul. Tetapi bicarakanlah tentang perbuatan kebajikan dan takwa. Dan bertakwalah kepada Allah yang kepada-Nya kamu akan dikumpulkan kembali. “<sup>37</sup> (QS. al-Mujadalah 58:9)

Ayat ini memerintahkan orang beriman untuk tidak berbicara tentang percakapan rahasia seperti yang dilakukan

<sup>36</sup> M. Quraish Shihab, Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al- Qur'an, Vol. 10, (Cet. 5; jakarta: Lentera Hati, 2012), hal. 547

<sup>37</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, Al- Qur'an dan terjemahnya (Jakarta: Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), hal. 793

orang Yahudi dan orang yang sakit hati. Berbicara tentang dosa, yaitu merencanakan atau melakukan tindakan yang dapat mengakibatkan akibat yang mengerikan dan dapat menimbulkan permusuhan dan ketidaktaatan kepada rasul. Jika seseorang benar-benar membutuhkan pembicaraan rahasia dan tidak dapat menghindarinya, maka diam-diam berbicara tentang perbuatan baik yang dapat membawa kesalehan. Dengan demikian, manusia terhindar dari siksa Allah SWT baik siksaan duniawi maupun ruhani.<sup>38</sup>

Ayat ini juga merupakan pendidikan yang sangat berharga bagi masyarakat. Karena ayat ini mengajarkan manusia untuk berurusan secara terbuka satu sama lain dan tidak menyembunyikan apa pun jika memungkinkan.<sup>39</sup> Kerahasiaan mengandung makna ketidakpercayaan, sedangkan ketulusan dan kejujuran menunjukkan keberanian pada diri pembicara, keberanian berdasarkan kebenaran dan ketulusan di depan orang lain. Ayat ini juga mengandung pelajaran yang sangat berharga tentang ucapan yang diperbolehkan oleh agama, namun sekaligus mengingatkan kita bahwa amalan lahiriah harus selalu dibarengi dengan keikhlasan dan kebebasan dari ambisi duniawi, yang tentu saja mengganggu amalan tersebut. Oleh karena itu, manusia harus bijak dalam menggunakan media agar tidak menjadi ladang dosa. Namun, media bisa menjadi ladang yang bermanfaat jika digunakan dengan benar.

## **E. Penelitian Terdahulu yang Relevan**

Penelitian ini tentang penggunaan emoji *whatsapp* dalam komunikasi interpersonal, maka berikut ini hasil studi terdahulu dari jurnal penelitian lain yang digunakan sebagai bahan komparatif untuk penelitian penulis, diantaranya:

---

<sup>38</sup> M. Quraish Shihab, Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an, Vol. 10 (Cet. 5; Jakarta: Lentera Hati, 2012), hal. 486

<sup>39</sup> Ibid, hal. 485

Pertama, penelitian Siti Mariyam yakni Motif Penggunaan Fitur Emoticon di Media Sosial *WhatsApp*: Studi terhadap Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Madura.<sup>40</sup> Penelitian ini bertujuan untuk memahami motif yang memotivasi masyarakat menggunakan fitur emotikon dan untuk memahami pentingnya fitur emotikon di media sosial *whatsapp* bagi mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Madura. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tujuan dasar penggunaan emotikon di media sosial *whatsapp* adalah untuk mengurangi *mispersepsi*, menerapkan emosi atau ekspresi dan meningkatkan keintiman. Semua motif ini termasuk dalam kategori motif *sosio-genetik*. Kehadiran emoji di media sosial *whatsapp* sangat signifikan karena dapat menggantikan pesan dan komunikasi nonverbal dalam komunikasi berbasis virtual teks. Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian penulis yakni sama-sama membahas tentang penggunaan emoji *whatsapp*, yang membedakan yakni penelitian ini membahas mengenai motif penggunaan sedangkan penelitian penulis menganalisis penggunaan secara menyeluruh dan perbedaan selanjutnya yakni subyek yang digunakan dalam penelitian.

Kedua, penelitian Waode Eti Hardiyanti yakni Penggunaan Emoji Smile Untuk Meningkatkan Perilaku Baik (*Well-Being*) dan Kemampuan Bahasa Anak Usia Dini.<sup>41</sup> Tujuan dari penelitian ini yakni untuk mengembangkan perilaku (*well being*) dan keterampilan

---

<sup>40</sup> Siti Mariyam, “Motif Penggunaan Fitur Emoticon di Media Sosial *WhatsApp*: Studi terhadap Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Madura,” *Jurnal An-Nida*, Vol. 13, No. 2, 2021

<sup>41</sup> Waode Eti Hardiyanti, dkk, “Penggunaan Emoji *Smile* Untuk Meningkatkan Perilaku Baik (*Well-Being*) dan Kemampuan Bahasa Anak Usia Dini,” *Jurnal Pendidikan Early Childhood*, Vol. 3, No. 2, 2019

berbahasa dengan menggunakan emoji sebagai lingkungan belajar. Bentuk emoji yang digunakan diantaranya yakni wajah, objek, dan kegiatan yang mudah dipahami dan relevan dengan pengalaman sehari-hari. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa emoji dapat mengembangkan dan meningkatkan perbuatan serta keamanan anak. Anak selalu tertarik untuk meniru, menggambarkan, dan menghubungkan emosi dengan objek yang sedang dialaminya. Hal ini menjadi indikator utama dari perilaku anak yang baik karena anak-anak menggunakan emoji untuk berbagi pengalamannya sehari-hari, menjadi pusat aktivitas belajar, dan ide serta pendapat mereka disuarakan dan dievaluasi. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis yakni sama-sama membahas tentang penggunaan emoji yang membedakan yakni penelitian ini tidak menggunakan media *whatsapp* sebagai objek penelitiannya, penelitian ini hanya mengukur *well-being* dan kemampuan bahasa anak usia dini, dan perbedaan yang terakhir yakni subyek yang digunakan dalam penelitian ini anak usia dini.

Ketiga, penelitian Dewi Hidayatul Maulidina yakni Penggunaan emoji dalam komunikasi pembelajaran daring melalui media *whatsapp* (Studi Deskriptif pada Mahasiswa Jurusan Bimbingan Penyuluhan Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo Angkatan Tahun 2018).<sup>42</sup> Penelitian ini mengkaji tentang tujuan dan dampak penggunaan emoji pada proses komunikasi pembelajaran daring mata kuliah Keterampilan Komunikasi Konseling oleh Mayrina Eka Prasetyo Budi melalui media *whatsapp*. Dalam analisis penelitian ini digunakan metode deskriptif dengan

---

<sup>42</sup> Dewi Hidayatul Maulidina, “ Penggunaan emoji dalam komunikasi pembelajaran daring melalui media *whatsapp* (Studi Deskriptif pada Mahasiswa Jurusan Bimbingan Penyuluhan Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo Angkatan Tahun 2018), “ Skripsi, 2021

pendekatan kualitatif. Dari hasil penelitian, tujuan penggunaan emoji dalam proses komunikasi pembelajaran daring oleh Mayrina Eka Prasetyo Budi M.Psi melalui media *whatsapp* adalah untuk memberikan informasi, mengekspresikan emosi, mengatur alur percakapan forum perkuliahan, memberikan sifat, melengkapi, menentang, menggantikan dan mengembangkan pesan verbal tertulis yang dikirimkan, mengendalikan atau memengaruhi mahasiswanya agar aktif. Sedangkan penggunaan emoji berdampak secara kognitif yakni pengetahuan, berdampak afektif yakni rasa atau perasaan dan berdampak secara behavior berupa respon mahasiswa.

Keempat, penelitian Suci Nora Julina Putri yakni Pengaruh Emoji Dalam Media Layanan Bimbingan dan Konseling Online Terhadap Metakognitif Konseli.<sup>43</sup> Tujuan dari penelitian ini yakni untuk menambah pengetahuan tentang penggunaan emoji dalam media layanan bimbingan dan konseling online. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kepustakaan yakni menggunakan artikel dan buku buku terkait dari sepuluh tahun terakhir. Pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi dan analisis kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa emoji mempengaruhi metakognisi lawan mengenai gaya komunikasi selama konseling online dan konseling psikologis di sekolah. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis yakni sama-sama membahas mengenai emoji *whatsapp* yang membedakan yakni penelitian ini membahas lebih mendalam mengenai pengaruh dari emoji dalam media layanan bimbingan dan konseling online terhadap metakognitif konseli.

---

<sup>43</sup> Suci Nora Julina Putri. dkk, "Pengaruh Emoji Dalam Media Layanan Bimbingan dan Konseling Online Terhadap Metakognitif Konseli", Jurnal Psikodidaktika, Vol. 6, No. 1, 2021

Kelima, penelitian Subashini Annamalai yakni *Undergraduates' Interpretation on WhatsApp Smiley Emoji*.<sup>44</sup> Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji interpretasi makna emoji *whatsapp smiley* oleh mahasiswa di Universitas Negeri Malaysia. Kesimpulan penelitian ini yakni adanya potensi terjadinya miskomunikasi yang terjadi karena mahasiswa kebingungan yang menyebabkan salah mengartikan makna emoji *smiley*. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis yakni sama-sama membahas mengenai emoji *whatsapp* yang membedakan yakni subyek yang digunakan dalam penelitian ini.

Keenam, penelitian Ajeng Puji Lestari yakni *Exploring The Language Use In WhatsApp As Study Pragmatics: Proponent of WhatsApp Emoticon Usage*.<sup>45</sup> Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis struktur klasifikasi dan hubungan chat saat menggunakan emotikon *whatsapp*. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa emotikon *whatsapp* merupakan sarana komunikasi online yang paling penting karena dapat meningkatkan pesan dan untuk mengekspresikan emosi atau perasaan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis yakni sama-sama mengkaji mengenai penggunaan emoji *whatsapp* yang membedakan yakni penelitian ini meneliti penggunaan emoji *whatsapp* sebagai pragmatic studi dan subyek yang digunakan dalam penelitian ini.

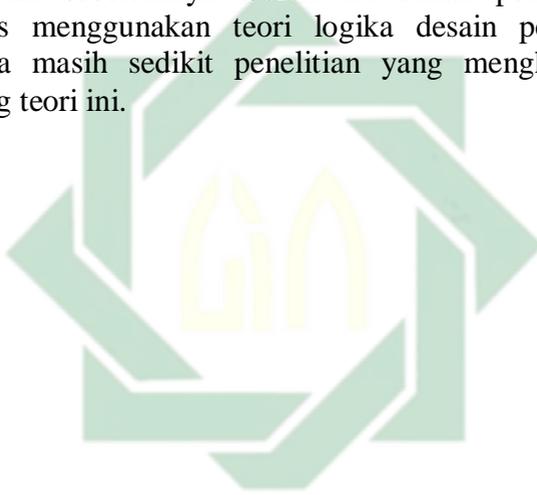
Berdasarkan dari uraian penelitian terdahulu maka penelitian ini menemukan sisi kebaruannya dari sisi: objek yang dikaji, kebanyakan penelitian sebelumnya

---

<sup>44</sup> Subashini Annamalai dan Sobihatun Nur Abdul Salam, "*Undergraduates' Interpretation on WhatsApp Smiley Emoji*", *Malaysian Journal of Communication*, Vol. 33, No. 4, 2017

<sup>45</sup> Ajeng Puji Lestari, "Exploring The Language Use In WhatsApp As Study Pragmatics: Proponent of WhatsApp Emoticon Usage," *Jurnal Makna*, Vol. 4, No. 1, 2019

menggunakan mahasiswa atau pelajar sedangkan dalam penelitian ini penulis menggunakan ibu-ibu dengan umur 30-40 tahun yang dirasa masih sedikit penelitian tentang hal tersebut. Fokus masalah yang dikaji juga berbeda beda, dalam penelitian ini selain untuk mengetahui tujuan dari penggunaan emoji *whatsapp* ibu-ibu, penulis juga ingin mengetahui motif penggunaan emoji *whatsapp* dalam komunikasi interpersonal yang dirasa belum dikaji dalam penelitian sebelumnya. Selain itu dalam penelitian ini penulis menggunakan teori logika desain pesan yang dimana masih sedikit penelitian yang menghubungkan tentang teori ini.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Peneliti dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Penelitian deskriptif merupakan suatu peristiwa, gejala, atau fenomena dijelaskan dalam penelitian. Dengan menggunakan teknik penelitian deskriptif peneliti akan memberikan gambaran yang menyeluruh tentang kejadian tersebut. Dengan melihat dan mendengar lebih seksama dan mendalam dari pengalaman seseorang.<sup>46</sup> Pendekatan fenomenologi berusaha menganalisis dan menjelaskan pengalaman yang dialami seseorang.<sup>47</sup> Tujuan penulis adalah untuk mendeskripsikan temuan studi yang diperoleh dengan menggunakan teknik penelitian kualitatif deskriptif yang digunakan dalam wawancara sebelum menganalisis dan mencari hasil secara umum.

Dalam penelitian ini, penulis membahas tentang penggunaan dan motif ibu-ibu di perumahan Gading Karya Surabaya menggunakan emoji *whatsapp* dalam komunikasi interpersonal. Hasil dari wawancara informan menjadi sumber data utama peneliti untuk penelitian ini. Peneliti akan berhenti mencari informan baru selama tahap pengumpulan data karena tidak lagi menemukan varians informasi, maka prosedur pengumpulan data dianggap selesai. Cocok atau tidaknya pilihan informan kunci serta kompleksitas dan keragaman simbol emoji yang diteliti akan menentukan berapa banyak informan atau sampel yang dianalisis.

---

<sup>46</sup> Salim dan Haidir. *Penelitian dan Pendidikan Metode, Pendekatan, dan Jenis*, (Jakarta: Kencana, 2019). hal. 49

<sup>47</sup> Eko Sugiarto. *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif: Skripsi dan Tesis*. (Yogyakarta: Suaka Media, 2015). hal. 13

## **B. Subjek, Objek, dan Lokasi Penelitian**

### **1. Subyek Penelitian**

Subyek penelitian adalah seseorang yang benar-benar memahami apa yang diteliti. Moleong menyampaikan lebih spesifik lagi subjek penelitian ini merupakan mereka yang menaruh informasi mengenai latar belakang dan kondisi penelitian.<sup>48</sup> Dalam penelitian ini subyek yang diambil yakni ibu-ibu di perumahan Gading Karya Surabaya.

### **2. Objek Penelitian**

Objek penelitian adalah sifat kondisi dari jenis benda, orang, atau situasi dari hal-hal yang menjadi fokus perhatian dan yang sedang dipelajari. Sifat kondisi yang dimaksud tadi bisa berupa kualitas, kuantitas, dan kualitas yang dinyatakan pada bentuk tindakan, aktivitas, pendapat, penilaian, sikap menyetujui, simpati, antipasti, watak, dan bentuk dari proses.<sup>49</sup> Dalam penelitian ini objek yang digunakan yakni penggunaan emoji *whatsapp* yang nantinya akan berkaitan dengan teori logika desain pesan.

### **3. Lokasi Penelitian**

Wilayah Gading terdiri dari empat bagian yakni kampung Gading, Gading Sekolah, Gading Karya, dan Kapas Gading Madya. Dalam penelitian ini peneliti mengambil lokasi dari salah satu bagian tersebut tepatnya di perumahan Gading Karya RT 12, RW 07, Kel. Gading, Kec. Tambaksari, Surabaya. Salah satu keuntikan dan keunggulan wilayah ini dibanding dengan wilayah lain yakni kekeluargaannya. Setiap ada

---

<sup>48</sup> Basrowi dan Suwandi. *Memahami Penelitian Kualitatif*. (Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2008). hal. 188

<sup>49</sup> Lexy J, Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1996). hal. 111

hari besar seperti lebaran ketupat, lebaran qurban, Agustusan dan hari besar lainnya semua warga berbondong bondong memeriahkan setiap acara yang diadakan oleh warga sendiri atau apabila ada acara pribadi salah satu warga semua warga juga siap untuk membantu warga yang memiliki acara tersebut. Tidak hanya itu ada rutinitas warga untuk berlibur diluar kota setiap enam bulan sekali dengan tujuan tidak lain yakni untuk mempererat hubungan antar warga.

## **C. Jenis dan Sumber data**

### **1. Jenis Data**

#### **a. Data Primer**

Data primer merupakan informasi atau data yang didapat peneliti berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan informan. Data primer dari penelitian ini adalah hasil wawancara dengan peneliti dengan ibu-ibu di perumahan Gading Karya Surabaya tentang penggunaan emoji *whatsapp* dalam komunikasi interpersonal.

#### **b. Data Sekunder**

Data sekunder adalah jenis data tambahan yang digunakan peneliti guna memperkuat data primer (misalnya dokumen). Dalam penelitian ini data pembantu yang digunakan peneliti berupa dokumen *screenshot whatsapp* ibu-ibu dalam proses berkomunikasi.

### **2. Sumber Data**

#### **a. Sumber Data Primer**

Menurut Lofland kata-kata dan perilaku adalah sumber data yang terpenting dalam penelitian

kualitatif yakni kata-kata dan perilaku.<sup>50</sup> Kata-kata dan tindakan merupakan upaya gabungan dari observasi, pengecekan, dan menanyai, dan sumber data diperoleh dari observasi tempat kejadian atau wawancara. Informan merupakan seseorang yang sebagai subjek peneliti pada wawancara peneliti untuk memperoleh sumber data primer dari penelitian kualitatif. Jumlah informan tergantung pada informasi yang dapat diterima setiap orang. Oleh karena itu, diperlukan kriteria tertentu untuk memilih informan yang sesuai untuk penelitian ini. Untuk itu kriteria informan pada penelitian penggunaan emoji *whatsapp* dalam komunikasi interpersonal ibu-ibu, yaitu sebagai berikut:

- 1) Warga di perumahan Gading Karya RT. 12 RW. 07 Surabaya
- 2) Ibu-ibu dengan kisaran umur 30-40 tahun
- 3) Menggunakan *whatsapp* sebagai media komunikasi.
- 4) Sering menggunakan emoji saat melakukan proses komunikasi setidaknya setiap kali ketika melakukan komunikasi.

#### **b. Sumber Data Sekunder**

Data sekunder adalah informasi selain kata-kata dan perilaku seperti dari sumber buku, foto, atau data artistik.<sup>51</sup> Sumber data sekunder dalam penelitian ini berasal dari jurnal-jurnal yang berhubungan dengan emoji *whatsapp*. Peneliti menggunakan data sekunder ini untuk menguatkan temuan yang didapat dan menambah informasi yang diperoleh melalui wawancara dan observasi

---

<sup>50</sup> Ibid, hal. 112

<sup>51</sup> Ibid, hal. 113-116

dengan ibu-ibu muda di perumahan Gading Karya RT. 12 RW. 07 Surabaya.

#### **D. Tahap-Tahap Penelitian**

Dalam suatu penelitian ada tiga tahapan yang harus dilakukan oleh peneliti, yakni:

**1. Tahap pra lapangan**, tahapan yang harus dilakukan peneliti sebelum melakukan penelitian di wilayah tersebut. Peneliti diharuskan melakukan beberapa kegiatan yang berkaitan dengan etika penelitian lapangan, antara lain:

a. Membuat konsep penelitian

- 1) Latar belakang masalah dan alasan dilakukannya penelitian tersebut, penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi bagi ibu didorong oleh perkembangan media online. Penelitian ini bertujuan untuk memahami penggunaan emoji dan motif penggunaannya.
- 2) Dalam penelitian ini menggunakan kajian kepustakaan dari sumber jurnal dan studi literatur yang terkait sebelumnya tentang emoji yang digunakan dalam penelitian ini.
- 3) Pemilihan lapangan penelitian. Dalam penelitian ini lokasi yang dipilih ialah Perumahan Gading Karya Surabaya.
- 4) Penetapan jadwal penelitian harus dilakukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan, sekaligus untuk acuan target atau kemajuan penelitian. Penelitian tentang penggunaan emoji *whatsapp* dalam komunikasi interpersonal ibu-ibu ini dilakukan pada bulan Oktober dan November.
- 5) Penentuan alat penelitian, penelitian membutuhkan fasilitas untuk menunjang

kegiatan penelitian jadi alat yang peneliti butuhkan untuk penelitian ini adalah ponsel untuk mengambil gambar, perekam suara, dan alat tulis untuk menulis catatan.

- 6) Desain pengumpulan data, cara pelaksanaan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi.
- 7) Rancangan untuk memeriksa validitas data. Peneliti dalam penelitian ini merancang teknik pengolahan data dengan menggunakan teknik kontrol dan teknik triangulasi.

b. Menentukan Lapangan penelitian.

Tempat penelitian ditentukan dengan mempertimbangkan teori entitas yaitu melacak lapangan dan melihat apakah itu cocok dengan kenyataan di lapangan. Maka lokasi yang diidentifikasi dalam penelitian ini berada di perumahan Gading Karya RT. 12 RW. 07 Kota Surabaya.

c. Mengelola perizinan

Hal pertama yang harus dilakukan sebelum memulai penelitian adalah mengurus perijinan agar penelitian berjalan lancar tanpa adanya kendala.<sup>52</sup> Dalam hal ini peneliti harus memperoleh persetujuan dari pihak-pihak yang berkepentingan.

d. Meninjau dan mengetahui keadaan lapangan.

Peneliti perlu memahami situasi dan kondisi lapangan supaya siap secara mental, fisik, dan peralatan.<sup>53</sup> Jika sudah tahu maka bisa cocok antara yang digambarkan dengan yang ada dilapangan.

---

<sup>52</sup> Ibid. hal. 86

<sup>53</sup> Ibid. hal. 87

Oleh sebab itu peneliti perlu memahami konteks saat berkomunikasi menggunakan emoji.

e. Memilih dan memanfaatkan informan.

Informan adalah orang yang memberikan informasi mengenai apa yang sedang diteliti oleh peneliti. Oleh sebab itu kriteria informan harus secara khusus menjadi penyedia informan.<sup>54</sup> Maka penelitian ini membutuhkan sumber yang mengetahui tentang penggunaan emoji *whatsapp* dalam komunikasi interpersonal.

f. Mempersiapkan peralatan penelitian.

Peralatan yang mendukung dalam penelitian yakni alat tulis, perekam, kamera, dan lain-lain.<sup>55</sup> Hal ini juga berlaku untuk penelitian ini yang membutuhkan alat tulis, alat perekam, dan kamera.

g. Adab penelitian.

Pada dasarnya adab atau etika penelitian yakni memahami norma dan nilai sosial masyarakat.<sup>56</sup> Dalam penelitian ini yaitu pengguna *whatsapp* sehingga tidak terjadi kesalahpahaman dengan menyesuaikan diri dengan standar yang ada.

**2. Tahap Pekerjaan Lapangan,** Tahapan ini berlangsung saat berada di lokasi penelitian. Dalam hal ini peneliti harus mengambil beberapa langkah yaitu:

a. Menguasai latar penelitian dan persiapan diri.

1) Membatasi latar dan peneliti.

Peneliti perlu memahami konteks eksplisit dan implisit agar metode pengumpulan data dapat menarik kesimpulan tentang hubungan peneliti dengan informan. Dalam penelitian ini

---

<sup>54</sup> Ibid. hal. 88

<sup>55</sup> Ibid. hal. 90

<sup>56</sup> Ibid. hal. 91

wawancara dilakukan di rumah salah satu pengguna *whatsapp* karena ruangnya tertutup sehingga memungkinkan interaksi informan yang intensif.

2) Penampilan.

Peneliti harus menyesuaikan penampilannya dengan adat, tata cara, dan budaya di lokasi penelitian.<sup>57</sup> Dalam hal ini informan merupakan warga perumahan sehingga peneliti berpenampilan seperti warga juga.

3) Membangun hubungan

Dalam penelitian kualitatif membutuhkan keterkaitan yang erat dengan topik penelitian dan kerjasama yang baik untuk mendapatkan informasi yang lebih banyak.<sup>58</sup>

4) Waktu penelitian

Waktu yang dihabiskan di lapangan harus direncanakan dan dikoordinasikan dengan baik dan tidak terlalu terlibat dalam percakapan. Batas waktu harus ditetapkan agar waktu tidak terbuang percuma. Dalam hal ini peneliti menjadwalkan penelitian pada bulan Oktober hingga November.

b. Memasuki Lapangan.

- 1) Keintiman hubungan, hubungan dekat merupakan hubungan tanpa hambatan antara peneliti dan subjek. Semakin dekat peneliti semakin banyak informasi yang mereka dapatkan. Dalam penelitian ini peneliti berinteraksi dengan ibu-ibu di perumahan

---

<sup>57</sup> Ibid. hal. 94

<sup>58</sup> Ibid. hal. 95

Gading Karya Surabaya agar informasi tentang penggunaan emoji *WhatsApp* dalam komunikasi interpersonal ibu-ibu semakin banyak dan mendalam.<sup>59</sup>

- 2) Memahami Bahasa, peneliti perlu memahami subjek verbal dan nonverbal penelitiannya agar tidak terjadi kesalahpahaman saat mengumpulkan informasi.<sup>60</sup> Maka, peneliti dalam penelitian ini harus memperhatikan bahasa yang digunakan yaitu bahasa Indonesia.
- 3) Peran peneliti, partisipasi peneliti harus aktif atau pasif tergantung pada keadaan subjek.<sup>61</sup> Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti berperan aktif dalam proses komunikasi interpersonal dengan penggunaan lain. Hasilnya, informasi yang diperoleh lebih akurat dan mudah dipahami oleh peneliti.

c. Berperan dalam mengumpulkan data.

- 1) Informasi tentang batasan studi, batas penelitian terletak pada rumusan masalah dan tujuan penelitian. Jadi saat wawancara tidak keluar dari konteks penelitian. Oleh karena itu, penelitian ini dibatasi pada proses komunikasi interpersonal melalui *whatsapp* yaitu penggunaan emoji *whatsapp* dalam komunikasi interpersonal ibu-ibu .
- 2) Mencatat data, peneliti harus mencatat selama wawancara dan observasi. Kata kunci, singkatan, dan inti saja. Oleh karena itu dalam penelitian ini perlu memperhatikan hal hal

---

<sup>59</sup> Ibid. hal. 96

<sup>60</sup> Ibid, hal. 97

<sup>61</sup> Ibid, hal. 98

penting saat melakukan wawancara dan observasi.<sup>62</sup>

- 3) Petunjuk untuk mengingat tanggal, penarikan kembali data dilakukan karena peneliti tidak dapat melakukan dua tugas sekaligus.<sup>63</sup> Dalam penelitian ini peneliti mencatat hasil wawancara setelah mendengarkan informan ibu-ibu perumahan Gading Karya Surabaya.
- 4) Kebosanan, kelelahan, dan istirahat, karena penelitian melelahkan dan jenuh. Oleh karena itu dalam penelitian ini ketika peneliti merasa bosan atau lelah, peneliti akan melakukan penelitian sesuai jadwal yang telah ditentukan keesokan harinya.
- 5) Penelitian yang penuh tantangan, peneliti harus netral dan tidak memihak dalam menghadapi dalam menghadapi konflik. Jadi dalam penelitian ini peneliti harus menyeimbangkan konflik antara ibu-ibu di perumahan Gading Karya saat diwawancarai terjadi perbedaan pendapat maka peneliti harus mengambil jalan tengahnya.
- 6) Analisis di lapangan, saat mewawancarai atau mengobservasi dan menganalisis data dalam penelitian kualitatif. Memastikan bahwa informasi yang diberikan oleh informan dapat dipercaya secara konsisten.<sup>64</sup> Dalam penelitian ini peneliti mewawancarai ibu-ibu dari perumahan Gading Karya Surabaya untuk mendapatkan data penggunaan emoji *whatsapp*

---

<sup>62</sup> Ibid, hal. 99

<sup>63</sup> Ibid, hal. 101

<sup>64</sup> Ibid. hal. 102

dalam komunikasi interpersonal antar ibu untuk mendapatkan jawaban yang sama seperti yang telah dijelaskan sebelumnya dan dapat digunakan sebagai data primer yang valid.

**3. Tahap analisis data**, proses pengumpulan dan pengorganisasian data ke dalam pola deskriptif, kategori, dan unit dasar selama tahap analisis data memungkinkan analisis data ditemukan berdasarkan rekomendasi data, tema, dan hipotesis kerja. Dengan demikian analisis data merupakan proses yang dilakukan setelah penelitian lapangan untuk memeriksa data yang dikumpulkan diperlukan untuk menghapus informasi yang tidak relevan sebelum mengkategorikan, menyajikan, dan menarik kesimpulan dari data. Beberapa langkah yang terlibat dalam analisis data yakni:

- a. Konsep data analisis data. Dalam penelitian ini setelah mengumpulkan data dari lapangan pertama tama kita harus menetapkan konsep analisis data.<sup>65</sup> konsep analisis data harus dibuat terlebih dahulu. Konsep media online ini kemudian dipilih dan dikelompokkan untuk menemukan topik penelitian.
- b. Menemukan topik dan menghasilkan ide. Saat ini, penelitian dilakukan lebih hati-hati, topik dan konsep diperbarui, diperbaiki dan dianalisis lebih lanjut dengan menggabungkan data dengan sumber lain.<sup>66</sup> Setelah konsep dasar dibuat dan topik penggunaan emoji *whatsapp* ditemukan, peneliti mereferensikan dan mereproduksi data

---

<sup>65</sup> Ibid. hal. 103

<sup>66</sup> Ibid. hal. 104

yang diperoleh di lapangan untuk mendukung data tersebut. Oleh karena itu penelitian ini menggunakan sejumlah data besar untuk menghasilkan laporan yang akurat.

- c. Analisis berdasarkan hipotesis. Peneliti akan mengubah, menggabungkan, atau menghilangkan beberapa hipotesis. Setelah hipotesis utama ditemukan lalu akan dikelompokkan menurut hipotesis utama.<sup>67</sup> Oleh karena itu jika ada informasi yang ditemukan dalam penelitian ini mengenai penggunaan emoji *whatsapp* yang tidak relevan atau di luar konteks akan dihapus agar peneliti dapat fokus pada masalah yang diteliti.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan metode yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan informasi dengan menggunakan metodologi penelitian kualitatif karena penelitian kualitatif dibagi menjadi beberapa kategori seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi.<sup>68</sup> Panduan lapangan digunakan dalam hal ini sebagai pendekatan pengumpulan data dengan tujuan mengumpulkan informasi sebanyak mungkin dengan topik penelitian atau informan.

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data untuk mengumpulkan informasi untuk penelitian kualitatif. Ada banyak jenis penelitian kualitatif termasuk wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dengan demikian pendekatan yang digunakan dalam praktik untuk mengumpulkan data sebanyak mungkin mengani partisipan atau informan penelitian dikenal dengan teknik pengumpulan data. Berikut ini adalah teknik pengumpulan data yang digunakan

---

<sup>67</sup> Ibid. hal.104

<sup>68</sup> Rachmat Kriyantono. Teknik Praktis Riset Komunikasi. (Jakarta: Prenada Media Group, 2009). hal. 83

oleh peneliti dalam penelitian tentang penggunaan emoji *whatsapp* dalam komunikasi interpersonal ibu-ibu teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti yakni:

**1. *In-depth Interview* (Wawancara Mendalam)**

Wawancara mendalam merupakan cara pengumpulan informasi dengan cara meminta informasi yang lengkap langsung kepada informan untuk memperoleh informasi yang lengkap dan detail.<sup>69</sup> Wawancara ini sering diulang dan biasanya melibatkan pengamatan informan. Dalam wawancara ini peneliti tidak menanggapi dan tidak mampu mengontrol tanggapan informan. Pandangan kualitatif terhadap fakta berdasarkan data lapangan semakin banyak data yang digunakan untuk mengkonfirmasi teori baru dibidang ini. Maka wawancara mendalam dapat digambarkan sebagai metode pengumpulan informasi dengan mengajukan dan menjawab pertanyaan spesifik yang membutuhkan sumber sebagai sumber informasi utama dan meneliti kriteria tertentu.

Dalam penelitian ini peneliti akan mewawancarai informan secara mendalam sesuai dengan rumusan masalah yang telah ditentukan agar hasil wawancara dapat digunakan sebagai data primer dan juga wawancara ini dilakukan untuk menguji teori logika desain pesan.

**2. Observasi**

Teknik observasi merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif. Hal ini memungkinkan mereka untuk secara langsung, lengkap, dan sistematis mengamati interaksi dan percakapan antara topik penelitian.<sup>70</sup> Dalam proses

---

<sup>69</sup> Ibid, hal. 100

<sup>70</sup> Ibid, hal. 108

observasi memungkinkan seseorang untuk melihat dan mengamati diri mereka sendiri, lalu merekam tindakan dan peristiwa yang terjadi dalam situasi kehidupan nyata.

Observasi partisipatif dan observasi non partisipatif adalah dua jenis observasi. Observasi partisipatif merupakan jenis observasi dimana peneliti mengamati sambil terlibat dalam kegiatan yang sama dengan individu atau kelompok yang diperiksa. Dalam observasi tanpa pengawasan, peneliti hanya meneliti tanpa ikut serta dalam aktivitas orang atau kelompok yang diteliti.<sup>71</sup> Sehingga dapat disimpulkan, observasi merupakan teknik pengumpulan data yang secara langsung mengamati peristiwa yang terjadi di lapangan baik aktif maupun pasif hanya sebagai pengamat saja. Jadi peneliti akan mengobservasi dengan cara mengamati penggunaan emoji *whatsapp* yang dilakukan oleh ibu-ibu.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan data untuk melengkapi data wawancara dan observasi untuk memberikan dukungan bagi analisis dan interpretasi data.<sup>72</sup> Dari sini dapat diketahui bahwa dokumentasi adalah suatu teknik pengumpulan data yang didasarkan pada perlengkapan data dari hasil wawancara dan observasi melalui pengumpulan bukti yang konsisten dengan penelitian yang sedang diteliti. Penelitian penggunaan emoji *whatsapp* yang dilakukan oleh ibu-ibu dokumentasi yaitu bukti tangkapan layar (*screenshoot*) laman daring yang digunakan untuk berkomunikasi.

---

<sup>71</sup> Ibid. hal. 110

<sup>72</sup> Ibid, hal. 118

## F. Teknik Validitas Data

Tujuan dari teknik validitas data yakni untuk memverifikasi keabsahan informasi yang diterima sebagai sumber informasi dari penyedia data (akurasi data) dengan menggunakan teori-teori yang relevan dan konfirmasi ini dapat dilakukan dengan mempublikasikan partisipasi tersebut, teknik diskusi dengan teman, dan teknik triangulasi dengan teori dan sumber informasi.<sup>73</sup>

Sumber informasi penelitian ini yakni sumber data kemudian diperiksa keakuratan informasi dengan membandingkan antara yang dibicarakan di umum dengan di pribadi, pengamatan, dan perbedaan waktu. Jadi teknik triangulasi merupakan metode untuk memverifikasi keabsahan materi melalui wawancara berulang dengan informan walaupun hal ini dapat dilakukan di tempat dan waktu yang berbeda untuk hasil data yang konsisten. Oleh karena itu dapat membandingkan data dengan kenyataan dan juga dapat membandingkan hasil data dengan teori yang digunakan supaya sesuai dengan data di kesimpulannya, penelitian penggunaan emoji *whatsapp* meneliti hasil data lapangan dengan menggunakan kriteria yang ketat dan valid. Keabsahan informasi yang diberikan oleh informan ditentukan oleh kredibilitas penelitian dan kredibilitas informasi yang diterima dari subjek. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini yakni teknik triangulasi untuk mewawancarai ibu-ibu di perumahan Gading Karya Surabaya yang telah dilakukan beberapa kali dan dibandingkan dengan teori logika desain pesan untuk memastikan hasil informasi yang didapat bisa diandalkan dan relevan.

---

<sup>73</sup> Ibid, hal. 70

## G. Teknik Analisis Data

Patton mengatakan bahwa teknik analisis data adalah teknik pengorganisasian data ke dalam bentuk dasar, kategori, dan unit deskriptif. Teknik analisis data disajikan dalam bentuk kata-kata, hal ini karena menggunakan metode kualitatif dari wawancara dan observasi lapangan.<sup>74</sup> Jadi analisis data dapat digambarkan sebagai proses analisis yang dilakukan setelah pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi serta meringkas hasil menggunakan metode-metode tertentu.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yakni teknik model alur kegiatan yang termasuk juga dalam reduksi data, dan validasi. Jadi dapat kita simpulkan bahwa model alur kegiatan dan teknik analisis merupakan teknik yang digunakan secara bersamaan dengan proses pengumpulan data dengan alur sebagai berikut:

### 1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan teknik memilih, menyederhanakan, mengabstraksikan, dan mentransformasikan informasi yang belum valid.<sup>75</sup> Reduksi data dilakukan secara bertahap selama penelitian. Maka reduksi data merupakan data untuk menjelaskan redundansi, klasifikasi, orientasi, pembuangan, dan organisasi data sehingga dapat ditarik kesimpulan yang pasti. Oleh karena itu, jika informasi yang diperoleh dari petugas lapangan tidak sesuai dengan apa yang diteliti, maka informasi tersebut tidak perlu digunakan. Dalam penelitian tentang penggunaan emoji *whatsapp* ini tidak perlu

---

<sup>74</sup> Lexy J, Moleong. Metodologi Penelitian Kualitatif. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1996). hal. 103

<sup>75</sup> Tjipto Subadi. Metode Penelitian Kualitatif. (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2006). hal. 69

menggunakan informasi jika informasi yang diperoleh tidak relevan atau diambil diluar konteks.

## 2. *Display Data / Penyajian data*

*Display* data merupakan kumpulan data terstruktur yang memungkinkan kesimpulan dan tindakan diambil.<sup>76</sup> Data ini disajikan dalam bentuk teks narasi. Sehingga *display* data merupakan suatu teknik yang digunakan apabila informasi yang didapat sudah terkumpul dan kemudian dilakukan proses analisis data. Ketika data telah terkumpul dan kesimpulan dapat dibentuk dalam penelitian penggunaan emoji *whatsapp*. Dapat memandu upaya penelitian dimasa mendatang untuk mengoptimalkannya.

## 3. *Menarik kesimpulan / Verifikasi*

*Verifikasi* merupakan saat peneliti mulai menemukan makna dalam data kemudian dikumpulkan dan diperiksa.<sup>77</sup> Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa data diperoleh setelah mengatur data dan memahami maknanya. Hasil ini juga dapat digunakan untuk menemukan apakah informasi yang diperoleh terkait dengan masalah yang diteliti. Saat mencantumkan informasi yang terkait dengan penelitian ini yakni penggunaan emoji *whatsapp* jika tidak ditemukan hasil yang sesuai dalam hasil ini maka klasifikasi dan interpretasi akan ditingkas.

Oleh karena itu, teknik analisis model alur merupakan proses analisis reduksi dengan menyajikan informasi terkini dan hasil yang relevan hingga akhir penelitian.

---

<sup>76</sup> Ibid. hal. 69

<sup>77</sup> Ibid. hal. 69

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Subyek Penelitian**

##### **1. Gambaran lokasi penelitian**

###### **a. Sejarah Kampung Gading**

Gading merupakan salah satu daerah di Kelurahan Gading Kecamatan Tambaksari. Asal mula nama ini dikarenakan dulunya daerah tersebut dipenuhi oleh pohon gading yang tumbuh subur dan meluas. Pada gapura utama Gading terdapat beberapa simbol dan tulisan seperti simbol kembang gading kuning yang menjadi identitas dari kampung, tulisan arab yakni doa keluar serta doa masuk rumah, dan juga beberapa tulisan yang diharapkan oleh warga Gading seperti sabar, nriman, ngalah, loman, akas, dan temen. Kata kata tersebut diharapkan selalu diingat oleh seluruh warga Gading dalam kehidupan ini seperti sabar ketika mendapat cobaan, nriman atau selalu bersyukur menerima semua pemberian yang diberikan oleh Allah, ngalah atau mengalah dan saling toleransi antar warga, loman atau tidak pelit kepada sesame warga, akas atau bersemangat dalam menjalani segala tugas yang dimiliki, dan temen atau tekun dalam mengerjakan sesuatu.

Ada tradisi unik yang sampai saat ini masih dilestarikan oleh masyarakat setempat yakni mengadakan pagelaran wayang kulit semalam suntuk setiap bulan Muharram atau malam suro. Terlepas dari tujuan awal diadakan tradisi ini namun dapat diambil sisi positifnya dengan diadakan tradisi ini dapat memperkenalkan budaya kepada anak cucu mereka dan juga mempererat

hubungan antar warga Gading. Saat ini daerah gading diperluas menjadi 4 bagian yakni kampung Gading, Gading Sekolahan, Gading Karya, dan Kapas Gading Madya.<sup>78</sup>



Gambar 4. 1 Gapura besar Gading

#### **b. Keadaan Geografis**

Gading karya RT. 12 RW. 07 merupakan salah satu wilayah di Kelurahan Gading, Kecamatan Tambaksari, Kota Surabaya. Secara geografis, Gading karya RT. 12 RW. 07 berbatasan dengan beberapa wilayah di sekitarnya yakni bagian sebelah utara yakni Gading karya VIIB, bagian sebelah timur yakni Dukuh Setro I, bagian sebelah selatan yakni Gading Karya VI, dan bagian sebelah barat yakni Gading karya. Berdasarkan google earth luas wilayah Gading karya RT. 12 RW. 07 atau Gading karya VIIA yakni 4.200,9 m<sup>2</sup> dengan keliling sebesar 411,47 m.

---

<sup>78</sup> Neiandra Isnianti, “Asal Usul Kampung Gading Surabaya.” <http://neiandra.blogspot.com/2013/04/asal-usul-kampung-gading-surabaya.html> , Minggu 18 Desember 2022, 12:35



Gambar 4. 2 Wilayah Gading karya RT. 12 RW. 07

### c. Jumlah penduduk

Berdasarkan hasil data penduduk pada bulan Desember tahun 2022, penduduk Gading karya RT. 12 RW. 07 berjumlah 222 jiwa yang terdiri dari 63 bapak, 73 ibu, dan 85 anak dengan jumlah 75 Kartu keluarga.

## 2. Subjek penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan 7 orang informan ibu-ibu yang merupakan pengguna aktif emoji *whatsapp* dan seorang warga dari Gading karya RT. 12 RW. 07 dengan kisaran umur 30-40 tahun. Berikut profil dari informan yang dijadikan sebagai subjek penelitian ini.

Informan pertama yakni Siti Rani atau biasanya dipanggil dengan Ibu Rani. Ibu Rani berusia 37 tahun yang merupakan seorang ibu rumah tangga sekaligus menjadi kader posyandu di wilayah Gading. Ibu Rani merupakan pengguna aktif emoji *whatsapp* sejak empat tahun yang lalu.<sup>79</sup>

---

<sup>79</sup> Hasil Wawancara Siti Rani, pada Jumat, 23 Desember 2022. Pukul 19:40 WIB

Informan kedua yakni Rofiatun Azizah atau biasanya dipanggil dengan Ibu Ija. Ibu Ija berusia 33 tahun yang merupakan seorang ibu rumah tangga sekaligus seorang perawat. Ibu Ija merupakan pengguna aktif emoji *whatsapp* sejak mendownload aplikasi *whatsapp* yang sudah terhitung sembilan tahun yang lalu.<sup>80</sup>

Informan ketiga yakni Sukma atau biasanya dipanggil dengan Ibu Sukma. Ibu Sukma berusia 33 tahun seorang ibu rumah tangga dan juga pengguna aktif emoji *whatsapp* sejak beliau pertama kali menggunakan aplikasi *whatsapp*.<sup>81</sup>

Informan keempat yakni Dinda Ayuningtiyas atau biasanya dipanggil dengan Ibu Dinda. Ibu Dinda berusia 34 tahun yang merupakan seorang ibu rumah tangga sekaligus penjual brownies online. Ibu Dinda juga merupakan pengguna aktif emoji *whatsapp* sejak memakai hp android yang terhitung sudah sembilan tahun yang lalu.<sup>82</sup>

Informan kelima yakni Desi Utami atau biasanya dipanggil dengan Ibu Desi. Ibu Desi berusia 30 tahun seorang ibu rumah tangga dan pengguna aktif emoji *whatsapp* sejak mendownload aplikasi *whatsapp*.<sup>83</sup>

Informan keenam yakni Vira Rahmayanti atau biasanya dipanggil dengan Ibu Vira. Ibu Vira berusia 31 tahun seorang ibu rumah tangga dan pengguna aktif

---

<sup>80</sup> Hasil Wawancara Rofiatun Azizah, pada Sabtu, 24 Desember 2022. Pukul 12:58 WIB

<sup>81</sup> Hasil Wawancara Sukma, pada Sabtu, 24 Desember 2022. Pukul 11:02 WIB

<sup>82</sup> Hasil Wawancara Dinda Ayuningtiyas, pada Jumat, 23 Desember 2022. Pukul 18:16 WIB

<sup>83</sup> Hasil Wawancara Desi Utami, pada Sabtu, 24 Desember 2022. Pukul 17:47 WIB

emoji *whatsapp* sejak mendownload aplikasi *whatsapp*.<sup>84</sup>

Informan ketujuh yakni Nita damayanti atau biasanya dipanggil dengan Ibu Nita. Ibu Nita berusia 30 tahun yang merupakan seorang ibu rumah tangga sekaligus guru les privat sekolah dasar. Ibu Dinda juga merupakan pengguna aktif emoji *whatsapp* sejak empat atau lima tahun yang lalu semenjak menjadi guru les.<sup>85</sup>

### 3. Objek penelitian

Objek dari penelitian ini merupakan penggunaan dari ibu-ibu ketika menggunakan emoji sebagai bentuk komunikasi nonverbal dalam proses komunikasi interpersonal melalui media *whatsapp*. Selain itu juga motif apa yang mendasari ibu-ibu sebagai komunikator dalam penggunaan emoji *whatsapp* pada proses komunikasi interpersonal.

## B. Penyajian Data

Selama proses pengumpulan data yang berlangsung bulan November hingga Desember tahun 2022, akhirnya peneliti mendapatkan data dimulai dari penggunaan hingga motif ibu-ibu menggunakan emoji *whatsapp* dalam proses komunikasi interpersonal. Berikut adalah pemaparannya :

### 1. Penggunaan emoji *whatsapp* ibu-ibu di perumahan Gading Karya Surabaya dalam komunikasi interpersonal

Dalam penggunaan emoji *whatsapp* ibu-ibu sering kali dalam menggunakan emoji yang terdapat di aplikasi *whatsapp*, tidak semuanya ibu-ibu

---

<sup>84</sup> Hasil Wawancara Vira Rahmayanti, pada Sabtu, 24 Desember 2022. Pukul 19:24 WIB

<sup>85</sup> Hasil Wawancara Nita Damayanti, pada Sabtu, 24 Desember 2022. Pukul 09:39 WIB

menggunakan simbol-simbol yang sama. Misalnya mereka akan bergantung pada konteks pesan yang disampaikan melalui *whatsapp*. Pengguna emoji *whatsapp* akan menerima pesan pribadi di media komunikasi seperti *whatsapp* melalui notifikasi dalam bentuk pesan teks tulisan atau juga bisa berbentuk pesan suara atau *voice note* (VN). Kemudian, mereka akan merespons pesan dengan menggunakan emoji *whatsapp*. Seperti yang diungkapkan ibu Rani sebagai berikut:

“ Biasanya kalo pake emoji tergantung pembahasannya sih, saya biasaya pake emoji yang ketawa itu. jadi kadang saya buka dulu chatnya biasanya kalo pembahasannya lucu gitu kan saya bacanya sampe ngakak ngakak gitu ya jadi saya bales hahaha aja gitu kan kalo ketawa gak pake emoji itu kurang afdol gitu rasanya. Jadi saya suka kasih emoji setelah kalimat gitu mbak biar lengkap afdol gitu rasanya. Jadi setelah buka chatnya trus ngetik kalimatnya gak usah panjang panjang trus saya buka lambang emoji pojok kiri di wa itu mbak trus saya pilih emoji ketawa. saya yang kadang suka pake emoji itu ketawa yang miring sama ketawa yang sampe terbahak bahak ada air matanya itu mbak. Nah terus kalo udah dikasih kalimat biasanya aku pendek aja kalimatnya trus dikasih emoji ketawa trus saya klik tombol kirim itu yang ada di sebelah kanan. “<sup>86</sup>

---

<sup>86</sup> Hasil Wawancara Siti Rani, pada Jumat, 23 Desember 2022. Pukul 19:40 WIB

Senada dengan yang diungkapkan ibu Rani, ibu Dinda juga mengungkapkan sebagai berikut:

“ Setiap ada notif aku liat dulu pesannya itu pesannya kayak gimana misal pesannya habis membahas kabar bahagia nah aku itu aku pengen nunjukin hal yang sama jadi aku tetep sesuai dengan pembahasan jadi gak harus misale pesan apa trus emoji e apa kan gak nyambung jadi disesuaikan kan sama pembahasannya. Setelah mengetik pesan untuk membalas dikasih emoji sesuai dengan pembahasan jadi dipilih dulu setelah itu tak sisipin di pesan trus dibaca lagi kalo sekiranya kurang menarik aku ganti emoji lain trus tak pencet kirim ae gitu seh mbak. “<sup>87</sup>

Serupa dengan yang diungkapkan oleh ibu Dinda, ibu Desi juga mengungkapkan sebagai berikut:

“ Jadi kalo mau pake emoji WA yang jelas saya pegang hp dulu, harus ada orang yang ngechat saya duluan harus ada notif dulu jadi harus ada yg mancing dulu agar saya memakai emoji WA. Kalo udah ada bunyi pesan masuk berarti kan ada yang ngechat saya jadi baru buka hp trus saya baca pesannya. Trus tergantung pesannya mbak itu saya lagi curhat atau lagi cerita atau apa jadi saya pake emoji wa itu yang normal saja kayak mbak kayak emoji senyum bahagia, nangis, trus cium itu juga kadang. Misal kalo ngajak ngobrol yang lucu ya

---

<sup>87</sup> Hasil Wawancara Dinda Ayuningtias, pada Jumat, 23 Desember 2022. Pukul 18:16 WIB

saya kasih emoji ketawa atau jempol tapi kalo teman saya ngirim video yang lucu atau hal-hal yang lucu atau menyentuh hati gitu saya pake emoji yang banyak. Misal teman saya kirim video kocak saya kirim emoji ketawa yang terbahak bahak yang ada air matanya karna kan biasanya kalo orang ketawa bisa sampe nangis kan mbak trus kalo misal orangnya kirim video sendih ya saya kirim emoji sendih juga nangis mata bunder kalo nangis banget itu ya emoji yang keluar air matanya itu gitu pokoknya terhantung saya mendapatkan pesan seperti apa. Pokonya emoji itu bisa saya pergunakan untuk mengekspresikan diri saya karna kan klo di wa cuma sekedar bacaan jadi orang gak tau ekspresi saya seperti apa jadi dengan emoji orang lain tau ekspresi saya saat chatngan seperti apa. “<sup>88</sup>

Pernyataan lain diungkapkan oleh ibu Ija sebagai berikut:

“ Kalo menggunakan emoji biasanya diawali dengan kalimat mbak. Kalimat yang disampaikan atau kalimat yang ingin diutarakan kepada orang lain, misal ada orang konsultasi gitu ya saya baca dulu keluhannya trus kalo saya sudah tau solusinya saya ketik jawabannya pake kalimat trus kasih emoji diakhir kalimat entah itu emoji senyum atau jempol atau tangan yang hormat itu. Trus kalo chat sama temen atau keluarga gitu kadang emoji

---

<sup>88</sup> Hasil Wawancara Desi Utami, pada Sabtu, 24 Desember 2022. Pukul 17:47 WIB

*whatsapp* yang saya gunakan saya artikan sendiri. Misal saya lagi sedih lalu ketika saya ingin mengirim emoji ke orang lain karna saya tidak mau menunjukkan kalo saya sedih maka saya menyembunyikan hal tersebut. Biasa sih mbak jadi klik tombol emoji yang ada dibawah kiri trus biasanya langsung muncul lambang jam gitu nah itu emoji yang sering saya gunakan. Jadi udah enak udah muncul emoji-emoji apa saja yang sering saya gunakan. trus tinggal saya pilih lagi sesuai dengan kebutuhan yang saya inginkan. Jadi lebih gampang lagi gak perlu nyari emoji satu satu. Sebelum saya kirim biasanya saya baca lagi mbak soalnya saya suka typo gitu dan kalo dikerjakan kan sebisa mungkin gak boleh kayak gitu jadi saya baca lagi sebelum dikirim atau mungkin ada yang ingin ditambahkan gitu saya tambahi lagi atau ada yang ingin dikurangi ya tinggal dihapus trus kalo udah tinggal kirim. “<sup>89</sup>

Begitu pula dengan yang diungkapkan oleh ibu Sukma sebagai berikut:

“ aku biasanya lek dapet pesan iku dibaca sek lewat notif yang diatas itu mbak jadi gak langsung buka di WA kan bisa itu ya di intip dulu. jadi dibaca sek lewat notif lek sekirane udah langsung dibuka pesan e soale aku kadang sering gak paham mbak jadi enak di intip sek nde notif lek sekirane wes paham dibuka pesan e dibaca lagi sing jelas trus langsung di bales. Carane iku kan nde wa ada

---

<sup>89</sup> Hasil Wawancara Rofiatun Azizah, pada Sabtu, 24 Desember 2022. Pukul 12:58 WIB

tombol lek misal mau ngetik itu ada tombol disamping kiri ya kalo samping kanan kan mic buat ngomong lah leh sampinge kan ada tombol bentuk emotikon senyum kayak mata bulet terkejut itu. Nah itu tinggal di pencet aja trus mari ngunu bisa milih emoji apa yang emang lagi dipengen maksudte lek misal kita pengen senyum nah nde situ kan ada banyak senyum nah kita pilih senyum yang gimana senyum ceria banget senyum yang berbinar binar atau senyum malu malu kan itu pasti ada gitu. trus kari klik nde bagian kanan iku kan ada tombol buat kirim nah iku diklik trus pesan e terkirim. “<sup>90</sup>

Sama halnya dengan yang diungkapkan oleh ibu Vira sebagai berikut:

“ Sebenarnya gampang ya mbak mungkin semua orang bisa menggunakan emoji wa ini mulai dari anak kecil sampe orang dewasa bisa nggunain emoji wa. Dibawah layar saat ngetik pesan itu kan ada gambar seperti gambar emoji satu pojok bawah bagian sebelah kiri. Nah setelah itu bisa di klik nah disitu ada beberapa tampilan emoji wa kita bisa memilihnya sesuai dengan kemauan diri kita sendiri trus dikirim. “<sup>91</sup>

Begitu juga dengan yang diungkapkan oleh ibu Nita sebagai berikut:

---

<sup>90</sup> Hasil Wawancara Sukma, pada Sabtu, 24 Desember 2022. Pukul 11:02 WIB

<sup>91</sup> Hasil Wawancara Vira Rahmayanti, pada Sabtu, 24 Desember 2022. Pukul 19:24 WIB

“ Selama saya pake wa itu cukup petek orang senyum yang ada dipojok kiri bawah trus disana itu kita tinggal milih tok milih ekspresi manusia itu buanyak banget gak manusia tok seh mbak ada daun ada bentuk-bentuk hewan gitu buayak pol pokok e trus misal kita lagi bahagia ya udah cukup kita teken yang namanya ekspresi yang senyum atau bahagia atau yang ngguyu kan ada itu mbak. “<sup>92</sup>

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dipaparkan diatas tentang penggunaan emoji *whatsapp* ibu-ibu di perumahan Gading Karya Surabaya. Maka dapat diketahui bahwa setelah mereka menerima pesan masuk di media *whatsapp*, mereka akan melihat terlebih dahulu pembahasan yang di bahas dalam proses komunikasi tersebut. Setelah itu mereka akan mulai membalas atau merespon pesan yang diterima dengan kalimat verbal dan juga emoji *whatsapp* yang diinginkannya dengan cara melihat pesan yang diterima, lalu memilih emoji yang ada di aplikasi *whatsapp*, kemudian memencet emoji *whatsapp* yang diinginkan.

## **2. Motif ibu-ibu di perumahan Gading Karya Surabaya menggunakan emoji *whatsapp* dalam komunikasi interpersonal.**

Dalam menggunakan emoji *whatsapp* setiap individu pasti memiliki motif tersendiri. Motif yang

---

<sup>92</sup> Hasil Wawancara Nita Damayanti, pada Sabtu, 24 Desember 2022. Pukul 09:39 WIB

ingin dicapai untuk memperoleh suatu kepuasan. Setiap orang punya motif dan motif itu berbeda beda ada yang motifnya sekedar mencari kesenangan ada juga yang mencari kesan tertentu. Maka dalam hal motif ketika menggunakan emoji *whatsapp* pada proses komunikasi yang dijalankan oleh ibu-ibu. Peneliti mengidentifikasi ada dua motif yang mendorong ibu-ibu di perumahan Gading Karya Surabaya dalam komunikasi interpersonalnya hingga akhirnya menggunakan emoji *whatsapp* yakni:

**a. Motif hiburan**

Motif hiburan merupakan suatu dorongan yang lebih mengarah kepada keinginan ibu-ibu untuk mencari hiburan ditengah-tengah kesibukan mereka. Jadi motif hiburan itu motif yang ingin dicapai untuk mendapatkan rasa senang dari tindakan yang telah dilakukan. Walaupun yang namanya hiburan terkadang mereka tidak memahami arti sesungguhnya dari emoji *whatsapp* yang mereka kirim yang penting emoji itu menarik atau lucu dan itu semua mereka anggap sebagai hiburan semata. Seperti ungkapan ibu Ija sebagai berikut:

“ saya suka yang lucu-lucu jadi kalo chat pake emoji itu jadi lebih berwarna saya senang aja kalo liatnya, ngeliat warna bentuknya itu kan banyak lucu aja kalo dilihat jadi menarik pesan saya. Kadang juga kalo pembahasannya lucu orang cuma ngririm emoji aja gak pake kata kata gitu saya ikut ketawa. Tapi kalo kerja pake emoji nya jadi terbatas cuma emoji itu aja jadi kalo

sama suami, keluarga, atau temen gitu enak bebas ngirim emoji apa aja. “<sup>93</sup>

Serupa dengan ungkapan ibu Ija, ibu Desi juga mengungkapkan sebagai berikut:

“ Trus kalo kirim emoji saya juga ikut seneng liatnya kan emoji itu kecil trus ekspresinya banyak jadi lucu aja kalo dikirim. Trus kan saya seneng kirim emoji ketawa mbak soalnya adek saya itu sering kirim video video lucu gitu nah saya pake emoji ketawa soalnya saya gampang ngakak. Pokok e seneng aja rasanya kalo pake emoji. “<sup>94</sup>

Begitu juga dengan yang diungkapkan oleh ibu Vira sebagai berikut:

“ Saya merasa terhibur dan senang karna ketika saya chat dengan lawan bicara saya dan saya menggunakan emoji wa itu juga memberikan kesan yang berbeda sehingga kita atau lawan chat kita tidak bosan dengan chat yang ketikan aja. Emoji juga banyak ya kayak bentuk, warna, dan gambar jadi disitu orang terhibur dengan emoji-emoji yang disuguhkan oleh aplikasi wa sendiri. “<sup>95</sup>

---

<sup>93</sup> Hasil Wawancara Rofiatun Azizah, pada Sabtu, 24 Desember 2022. Pukul 12:58 WIB

<sup>94</sup> Hasil Wawancara Desi Ramadani Utami, pada Sabtu, 24 Desember 2022. Pukul 17:47 WIB

<sup>95</sup> Hasil Wawancara Vira Rahmayanti, pada Sabtu, 24 Desember 2022. Pukul 19:24 WIB

Sama halnya dengan yang diungkapkan oleh ibu Nita sebagai berikut:

“ Pake emoji itu bikin saya seneng, nyaman gitu loh saat melakukan apa ya komunikasi secara virtual kalo jaman sekarang mbak ya namanya. Trus emojinya itu kan banyak jadi lebih menggambarkan ekspresi saya gitu loh mbak. Bentuk bentuknya juga lucu gak monoton gitu loh jadi enak lah pake emoji itu seneng pokok e aku. “<sup>96</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas ternyata motif yang mendorong ibu Ija, ibu Desi, ibu Vira, dan ibu Nita dalam menggunakan emoji *whatsapp* yakni karena emoji bisa membuat tertawa dan memiliki kesenangan tersendiri ketika menggunakannya.

#### **b. Motif memberi kesan baik**

Motif memberi kesan baik ini lebih mengarah kepada sisi personalitas seseorang atau dalam artian ingin membentuk kesan baik kepada orang lain. Maka dalam penelitian ini emoji *whatsapp* juga bisa memberikan motif memberika kesan baik bagi penggunanya hal ini diperkuat dengan ungkapan ibu Rani sebagai berikut:

“ Sebenarnya pake wa itu udah kebutuhan sehari hari trus kalo kita komunikasi sama

---

<sup>96</sup> Hasil Wawancara Nita Damayanti, pada Sabtu, 24 Desember 2022. Pukul 09:39 WIB

emoji itu lebih nyaman gitu dan lebih merasa efisien gitu kalo pake emoji dan kadang kalo pake emoji itu apa ya kayak merasa kita ngomong sama orang itu bener-bener diperhatikan gitu kalo pake emoji bener-bener merasa ngomong langsung karna lebih interaktif dan kalo pake emoji juga membuat aku merasa lebih deket sama orang itu dan biar orang juga merasa nyaman merasa akrab gak nganggep aku jahat seperti itu aja mbak. “<sup>97</sup>

Serupa dengan diungkapkan oleh ibu Vira sebagai berikut:

“ Saya gunakan emoji juga karna ketika saya chat dengan orang yang lebih tua dibanding saya, saya akan lebih sopan tapi tetep gak flet gitu. Juga memberi penekanan chat saya jadi orang lain nggak salah mengartikan pesan saya. Kurang lebihnya begitu mbak. “<sup>98</sup>

Sama halnya dengan yang diungkapkan oleh ibu Sukma sebagai berikut:

“ Aku pengen terlihat ramah aja untuk orang-orang yang chat sama aku dalam

---

<sup>97</sup> Hasil Wawancara Siti Rani, pada Jumat, 23 Desember 2022. Pukul 19:40 WIB

<sup>98</sup> Hasil Wawancara Vira Rahmayanti, pada Sabtu, 24 Desember 2022. Pukul 19:24 WIB

artian kalo misal kita chat sama orang dan kita balesnya cuek agak terlalu cuek kan kesan pertama orang itu ke kita pasti wah orang ini gak asik wah orangnya terlalu cuek. Nah dalam penggunaan emoji ini walaupun kadang kita cuek kadang kita baru kenal sama orang misalnya ini siapa ya ngunu trus kita gak pengen untuk balesin orang itu atau nangkepin gitu nah kita bisa ngunain emoji misalkan kita kasih senyum. Kita bisa ngirim emoji ngakak yang senyum ada tetesan air nah orang bisa nilai kalo kita selalu nanggepin gitu kan emoji ngakak itu bisa dibaca kalo kita lagi ngakak atau nanggepi pesan dengan happy. “<sup>99</sup>

Begitu juga dengan yang diungkapkan ibu Desi sebagai berikut:

“ Apa ya mbak kalo dorongan diri saya ya biar saya ini terlihat ekspresif biar orang lain tau ekspresi saya seperti apa biar gak canggung trus menampilkan sosok yang ceria responsive biar orang gak mengira oh ibu iki rek lek di jak cerito cek cuek e ngunu mbak. Trus kalo kirim emoji saya juga ikut

---

<sup>99</sup> Hasil Wawancara Sukma, pada Sabtu, 24 Desember 2022. Pukul 11:02 WIB

seneng liat ekspresi lucu lucu aja kalo dikirim. “<sup>100</sup>

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan ibu Rani, ibu Vira, ibu Sukma, dan ibu Desi. Maka dapat diketahui bahwa motif yang mendorong mereka dalam menggunakan emoji *whatsapp* yakni membentuk pribadi yang baik, akrab, sopan, ramah, ekspresif, dan peduli.

Namun berbeda dengan ibu Rani, ibu Vira, ibu Sukma, dan ibu Desi, ibu Ija memberi ungkapan yang berbeda seperti berikut:

“ Jadi memang kan pekerjaan saya perawat ya mbak, dimana pekerjaan itu juga banyak bertemu atau bersinggungan dengan orang banyak. Nah pekerjaan tersebut juga dituntut untuk melakukan pelayanan sebaik mungkin kepada pasien apalagi awal-awal era pandemi dulu semua orang saya rasa itu takut untuk konsultasi langsung di instalansi kesehatan baik rumah sakit, klinik, atau apotek sehingga banyak rumah sakit atau klinik melakukan inovasi untuk menambah pelayanannya yaitu tidak hanya melakukan konsultasi via offline tetapi juga melakukan konsultasi via online yaitu melalui wa pribadi. Nah sejak saat itu dengan adanya emoji saya merasa percaya diri untuk

---

<sup>100</sup> Hasil Wawancara Desi Utami, pada Sabtu, 24 Desember 2022. Pukul 17:47 WIB

melakukan pelayanan yang baik kepada pasien. “<sup>101</sup>

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan ibu Ija. Maka dapat diketahui bahwa motif yang mendorong ibu Ija dalam menggunakan emoji *whatsapp* yakni menambah percaya diri untuk bisa melakukan pelayanan yang baik kepada pasiennya.

Penjelasan berbeda juga diungkapkan oleh ibu Dinda sebagai berikut:

“ Kadang kan kalo saya sering pake emoji kan orang lain lama lama paham saya ya trus kadang temen saya itu bilang kalo saya mesti pake emoji kalo ngirim pesan. nah saya itu pengen punya ciri khas saya sendiri gitu mbak istilahnya nah kalo ada orang yang ngomong gitu wah itu nambah saya jadi pede mbak saya makin suka. “<sup>102</sup>

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan ibu Dinda. Maka dapat diketahui bahwa motif yang mendorong ibu Dinda dalam menggunakan emoji *whatsapp* yakni karena ibu Dinda sudah merasa bahwa menggunakan emoji dalam pesannya sudah menjadi ciri khasnya. Oleh sebab

---

<sup>101</sup> Hasil Wawancara Rofiatun Azizah, pada Sabtu, 24 Desember 2022.  
Pukul 12:58 WIB

<sup>102</sup> Hasil Wawancara Dinda Ayuningtiyas, pada Jumat, 23 Desember 2022.  
Pukul 18:16 WIB

itu ibu Dinda masih aktif menggunakannya hingga saat ini.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dipaparkan diatas tentang motif ibu-ibu di perumahan Gading Karya Surabaya menggunakan emoji *whatsapp*. Maka dapat diketahui bahwa motif yang mendorong ibu-ibu di perumahan Gading Karya Surabaya dalam menggunakan emoji *whatsapp* yakni motif hiburan dan motif memberikan kesan baik. Ada beberapa informan yang termasuk motif hiburan karena emoji bisa membuat informan tertawa dan memiliki kesenangan tersendiri ketika menggunakannya. Kemudian sebagian besar informan juga memiliki motif memberikan kesan baik yakni membentuk pribadi yang baik, akrab, sopan, ramah, ekspresif, dan peduli. Namun ada juga yang memiliki motif memberikan kesan baik karena menambah percaya diri dan juga ada yang sudah merasa menjadi ciri khasnya dalam menggunakan emoji.

### **C. Pembahasan Hasil Penelitian**

Berdasarkan sajian data yang telah dipaparkan sebelumnya peneliti menemukan dua hal terkait dengan penggunaan dan motif ibu-ibu di perumahan Gading Karya Surabaya menggunakan emoji *whatsapp* dalam komunikasi interpersonal. Adapun dua temuan tersebut yakni sebagai berikut:

Temuan pertama tentang penggunaan emoji *whatsapp* ibu-ibu di perumahan Gading Karya Surabaya. Ternyata dari hasil wawancara dengan informan, diketahui bahwa setelah mereka menerima pesan masuk di media *whatsapp*,

mereka akan melihat terlebih dahulu pembahasan yang di bahas dalam proses komunikasi tersebut. Setelah itu mereka akan mulai membalas atau merespon pesan yang diterima dengan kalimat verbal dan juga emoji *whatsapp* yang diinginkan dengan cara melihat pesan yang diterima, lalu memilih emoji yang ada di aplikasi *whatsapp*, kemudian memencet emoji *whatsapp* yang diinginkan.

Temuan kedua tentang motif ibu-ibu di perumahan Gading Karya Surabaya menggunakan emoji *whatsapp* dalam komunikasi interpersonal. Ternyata dari hasil wawancara dengan informan, motif yang mendorong ibu-ibu di perumahan Gading Karya Surabaya dalam menggunakan emoji *whatsapp* yakni motif hiburan dan motif memberikan kesan baik. Dalam hal motif hiburan sebagian besar informan merasa motif yang mendorong mereka menggunakan emoji *whatsapp* karena emoji bisa membuat mereka tertawa hingga memiliki kesenangan tersendiri ketika menggunakan emoji *whatsapp*. Kemudian motif memberikan kesan baik, motif ini menjadi motif yang paling banyak mendominasi dalam menggunakan emoji *whatsapp*. Mereka ingin menjadi pribadi yang baik, akrab, sopan, ramah, ekspresif, dan peduli ketika menggunakan emoji *whatsapp*.

### **1. Perspektif Teori**

Dalam penelitian ini teori yang digunakan oleh peneliti yakni teori logika desain pesan yang juga termasuk dalam jenis teori produksi pesan. Teori logika desain pesan ini dicetuskan pada tahun 1997 oleh Barbara J.O'Keefe yakni seorang pendukung teori konstruktivisme. B.J.O'Keefe mengatakan ada tiga logika dalam merancang sebuah pesan yakni logika ekspresif, logika konvensional, dan logika retorika.

### a. Logika ekspresif

B.J.O'Keefe mengasumsikan logika desain pesan ekspresif sebagai bahasa media untuk mengekspresikan pikiran dan perasaan. Logika ini bersifat terbuka dan reaktif dengan memberikan sedikit perhatian pada kebutuhan dan keinginan orang lain. Berdasarkan dari asumsi yang dilontarkan oleh B.J.O'Keefe ketika mengamati temuan-temuan yang terdapat di lapangan menunjukkan bahwa hampir semua pengguna ketika menggunakan emoji *whatsapp* dalam proses komunikasi interpersonalnya selalu menggunakan logika ekspresif. Hal itu bisa dilihat dari pernyataan mereka ketika menggunakan emoji *whatsapp*, mereka merasa lebih interaktif. Emoji bisa menggambarkan perasaan pengguna ketika menanggapi pesan yang diterima dengan menggunakan bentuk emoji *whatsapp* yang banyak jenisnya jadi sangat mudah dan cocok untuk digunakan dalam segala kondisi.

Namun hal ini berbeda dengan salah satu pengguna yakni ibu Ija yang mengatakan bahwa terkadang emoji *whatsapp* yang ia gunakan telah diartikan sendiri dengan tujuan untuk menyembunyikan perasaan dia yang sebenarnya. Oleh sebab itu dia selalu menggunakan emoji *whatsapp* dengan arti yang berbeda misalnya ketika dia sedang sedih dia akan menggunakan emoji bahagia untuk menyembunyikan perasaan atau kondisi dia yang sebenarnya. Hal tersebut sangat bertentangan dengan asumsi yang dikemukakan oleh B.J.O'Keefe mengenai logika desain pesan ekspresif yang bertujuan untuk mengekspresikan pikiran dan perasaan karena

pengguna tidak terbuka dengan lawan bicaranya sedangkan sifat dari logika desain pesan ekspresif yakni terbuka dengan memberikan sedikit perhatian pada kebutuhan dan keinginan orang lain.

**b. Logika konvensional**

B.J.O'Keefe mengasumsikan logika desain pesan konvensional sebagai permainan yang dimainkan secara responsif sesuai dengan aturan dan prosedur konvensional sehingga tercipta komunikasi yang sopan, pantas dan mengikuti aturan yang diketahui kelompoknya. Berdasarkan dari asumsi yang dilontarkan oleh B.J.O'Keefe mengenai logika konvensional ketika mengamati temuan-temuan yang terdapat di lapangan menunjukkan bahwa ada tiga pengguna yang menggunakan logika konvensional yakni ibu Ija, ibu Desi, dan ibu Vira. Hal itu bisa dilihat dari pernyataan mereka ketika menggunakan emoji *whatsapp*, seperti ibu Ija yang menggunakan emoji karena tuntutan pekerjaannya yang mengharuskan beliau untuk melakukan pelayanan yang sebaik mungkin kepada pasiennya. Kemudian ibu Desi yang sering menggunakan emoji untuk memberikan *feedback* yang sama seperti pengirim pesannya, dan ibu Vira ketika berkomunikasi dengan orang yang lebih tua beliau akan menggunakan emoji dengan lebih sopan.

Dari pernyataan ibu Ija dan ibu Desi ini sesuai dengan apa yang diasumsikan oleh B.J.O'Keefe mengenai komunikasi yang diumpamakan sebagai permainan yang harus dimainkan sesuai dengan aturan yang telah ketahui oleh semua anggota. Sedangkan pernyataan ibu Vira sesuai dengan

yang dikemukakan oleh B.J.O'Keefe mengenai tujuan dari logika konvensional yang menciptakan komunikasi yang sopan, pantas, dan mengikuti aturan yang ada. Namun hal ini berbeda dengan empat pengguna lain yang tidak memperhatikan logika desain pesan konvensional dalam proses komunikasi interpersonalnya.

**c. Logika retorika**

B.J.O'Keefe mengasumsikan logika desain pesan sebagai suatu cara untuk mengubah aturan melalui negosiasi. Pesan logika retorika bersifat proaktif jadi pesan telah dirancang dengan lembut, luwes, dan berwawasan untuk mendapatkan efek daripada sebagai tanggapan atas tindakan orang lain. Berdasarkan dari asumsi yang dikemukakan oleh B.J.O'Keefe mengenai logika retorika ketika mengamati temuan-temuan yang terdapat di lapangan menunjukkan bahwa hanya ada dua pengguna ketika menggunakan emoji *whatsapp* dalam proses komunikasi interpersonalnya memperhatikan logika retorika yakni ibu Ija dan ibu Dinda. Hal itu bisa dilihat dari bukti *screenshot* mereka ketika menggunakan emoji *whatsapp*, seperti ibu Ija yang menggunakan emoji karena ingin melakukan negosiasi dengan suaminya mengenai menu makanan yang akan ia masak pada hari itu. Hal sama juga dapat dilihat dari bukti *screenshot* ibu Dinda yang menggunakan emoji karena ingin melakukan negosiasi dengan pelanggannya untuk menawarkan apakah tidak mau melakukan penambahan jumlah barang lagi yang akan dipesan. Dari pernyataan ibu Ija dan ibu Dinda

tersebut sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh B.J.O'Keefe mengenai suatu penciptaan atau negoisasi diri dalam situasi sosial untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Namun hal ini berbeda dengan kelima pengguna lain yang tidak memperhatikan logika desain pesan retorika dalam proses komunikasi interpersonalnya.

## 2. Perspektif Islam

Beberapa faktor internal dan lingkungan berdampak pada bagaimana kesadaran diri muncul dan berkembang. Unsur internal meliputi kemampuan kognitif bawaan sedangkan faktor eksternal meliputi keluarga, lingkungan tempat tinggal, budaya, dan pendidikan. Dengan perkembangan kesadaran diri orang menjadi objek sekaligus subjek yang berinteraksi dengan dirinya sendiri sebagai objek dalam kesadarannya. Merefleksikan diri sendiri menghasilkan buah kesadaran.<sup>103</sup> Agama yang utuh harus datang dari kesadaran diri, dan itu yang diharapkan dalam dakwah Islam. Oleh karena itu, Al-Qur'an dengan jelas melarang pemaksaan dengan berbagai cara, sebagaimana dalam firman Allah SWT, surat al-Baqarah ayat 256:

لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَيِّ فَمَنْ يَكْفُرْ  
بِالطَّاغُوتِ وَيُؤْمِنْ بِاللَّهِ فَقَدِ اسْتَمْسَكَ بِالْعُرْوَةِ الْوُثْقَى لَا  
انْفِصَامَ لَهَا وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

---

<sup>103</sup> Musa Asy' arie, Manusia Pembentuk Kebudayaan dalam Al-Qur'an (Yogyakarta: Lembaga Studi Filsafat Islam, 1992), hal. 85

Artinya: “ Tidak ada paksaan dalam (menganut) agama (Islam), sesungguhnya telah jelas (perbedaan) antara jalan yang benar dengan jalan yang sesat. Barang siapa ingkar kepada Tagut dan beriman kepada Allah, maka sungguh, dia telah berpegang (teguh) pada tali yang sangat kuat yang tidak akan putus. Allah Maha Mendengar, Maha Mengetahui. “ (QS. al-Baqarah: 256)

Teknologi berkembang dengan kecepatan yang cepat dan menuntut saat ini. Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya inovasi terkini baik yang kompleks maupun yang sederhana. Teknologi telah berkembang dengan pesat dan masih berkembang hingga saat ini menjadi lebih maju dan meluas. Ilmu pengetahuan dan teknologi yang berkembang dapat dipelajari dan diteliti dalam Al-Qur'an karena banyak informasi tentang ilmu pengetahuan dan teknologi dibahas dalam kitab suci ini. Contohnya adalah firman Allah SWT dalam surat Al-Imran ayat 110, yaitu:

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْسُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ  
عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا  
لَّهُمْ مِنْهُمُ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ

Artinya: “ Kamu (umat Islam) adalah umat terbaik yang dilahirkan untuk manusia, (karena kamu) menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka. Di antara mereka ada yang beriman, namun

kebanyakan mereka adalah orang-orang fasik. “<sup>104</sup>(QS. Al-Imran 3:110)

Menurut ayat di atas tiga tujuan dapat dicapai dengan menggunakan media secara aktif yakni membawa kebaikan, mengakhiri kejahatan, dan beriman kepada Allah SWT. Kita harus bekerja untuk mempengaruhi media sebagai konsumennya untuk mempromosikan niat baik kepada orang lain. Dalam penelitian pengguna emoji *whatsapp*, para ibu-ibu di perumahan Gading Karya Surabaya menjadikan fitur *whatsapp* yaitu emoji sebagai alat pendukung dalam proses komunikasi interpersonal mereka untuk kepentingan komunikasi dan sarana komunikasi seperti penekanan pada kata-kata dan meminimalkan kesalahpahaman. Ini membuat pengguna *whatsapp* merasa berguna untuk menggunakan emoji di *whatsapp*.

Karena informasi sudah tersedia di media, orang dapat mengirim, memproses, dan menyimpannya dengan cepat. Menurut Al-Qur'an informasi yang diperoleh harus bernilai kebenaran, bernilai baik tanpa merugikan orang lain dan bertanggung jawab sepenuhnya atas ilmu yang diterima dan yang dapat dipahami dari surat Yusuf ayat 3 Al-Qur'an. yaitu:

نَحْنُ نَقُصُّ عَلَيْكَ أَحْسَنَ الْقَصَصِ بِمَا أَوْحَيْنَا إِلَيْكَ هَذَا الْقُرْآنَ  
وَأَنْ كُنْتَ مِنْ الْغَافِلِينَ

Artinya: “ Kami menceritakan kepadamu (Muhammad) kisah yang paling baik dengan mewahyukan Al-Qur'an ini kepadamu, dan

---

<sup>104</sup> TafsirWeb, ‘Surah dan Ayat Al-Qur’an’, 25 Desember 2022

sesungguhnya engkau sebelum itu termasuk orang yang tidak mengetahui. “<sup>105</sup> (QS. Yusuf 12:3)

Uraian di atas menekankan bahwa pengungkapan harus indah dan menarik karena mengandung pesan, saran dan pelajaran yang dapat dibagikan kepada orang lain. Jadi informasi harus disampaikan dengan pesan yang benar, memperkuat takad penerima, dan menjadi pengingat bagi orang lain tentang kecerobohnya. Dalam penelitian penggunaan emoji *whatsapp*, ibu-ibu di rumah Gading Karya Surabaya, pengguna dapat menyampaikan hal tersebut dengan cara yang menarik karena bentuk emoji *whatsapp* berbeda-beda dan mengandung makna tersendiri untuk membantu penerima memahami maksud dari pesan tersebut.

Seseorang pasti menggunakan media sosial untuk motif lain. Hanya untuk membangun dan memelihara hubungan dengan orang lain, mengetahui perkembangan sesuatu, dan bertukar informasi. Menurut Al-Qur'an motivasi merupakan sumber utama keinginan manusia untuk memimpin dan melaksanakan tugas. Memanfaatkan kesempatan untuk mencapai tujuan selama keinginan kuat dan kesempatan. Sebagaimana dinyatakan dalam Al-Qur'an Surat an-Najm/53:39-41.

وَأَنْ لِّئِنْ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ. وَأَنْ لِّئِنْ لَمُنْعِنَهُ شَرَفٌ  
يُرَىٰ. ثُمَّ يُجْزَاهُ الْجَزَاءَ الْأَوْفَىٰ

Artinya: "dan bahwa manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya, dan sesungguhnya usahanya itu kelak akan diperlihatkan (kepadanya),

---

<sup>105</sup> Ibid

kemudian akan diberi balasan kepadanya dengan balasan yang paling sempurna. " (QS. an-Najm 53: 39-41)

Kata (*yuraa*) dalam ayat ini berbentuk pasif, jadi artinya "ditunjukkan". Ini memberi kesan bahwa ada pihak lain selain dia yang melihat apa yang dia coba lakukan. Syekh Wahbah azZuhali menyatakan bahwa setelah itu penghuni Surga akan melihat apa yang dia kerjakan sebagai kehormatan dan pujian bagi mereka yang berbuat baik, sedangkan itu akan terlihat sebagai celaan dan hinaan bagi mereka yang berbuat jahat. tidak berhak menerima imbalan amal apapun yang belum dilakukannya. Selain itu, motivasi dapat dilihat sebagai keadaan yang mendorong orang menuju seperti pencapaian tujuan yang diinginkan. Islam sebagai sebuah keyakinan yang menjunjung tinggi syariah dan amal baik tidak diragukan untuk mencapai kemakmuran dan kenyanaman di dunia ini serta kesuksesan dan keamanan di akhirat. Firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Surat al-Baqarah/2:195

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ  
وَاحْسِبُوا أَنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ

Artinya : " Dan infakkanlah (hartamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu jatuhkan (diri sendiri) ke dalam kebinasaan dengan tangan sendiri, dan berbuatbaiklah. Sungguh, Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik. " (QS. al-Baqarah 2: 195)

Perintah berbuat baik dalam ayat diatas berlaku umum bagi setiap orang merupakan pesan penting yang disampaikan Allah SWT dalam ayat ini. Ihsan dapat dilakukan untuk diri sendiri untuk orang lain, untuk

makhluk lain yang diciptakan tuhan. Ihsan yang lebih tepat untuk semua orang yang bersangkutan di definisikan sebagai perbuatan baik. Yang dimaksud dengan lebih banyak perbuatan baik adalah lebih banyak perbuatan baik daripada kebaikan yang minim atau kebaikan yang biasa-biasa saja.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Penggunaan emoji *whatsapp* ibu-ibu di perumahan Gading Karya Surabaya. Informan akan menerima pesan masuk di media *whatsapp* dalam bentuk pesan teks maupun pesan suara (*voice note*). Mereka akan melihat terlebih dahulu pembahasan yang di bahas dalam proses komunikasi tersebut. Setelah itu mereka akan membalas atau merespon pesan yang diterima dengan kalimat verbal dan juga emoji *whatsapp* yang diinginkannya dengan cara melihat pesan yang diterima, lalu memilih emoji yang ada di aplikasi *whatsapp*, kemudian memencet emoji *whatsapp* yang diinginkan.
2. Motif ibu-ibu di perumahan Gading Karya Surabaya menggunakan emoji *whatsapp* dalam komunikasi interpersonal yakni motif hiburan dan motif memberikan kesan baik. Dalam hal motif hiburan sebagian besar informan merasa motif yang mendorong mereka menggunakan emoji *whatsapp* karena emoji bisa membuat mereka tertawa hingga memiliki kesenangan tersendiri ketika menggunakan emoji *whatsapp*. Kemudian motif memberikan kesan baik, motif ini menjadi motif yang paling banyak mendominasi dalam menggunakan emoji *whatsapp*. Mereka ingin menjadi pribadi yang baik, akrab, sopan, ramah, ekspresif, dan peduli ketika menggunakan emoji

## **B. Rekomendasi**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang didapat, maka penulis menyampaika beberapa rekomendasi yakni sebagai berikut:

1. Untuk pengguna *whatsapp* perlu memahami arti dari sebuah emoji yang ada pada aplikasi *whatsapp* agar tidak terjadi kesalahpahaman serta lebih berhati hati lagi dalam memilih emoji yang ada di aplikasi *whatsapp* karena setiap emoji memiliki arti yang berbeda.
2. Sebelum memulai penelitian sebaiknya peneliti mulai melakukan pendekatan kecil kepada informan dan membuat kesepakatan bersama jadwal wawancara agar lebih sistematis.
3. Diharapkan penelitian selanjutnya bisa membahas lebih dalam tentang emoji *whatsapp*

## **C. Keterbatasan penelitian**

Dalam penelitian ini masih terdapat keterbatasan, namun dengan adanya keterbatasan ini diharapkan dapat dilakukan perbaikan untuk penelitian yang akan datang, adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kurangnya pemahaman informan mengenai objek dalam penelitian.
2. Kurangnya informasi teori yang membahas mengenai emoji yang dapat memperkaya penelitian dan hasil dari penelitian itu sendiri.

## DAFTAR PUSTAKA

- A Andjani, IA Ratnamulyani, AA Kusumadinata. 2018. Penggunaan Media Komunikasi *Whatsapp* Terhadap Efektifitas Kinerja Karyawan. *Jurnal Komunikatio*. Vol, No, 41.
- Ai, W, Lu, X, Liu, X, Wang, N, Huang, G, & Mei, Q. 2017. Untangling emoji popularity through semantic embeddings. *Proceedings of the Eleventh International AAAI Conference on Web and Social Media*.
- Aluja, A. Balada, F. Blanco, E. Lucas, I. & Blanch, A. 2018. Strate reflex modulation by affective face “Emoji” pictographs. *Psychological Research*. Vol, 82. No, 1.
- Amna, Afina. 2018. *Whatsapp* dan Konsep Jarak Sosial Baru di Masyarakat. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol, 1. No, 2.
- Annur, Cindy Mutia. 2022. Pengguna *WhatsApp* Terus Bertambah, Ini Jumlahnya Sekarang. *Katadata.co.id*.
- Ali Engineer, Asghar. 2004. *Islam Masa Kini*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Asy'arie, Musa. 1992. *Manusia Pembentuk Kebudayaan dalam Al-Qur'an*. Yogyakarta: Lembaga Studi Filsafat Islam.
- Annamalai, Subashini. Nur Abdul Salam, Sobihatun. 2017. *Undergraduates' Interpretation on WhatsApp Smiley Emoji*. *Malaysian Journal of Communication*. Vol , 33. No, 4.
- Basrowi dan Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Depdiknas RI. 2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Elvinaro, Ardianto. 2004. *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Eti Hardiyanti, Waode. dkk, 2019. Penggunaan Emoji *Smile* Untuk Meningkatkan Perilaku Baik (*Well-Being*) dan

- Kemampuan Bahasa Anak Usia Dini. *Jurnal Pendidikan Early Childhood*. Vol, 3. No, 2.
- Fakhruroji, M. 2019. *Texting culture* dan perilaku empati di era media baru: Memahami ekspresi belasungkawa di *Whatsapp*. *Jurnal Socioteknologi*. Vol, 18. No, 2.
- Groot, Kim de. 2018. Analisis Semiotika Terhadap Penggunaan *Emoticon Whatsapp* Dalam Komunikasi Interpersonal Antar Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2013. *World Development*. Vol, 1. No, 1.
- Ghufron, M. Nur Dan Rini Risnawita S. 2012. *Teori-Teori Psikologi*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Kementrian Agama Republik Indonesia, Al- Qur'an dan terjemahnya. 2012. (Jakarta : Sinergi Pustaka Indonesia)
- Kementrian Agama Republik Indonesia. Al Qur'an dan Terjemahnya. 2019. Jakarta : Forum Pelayanan Qur'an.
- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Lexy J. Moleong. 1996. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mariyam, Siti. 2021. Motif Penggunaan Fitur *Emoticon* di Media Sosial *WhatsApp*: Studi terhadap Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Madura. *Jurnal An-Nida*. Vol, 13. No, 2.
- Maulidina, Dewi Hidayatul. 2021. Penggunaan emoji dalam komunikasi pembelajaran daring melalui media *whatsapp* (Studi Deskriptif pada Mahasiswa Jurusan Bimbingan Penyuluhan Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo Angkatan Tahun 2018. Skripsi.
- Miller, Katherin. 2002. *Human Communication: Perspective, Proseses, and Context*. USA: McGraw Hill.
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi Individu hingga Massa*. Jakarta : Kharisma Putra Utama.

- Nora Julina Putri, Suci dkk. 2021. Pengaruh Emoji Dalam Media Layanan Bimbingan dan Konseling Online Terhadap Metakognitif Konseli. *Jurnal Psikodidaktika*. Vol, 6. No, 1.
- Natalina, Desiani. Gandana, Gilar. 2017. Komunikasi Dalam PAUD. Tasikmalaya: Ksatria Siliwangi.
- O'Keefe, Barbara. 1988. *The Logic of Message Design: Individual Differences in Reasoning about Communication*. *Communication Monographs*. Vol, 55. No, 1.
- Primasari, W. 2015. Pengelolaan kecemasan dan ketidakpastian diri dalam berkomunikasi studi kasus mahasiswa perantau UNISMA Bekasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol, 12. No, 1.
- Putra. R. S, Irwansyah. I, 2020. Media Komunikasi Digital, Efektif Namun Tidak Efisien, Studi *Media Richness Theory* dalam Pembelajaran Jarak Jauh Berbasis Teknologi di Masa Pandemi. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. Vol, 3. No, 2.
- Puji Lestari, Ajeng. Exploring The Language Use In *WhatsApp* As Study Pragmatics: Proponent of *WhatsApp Emoticon* Usage. *Jurnal Makna*. Vol, 4. No, 1.
- Pramiyanti, A. Putri, I. P. Nureni, R. 2014. Motif Remaja dalam Menggunakan Media Baru (Studi Pada Remaja di Daerah Sub-Urban Kota Bandung). *Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*. Vol, 6. No, 2.
- Rakhmawati, Istina. 2016. perkembangan media sebagai sarana dakwah. at-tabsyir jurnal komunikasi penyiaran islam. Vol, 4. No, 1.
- Salamah Zainiyati, Husniyatus. 2017. Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis ICT. Jakarta: Kencana.
- Sobang, Regina Rivan, Endang Werdiningsih, and Khoirul Efendiy. 2020. Penggunaan *Emoticon Whatsapp* Bagi Mahasiswa Sumba Tengah Di Universitas

- Wisnuwardhana Malang. *Jurnal Penelitian & Pengkajian Ilmiah Mahasiswa (JPPIM)*. Vol, 1. No, 2.
- Suryanto. 2015. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Salim dan Haidir. 2019. *Penelitian dan Pendidikan Metode, Pendekatan, dan Jenis*. Jakarta: Kencana.
- Sugiarto, Eko. 2015. *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif: Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Suaka Media.
- Subadi, Tjipto. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Shihab, M. Quraish. 2012. *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al- Qur'an* . Jakarta: Lentera Hati. Vol, 10. No, 5.
- Yao. M. Z. and Ling. R, 2020. What Is Computer-Mediated Communication? An Introduction to the Special Issue. *Journal of Computer Mediated Communication*. Vol, 25. No, 1.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A