

**PEMAKNAAN EMOTIKON KEAGAMAAN DI  
WHATSAPP**

**(Tinjauan atas Model Komunikasi Pascamodern)**



**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi  
syarat gelar Sarjana Sosiologi (S.Sos)

Oleh :  
**IRFA NADHIFATUL ULYA**  
**19105040018**

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI AGAMA  
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2023**



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM**

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512156 Fax. (0274) 512156 Yogyakarta 55281

**PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

Nomor : B-816/Un.02/DU/PP.00.9/06/2023

Tugas Akhir dengan judul : **PEMAKNAAN EMOTIKON KEAGAMAAN DI WHATSAPP (Tinjauan atas Model Komunikasi Pascamodern)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : IRFA NADHIFATUL ULYA  
Nomor Induk Mahasiswa : 19105040018  
Telah diujikan pada : Kamis, 06 April 2023  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

**TIM UJIAN TUGAS AKHIR**



Ketua Sidang/Penguji I

Dr. Adib Sofia, S.S., M.Hum.  
SIGNED

Valid ID: 64743290b6e6



Penguji II

Dr. Rr. Siti Kurnia Widiastuti, S.Ag M.Pd.  
M.A.  
SIGNED

Valid ID: 647438725f846



Penguji III

Dr. Moh Soehadha, S.Sos.M.Hum.  
SIGNED

Valid ID: 646ec488e0365

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

1/1  
2023

07/06/



Valid ID: 647e8953eb4b3

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Nama : Irfah Nadhifatul Ulya  
NIM : 19105040018  
Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam  
Jurusan : Sosiologi Agama  
Alamat Rumah : Jln. Urip Sumoharjo, Buaran I/13, Buaran Kradenan, Kota  
Pekalongan, Jawa Tengah  
Alamat di Yogyakarta : Jln. Sorowajan Gg. Jahe 252C, Modalan, Banguntapan,  
Kab. Bantul, DI Yogyakarta  
Telp/Hp : 085727274158  
Judul : Pemaknaan Emotikon Keagamaan di *WhatsApp* (Tinjauan  
atas Model Komunikasi Pascamodern)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi yang saya ajukan adalah benar *asli* karya ilmiah yang ditulis sendiri.
2. Apabila dikemudian hari ternyata diketahui bahwa karya tersebut bukan karya ilmiah saya (*plagiasi*) maka saya bersedia menanggung sanksi dan dibatalkan gelar kesarjanaan saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 27 Maret 2023  
Saya yang menyatakan,



Irfah Nadhifatul Ulya  
NIM: 19105040018

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## **SURAT PERNYATAAN BERJILBAB**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Irfa Nadhifatul Ulya  
NIM : 19105040018  
Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam  
Jurusan : Sosiologi Agama

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar berjilbab dengan kesadaran diri tanpa pemaksaan dari pihak manapun. Apabila di kemudian hari terjadi sesuatu yang tidak diinginkan, maka saya tidak akan menuntut kepada pihak Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran dan Universitas Negeri Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Demikian surat pernyataan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 27 Maret 2023  
Saya yang menyatakan,



Irfa Nadhifatul Ulya  
NIM: 19105040018

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## NOTA DINAS



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALLJAGA

FM-UINSK-BM-05-03/RO

### FORMULIR KELAYAKAN SKRIPSI

Dr. Adib Sofia, S.S., M. Hum.  
Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

#### NOTA DINAS

Hal : Persetujuan Skripsi Sdr Irfa Nadhifatul Ulya  
Lamp : -

Yth. Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

*Assalamualaikum wr. Wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, mengoreksi, serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Irfa Nadhifatul Ulya  
NIM : 19105040018  
Program Studi : Sosiologi Agama  
Judul Skripsi : Pemaknaan Emotikon Keagamaan di *WhatsApp* (Tinjauan atas Model Komunikasi Pascamodern)

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu Program Studi Sosiologi Agama.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatian Ibu kami sampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum. wr.wb*

Yogyakarta, 27 Maret 2022

**Dr. Adib Sofia, S.S., M.Hum**  
NIP. 19780115 200604 2 001

## ABSTRAK

Masa pascamodern ditandai oleh berbagai kemajuan di berbagai bidang, salah satunya dalam kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, hal ini membentuk sebuah kebudayaan baru masyarakat dalam berinteraksi. Pandemi menjadi salah satu faktor penghambat keterbatasan masyarakat dalam berinteraksi, dengan demikian penggunaan media sosial menjadi alternatif atas keterbatasan tersebut. WhatsApp mampu bertahan dan menjadi salah satu jawaban sekaligus wadah bagi masyarakat untuk tetap terhubung. Dengan fitur emotikon, WhatsApp bersama *unicode* bekerja sama dalam mengembangkan karakter emotikon dan terus melakukan riset serta pembaruan pada emotikon secara persisten untuk tetap relevan. Ribuan karakter emotikon telah dirilis WhatsApp dan dibagi menjadi beberapa *section* kategori, salah satu kategorinya yaitu karakter emotikon keagamaan. Emotikon keagamaan menjadi salah satu karakter yang terus digunakan oleh beberapa komunitas keagamaan dalam berkomunikasi di media sosial.

Pada penelitian ini, emotikon keagamaan dikaji menggunakan teori analisis Semiotika Triadik yang dikemukakan oleh Charles Sanders Peirce. Dalam upaya mengkaji pemaknaan serta penggunaan emotikon keagamaan dengan perspektif sosiologi agama, maka dikumpulkan data dari wawancara bersama pengguna WhatsApp yang termasuk sebagai masyarakat beragama. Penelitian ini menerapkan metode kualitatif dengan teknik deskriptif, yang dalam pengumpulan datanya ditempuh dengan metode wawancara semi terstruktur dengan studi netnografi, yaitu metode studi kajian untuk memahami masyarakat dan kebudayaannya melalui internet atau media sosial. Pemilihan informan dipilih dengan menerapkan teknik *purposive sampling*, dibatasi pada mahasiswa, tepatnya terdiri dari mahasiswa dan *freshgraduate* sebagai pelaku komunikasi pascamodern yang aktif menggunakan WhatsApp minimum sejak 2016.

Berdasarkan penelitian yang sudah dilaksanakan, maka diperoleh hasil mengenai pemaknaan dan penggunaan emotikon keagamaan. *Pertama*, sebagai representasi simbol keagamaan, alternatif penyebutan suatu agama melalui simbol, serta alat untuk menyorot poin-poin penting dalam konteks pesan *broadcast* pada grup perpesanan yang disediakan WhatsApp. *Kedua*, terkait dengan piramida analisis semiotika triadik maka sebagai simbol yang arbiter, emotikon dianalisis melalui tiga tahap yaitu *Representament*, *Interpretant*, dan *Object*, maka interpretasi dan pemaknaan atas emotikon keagamaan di WhatsApp tidak selalu sama karena dipengaruhi pengalaman pribadi serta pengetahuan tiap *interpreter*. Dengan demikian, penelitian ini mencapai pada poin atas keterbukaan cakrawala pengetahuan dalam konteks interpretasi simbol keagamaan dan emotikon keagamaan.

**Kata kunci:** Simbol, Emotikon keagamaan, Semiotika Triadik.

## **ABSTRACT**

*Postmodern era is marked with various advancements in many aspect, one of which is in communication and information technology, resulting in a new culture of interaction in society. Pandemic is one of the factors that limits people interaction, hence the use of social media became the alternative to these limitation. WhatsApp is able to survive and become one of the answers as well as a place for people to stay connected. With the emoticon feature, WhatsApp and unicode works together in developing emoticon character, researching and updating emoticon persistently so it stays relevant. Thousands of emoticon characters has been released by WhatsApp and are divided into multiple category sections, one of it is religious emoticon characters. Religious emoticons became one of the characters that continue to be used in some religious communities to communicate in social media.*

*In this study, religious emoticons were observed using the theory of Triadic Semiotics analysis proposed by Charles Sanders Pierce. In an effort to examine the meaning and use of religious emoticons from the perspective of the sociology of religion, data were collected from interviews with WhatsApp users who belong to the religious community. This study applied a qualitative method with descriptive techniques, in which the data was collected using a semi-structured interview method with netnographic studies, which is a study method to understand society and its culture through the internet or social media. The selection of informants were selected by applying techniques of purposive sampling, limited to students, precisely consisting of students and fresh graduates as a postmodern communicator who has been actively using WhatsApp since 2016 minimum.*

*Based on the research that has been conducted, the results obtained regarding the meaning and use of religious emoticons. First, as a representation of religious symbols, an alternative to utterance of a religion through symbols, as well as an instrument to highlight important points in the context of broadcast messages in group messaging provided by WhatsApp. Second, related to the triadic semiotic analysis pyramid, as arbitrary symbols, emoticons were analyzed through three stages, namely Representment, Interpretant, and Object, the interpretation and meaning of religious emoticons on WhatsApp is not always the same since it is influenced by personal experience and the knowledge of each interpreter. Thus, this research reaches the point of the openness of knowledge horizons in the context of the interpretation of religious symbols and religious emoticons.*

**Keywords:** *Symbol, Religious emoticons, Triadic semiotic*

## MOTTO

**“Seperti air, selalu bisa menyesuaikan diri dimanapun berada”**

(Ayah Masrur)

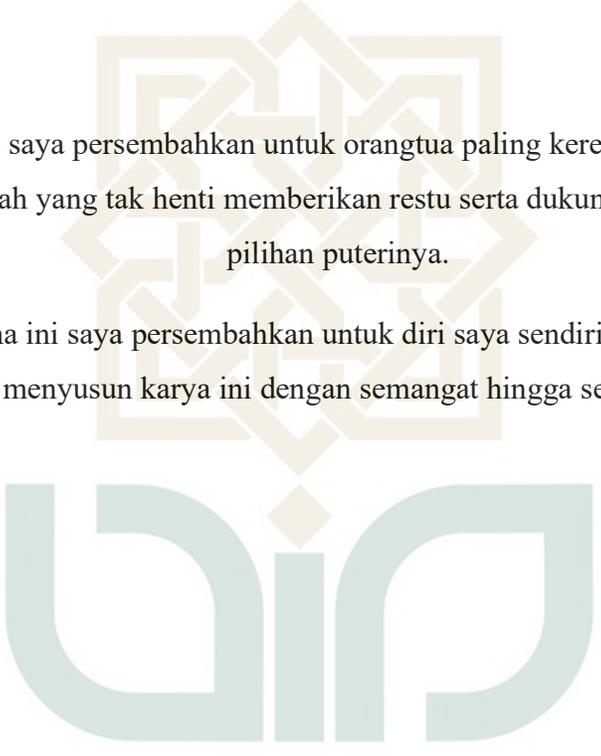


STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya tulis ini saya persembahkan untuk orangtua paling keren, Ayah Masrur dan Ibunda Marlinah yang tak henti memberikan restu serta dukungan penuh pada tiap pilihan puterinya.

Karya sederhana ini saya persembahkan untuk diri saya sendiri, yang telah berjuang menyusun karya ini dengan semangat hingga selesai.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahiim*

*Alhamdulillah* *rabbi* *'alamin*, Segala puji bagi Allah SWT atas segala Rahmat, Nikmat, Hidayah dan Inayah-Nya. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan dan terlimpahkan kepada Baginda Habibana Nabi Muhammad SAW, beserta kepada keluarga, para sahabat, serta penerus risalahnya.

Alhamdulillah atas izin Allah SWT dan dengan segala ikhtiar, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Pemaknaan Emotikon Keagamaan di WhatsApp (Tinjauan atas Model Komunikasi Pascamodern) untuk diajukan sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dalam penyusunan skripsi ini tentu tidak akan selesai tanpa adanya bantuan, bimbingan, dukungan serta kerja sama dari berbagai pihak. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini selayaknya penulis menyampaikan salam hormat serta ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Ibu Prof. Dr. Inayah Rohmaniyah, S.Ag., M.Hum., MA. Selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Rr. Siti Kurnia, S.Pd., M.A. selaku Ketua Program Studi Sosiologi Agama, dan Rama Istriyani, M.A. sebagai Sekretaris Prodi Studi Sosiologi Agama yang telah merestui serta mendukung penulisan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Adib Sofia, S.S., M.Hum selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu untuk memberikan masukan, bimbingan, semangat,

apresiasi, nasihat, dan dukungan secara penuh serta percaya bahwa penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

5. Seluruh Dosen Sosiologi Agama Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang telah memberikan berbagai wawasan, pengetahuan dan pengalaman serta ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
6. Staf TU Program Studi Sosiologi Agama Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, serta semua pihak yang terlibat dan membantu mengurus berkas kelengkapan administrasi penulis dari awal sampai berakhirnya studi penulis.
7. Kedua orangtua saya tercinta Ayah Masrur dan Ibunda Marlinah, yang senantiasa memberikan dukungan pada setiap pilihan puterinya, memberikan nasihat, do'a, dan dukungan tanpa kenal lelah demi memperjuangkan yang terbaik bagi puterinya.
8. Terimakasih kepada diri saya yang telah berjuang dalam menyusun tugas akhir ini dengan segala tekad dan semangat hingga selesai.
9. Terimakasih atas dukungan dan semangat yang tak henti terucap dari kakak-kakak saya, Helmi Yahya dan Nova Jazilah, serta adik Rafa Zadittaqwa, Kaisan dan Kaivan.
10. Sahabat-sahabat terkasih yang tak henti memberikan dukungan penuh pada penulis untuk menyusun serta menyelesaikan tugas akhir dan terus menemani saya, khususnya Almaas, Farra, Putri, Tharisa, Sofia, Fitri, Ulya, Ain Delfa, Nastain, Hisyam, dan teman-teman lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menuntut ilmu.
11. Teman-teman seperjuangan Sosiologi Agama Angkatan 2019, khususnya Zain, Amel, Rara, Ibah, Lutfiyah, Aulia Hanif, dan teman-teman lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu yang selalu mengingatkan untuk tekun dalam menuntut ilmu.

12. Teman-teman “Fradella Elvareth” angkatan II MAN Insan Cendekia Pekalongan.
13. Teman-teman yang tak henti memberikan dukungan untuk menyelesaikan tugas akhir ini, Alya, Sri Rahma, Rachma, Ridha Fatihah, Rani, Muzayyanah, Nafa, Shella, Safa, Zidna, Dina, dan Ayu Fitri.
14. Teman-teman beserta segenap kenangan yang pernah singgah dan menemani saya selama proses mengerjakan skripsi.
15. Tidak lupa untuk semua pihak yang memberikan dukungan atau motivasi kepada saya, baik dalam bentuk doa maupun materi, yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih, dalam segenap doa dan harapan, semoga selalu diberikan kesehatan dan diiringi keberkahan dari Allah SWT.

Yogyakarta, 14 Maret 2022

  
STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**Irfa Nadhifatul Ulya**  
**NIM. 19105040018**  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
NOTA DINAS .....	v
ABSTRAK.....	vi
MOTTO .....	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR BAGAN .....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	6
D. Tinjauan Pustaka .....	8
E. Kerangka Teori .....	15
F. Metode Penelitian.....	22
G. Sistematika Pembahasan .....	28
BAB II EMOTIKON PADA <i>WHATSAPP</i> .....	31

A. Media Sosial.....	31
B. WhatsApp.....	33
C. Emotikon.....	36
BAB III PENGGUNAAN EMOTIKON KEAGAMAAN DI <i>WHATSAPP</i> .....	54
A. Representasi Simbol Keagamaan.....	55
B. Alternatif dalam Proses Peyampaian Pesan.....	58
C. Emotikon sebagai Alat Mempertegas Maksud.....	61
BAB IV PEMAKNAAN EMOTIKON KEAGAMAAN DI <i>WHATSAPP</i> .....	67
A. Penggunaan Emotikon Keagamaan di <i>WhatsApp</i> .....	71
B. Analisis Triadik Emotikon Keagamaan di <i>WhatsApp</i> .....	73
C. Komparasi Interpretasi Pengguna dan Representasi yang Dibangun <i>Unicode96</i>	
BAB V PENUTUP.....	103
A. Kesimpulan.....	103
B. Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA.....	107
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	112
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	115

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Tampilan emotikon dengan berbagai ras .....	41
Gambar 2. Emotikon dengan berbagai penyebutan gender .....	41
Gambar 3. Emotikon dengan gestur unik yang relevan dengan tren .....	41
Gambar 4. Kategori <i>smileys and people</i> .....	42
Gambar 5. Kategori <i>animals and nature</i> .....	43
Gambar 6. Kategori <i>food and drink</i> .....	44
Gambar 7. Kategori <i>activity</i> .....	45
Gambar 8. Kategori <i>travel and places</i> .....	46
Gambar 9. Kategori <i>objects</i> .....	47
Gambar 10. Kategori <i>symbols</i> .....	48
Gambar 11. Kategori <i>flags</i> .....	49

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Piramida Analisis Triadik Semiotika.....	19
Bagan 2. Piramida Analisis Triadik Semiotika.....	74
Bagan 3. Piramida Triadik Salib Latin.....	76
Bagan 4. Piramida Triadik Salib Ortodoks.....	77
Bagan 5. Piramida Triadik Salib Ortodoks.....	77
Bagan 6. Piramida Triadik YinYang dalam makna Keseimbangan.....	80
Bagan 7. Piramida Triadik YinYang dalam makna ajaran Taoisme.....	81
Bagan 8. Piramida Triadik Roda Dharma.....	81
Bagan 9. Piramida Triadik Aum.....	81
Bagan 10. Piramida Triadik Bintang Dawud.....	84
Bagan 11. Piramida Triadik Menorah.....	85
Bagan 12. Piramida Triadik Tempat Ibadah.....	85
Bagan 13. Piramida Triadik Tempat Ibadah.....	88
Bagan 14. Piramida Triadik Masjid.....	89
Bagan 15. Piramida Triadik Masjid dalam makna Taj Mahal.....	89
Bagan 16. Piramida Triadik Sinagoga.....	89
Bagan 17. Piramida Triadik Ka'bah.....	91
Bagan 18. Piramida Triadik Gerbang Torii.....	92
Bagan 19. Piramida Triadik Kalung Doa.....	94
Bagan 20. Piramida Triadik Kalung Doa dalam makna Mala.....	94
Bagan 21. Piramida Triadik Kalung Doa dalam makna Rosari.....	94

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Karakter Emotikon Keagamaan .....	51
Tabel 2. Emotikon Keagamaan di WhatsApp.....	68
Tabel 3. Salib Latin dan Salib Ortodoks, Bulan Sabit dan bintang .....	76
Tabel 4. YinYang, Roda dharma, Aum.....	80
Tabel 5. Bintang dawud, Menorah, Tempat ibadah .....	84
Tabel 6. Bangunan Gereja, Bangunan Masjid, Bangunan Sinagoga .....	88
Tabel 7. Ka'bah, Gerbang Tori, dan Tasbih.....	91
Tabel 8. Komparasi Representasi <i>unicode</i> dan Interpretasi Pengguna .....	96



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Masa pascamodernisme yang berkembang, saat ini ditandai dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang bergantung pada teknologi dan fitur yang terdapat di dalamnya. Pada kehidupan sosial, setiap manusia memerlukan sebuah komunikasi untuk menjalin hubungan yang baik dengan sesama. Komunikasi merupakan proses dua orang atau lebih yang melakukan pertukaran informasi melalui media komunikasi.<sup>1</sup> Model komunikasi pascamodern terus berkembang dibarengi arus pergerakan teknologi.

Seiring dengan perubahan teknologi, ada beberapa variasi pada media komunikasi. Selain komunikasi secara langsung, ada juga telekomunikasi atau komunikasi jarak jauh yang menggunakan media sosial sebagai perantara. Sebagai gambarannya, di masa pandemi yang mengharuskan setiap orang membatasi diri untuk bersosial secara langsung. Hal ini membuat media sosial kian populer dan terus menerus digunakan oleh masyarakat. Operasional teknologi komunikasi yang terus berjalan dengan segera, membuat suatu perubahan wacana pada kehidupan

---

<sup>1</sup> Hafied Cangara. *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Kedua*. (Jakarta : Rajawali, 2016). hlm. 20.

masyarakat pascamodern. Oleh karena itu, kini masyarakat tidak lagi menemui keterbatasan dalam berinteraksi dan bertukar informasi dengan teman, sahabat, maupun kerabat.

Media sosial menjadi salah satu solusi untuk tetap menjangkau kabar maupun informasi. Hal ini merupakan sebuah dampak positif dari kemajuan teknologi dan modernisasi, yaitu kemudahan untuk tetap berinteraksi dengan lingkungan sosial. Ada berbagai media sosial yang digemari belakangan ini, seperti Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, Tumblr yang sifatnya *networking* atau cara kerjanya membuat jejaring antar penggunanya. Adapun media sosial yang sifatnya lebih pribadi dan *direct* atau langsung yang memiliki fitur lebih privat dan menawarkan efisiensi. Ialah WhatsApp, Telegram, Line, Discord, iMessage, dan sebagainya.<sup>2</sup>

Pandemi menjadi salah satu faktor penyebab bergeraknya *lifestyle* masyarakat pengguna jejaring sosial. Keterpaksaan untuk menempuh pertukaran informasi lewat maya, kini membuat masyarakat sangat akrab atas keberadaan beberapa aplikasi pada media sosial. Aplikasi WhatsApp, sudah sangat populer dan digunakan oleh lebih dari dua miliar orang pada lebih dari 180 negara menggunakan WhatsApp untuk tetap terhubung dengan teman dan keluarga, kapan pun dan di mana pun. WhatsApp

---

<sup>2</sup> Maulana A. “7 Jenis Media Sosial Beserta Contohnya yang Perlu Kamu Tahu” dalam <https://glints.com/id/lowongan/tipe-media-sosial/>, diakses pada 29 Juni 2022.

adalah aplikasi gratis yang menyediakan layanan bertukar pesan dan panggilan yang sederhana, aman, dan reliabel serta tersedia pada berbagai telepon di seluruh dunia.<sup>3</sup>

WhatsApp dikembangkan oleh Jan Koum dan Brian Acton yang sebelumnya telah menghabiskan 20 tahun bersama di Yahoo. WhatsApp bergabung dengan Facebook pada tahun 2014, tetapi terus beroperasi sebagai aplikasi terpisah dengan fokus laser untuk membangun layanan perpesanan yang bekerja dengan cepat dan andal di mana pun di dunia. WhatsApp merintis perkembangannya sebagai alternatif SMS, dan sekarang sudah mendukung pengiriman berbagai media, seperti teks, foto, video, dokumen, lokasi, serta panggilan suara. Misi WhatsApp yaitu mengembangkan produknya untuk memudahkan setiap pengguna dalam berkomunikasi. Di balik setiap keputusan produk adalah keinginan pengembang untuk memungkinkan orang berkomunikasi di mana saja di dunia tanpa hambatan.<sup>4</sup>

Dipilihnya WhatsApp sebagai media penelitian ini karena penyajian emotikonnya yang cenderung *settle* dan memiliki versi yang sama dengan versi yang dimiliki Apple, serta penggunaannya yang terdiri dari lintas generasi dan lintas komunitas, dengan demikian memudahkan penelitian ini dalam mencari informan. Penyajian emotikon merupakan salah satu wujud untuk menarik pengguna. Emotikon bisa dianggap sebagai simbol atau lambang untuk mewakili sebuah ekspresi pengirim pesan, tampilannya berupa ekspresi wajah serta emosi yang beragam, serta

---

<sup>3</sup> WhatsApp Co., About WhatsApp <https://www.whatsapp.com/about> diakses pada 29 Mei 2022.

<sup>4</sup> WhatsApp Co., About WhatsApp. <https://www.whatsapp.com/about> diakses pada 29 Mei 2022.

simbol-simbol unik lain yang menggambarkan objek yang relevan dengan pengguna. Emotikon digunakan sebagai alternatif bahasa tubuh, seperti pandangan sopan dan kedipan mata yang dimana tidak mudah jika ditiru secara online.<sup>5</sup>

Penelitian ini mengkaji salah satu media sosial yang tengah populer sebagai salah satu media *chatting* yaitu WhatsApp. Di masa pandemi yang membatasi manusia untuk bersosial secara langsung, membuat masyarakat semakin akrab dengan solusi-inovasi tersebut. Dengan demikian, pemanfaatan media sosial cukup meningkat karena keadaan tersebut. Pemilihan WhatsApp Messenger sebagai media penelitian oleh penulis yaitu karena penggunaannya meliputi lintas generasi dan lintas komunitas. Sehingga penelitian ini dapat dijadikan sebuah acuan untuk keberlangsungan interaksi dalam aplikasi WhatsApp Messenger.

Semiotika dimungkinkan sebagai metode kajian ke dalam berbagai cabang keilmuan karena kecenderungannya memandang berbagai wacana sosial sebagai fenomena Bahasa. Selain itu, proses pemaknaan merupakan suatu kebudayaan yang dihasilkan oleh masyarakat. Oleh sebab itu, penelitian mengenai pemaknaan pada emotikon WhatsApp perlu dikaji untuk melihat seberapa jauh sifat multitafsir sebuah gestur atau emosi yang dilambangkan melalui gambar atau simbol yang tersedia. Penggalan nilai dan makna melalui tanda-tanda yang terdapat pada karya sastra

---

<sup>5</sup> Yanuar A. “Lambang Emoticon (Analisis Semiotika Lambang – Lambang Emoticon Di Whatsapp Messenger Dalam Kegiatan Chatting Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo)”, *Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo*, Ponorogo, 2016, hlm 3.

tentunya akan terkait erat dengan semiotika yang memiliki fokus pada sistem tanda.<sup>6</sup>

Tanda merupakan perwakilan makna yang hadir secara implisit dan terwakili.<sup>7</sup>

Tanda merupakan salah satu produk budaya yang dipahami dan disepakati oleh masyarakat. Karakteristik masyarakat yang dekanal dinamis, sehingga pergeseran makna yang terjadi pada pengguna WhatsApp juga merupakan salah satu produk budaya dari buah interaksi antar individu, individu dengan kelompok, atau antar kelompok. Masyarakat menciptakan tanda tersebut lalu disepakati dan digunakan dalam kehidupan sehari-hari.

Dengan demikian, semiotika merupakan bagian dari kehidupan sosial yang dihasilkan oleh masyarakat. Sehingga relevansinya dengan Sosiologi Agama yaitu masyarakat terlibat pada pemaknaan dan penggunaan emotikon keagamaan tersebut. Melalui tiga tahap penafsiran tanda yang dikemukakan oleh Pierce, pemaknaan emotikon keagamaan pada WhatsApp, peneliti memutuskan untuk menyusun penelitian dengan judul “Pemaknaan Emotikon Keagamaan di WhatsApp (Tinjauan Atas Model Komunikasi Sosial Pascamodern)”.

---

<sup>6</sup> Ambarini AS dan Nazla MU (ed.). *Semiotika Teori dan Aplikasi pada Karya Sastra*, (Semarang : Universitas PGRI Semarang, 2011), hlm.18.

<sup>7</sup> Ambarini AS dan Nazla MU (ed.). *Semiotika Teori dan Aplikasi...*, hlm 19.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah diuraikan di atas, dapat diperoleh rumusan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana emotikon keagamaan digambarkan di WhatsApp?
2. Bagaimana makna emotikon keagamaan digunakan oleh Mahasiswa dalam komunikasi sosial pascamodern?

## **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

1. Tujuan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut, terdapat beberapa tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Untuk memperoleh penjelasan deskriptif emotikon keagamaan yang terdapat di WhatsApp.
- b. Untuk memperoleh penjelasan mengenai penggunaan emotikon keagamaan dalam komunikasi sosial pascamodern.

## 2. Kegunaan

Selain memiliki tujuan yang telah disebutkan di atas, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan. Baik secara teoritis maupun praktis.

### a. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi wawasan serta pengembangan terhadap diskursi analisis semiotika untuk pihak-pihak yang berkepentingan, khususnya pada komunitas virtual pengguna media sosial serta untuk mengetahui wujud dan makna dari simbol-simbol yang ada dalam emotikon. Terutama dalam disiplin ilmu sosial, komunikasi sosial, *cultural studies*, hermeneutika sosial, *virtual community*, dan sebagainya.

### b. Kegunaan Praktis

Secara praktis penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan bagi masyarakat dalam menganalisis, memaknai, serta menggunakan emotikon keagamaan yang terdapat pada WhatsApp yang mewakili suatu agama. Selain itu, kegunaan penelitian ini bagi pengguna *WhatsApp* yaitu agar dijadikan acuan isi interaksi ketika menyematkan emotikon sehingga dapat digunakan secara bijak agar tidak menimbulkan konflik, terutama dalam konteks agama.

#### D. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka merupakan bagian penting dalam sebuah penelitian, dengan mengulas tema sejenis sebagai acuan untuk mengetahui persamaan maupun perbedaannya, dari segi objek material maupun objek formal, kerangka analisis, serta mencari titik ruang yang belum dikaji oleh peneliti terdahulu. Tinjauan pustaka berisikan penelitian relevan yang dapat menjadi salah satu bahan pertimbangan dan referensi untuk penulis pada saat menyusun karya ilmiah ini.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Yanuar Abidin dengan judul “Makna Lambang-lambang Emotikon (Analisis Semiotika Lambang-lambang Emotikon di WhatsApp Messenger dalam Kegiatan Chatting Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo)” skripsi ini menganalisis interaksi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo sebagai pengguna aplikasi WhatsApp melalui dokumentasi dilakukan dengan cara mengambil *screenshot* dari sebuah *chatting*. Dalam *chatting* tersebut diharuskan ada lambang emotikon yang relevan dengan penelitian. Pada penelitian ini, Yanuar menggunakan teknik analisis Semiotika Charles Sanders Peirce dan analisis semiologis komunikasi Andrik Purwasito. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Yanuar, kemudian ditemukan adanya perbedaan makna dalam lambang-lambang emotikon. Makna dari suatu Emotikon dapat berbeda tergantung dari pesan yang menyertainya. Pemaknaan emotikon juga dipengaruhi faktor eksternal seperti konteks sosial, beragama,

budaya, dan sebagainya.<sup>8</sup> penelitian ini memiliki persamaan atas penggunaan Teori Semiotika milik Charles Sander Peirce, sedangkan perbedaannya ada pada fokus emotikonnya.

Beralih pada penelitian lain yang juga mengkaji mengenai interaksi pengguna WhatsApp, dengan judul “Interaksi Keagamaan dalam Grup *WhatsApp* Keluarga (Studi Grup WhatsApp Keluarga Sugiman)” oleh Frandiansyah Oktavia Aldi Putra. Pada skripsi ini, Frandiansyah menyorot pada penggunaan salah satu fitur aplikasi WhatsApp yaitu obrolan Grup. Mengkaji tentang interaksi keagamaan yang terjadi pada Grup Keluarga besar Sugiman, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif melalui observasi serta wawancara dan teknik pengumpulan data yang dilakukan secara Netnografi dengan dibantu Etnometodologi dalam menjawab rumusan masalahnya. Menghasilkan kesimpulan adanya pola interaksi yang konsisten dalam memberikan informasi agama, saling mendoakan pada momen-momen tertentu seperti ulang tahun, menjelang Ramadhan, dsb.<sup>9</sup> Komparasi atas penelitian ditemukan perbedaan pada fokus objek kajiannya, serta persamaan dalam penggunaan analisis semiotika.

---

<sup>8</sup> Yanuar A. “Lambang Emoticon (Analisis Semiotika Lambang–lambang Emoticon Di Whatsapp Messenger Dalam Kegiatan Chatting Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo)”. *Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo*. Ponorogo. 2016.

<sup>9</sup> Frandiansyah Oktavia AP. “Interaksi Keagamaan dalam Grup WhatsApp Keluarga (Studi Grup WhatsApp Keluarga Sugiman)”. *Skripsi Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Kalijaga*, 2021.

Pada penelitian lain yang berjudul “Analisis Semiotika terhadap Penggunaan Emotikon WhatsApp dalam Komunikasi Interpersonal antar Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2013” oleh Alfian Cholis Purnomo. Melalui metode penelitian Kualitatif, Alfian menjelaskan mengenai Komunikasi Interpersonal antar pengguna WhatsApp dengan menggunakan analisis Semiotika Charles Sanders Peirce. Pada penelitian yang oleh Alfian, menghasilkan kesimpulan bahwa makna-makna yang terdapat pada emotikon adalah penggunaannya yang bisa untuk mempertegas atau memperjelas isi pesan, memberikan dukungan, menyindir seseorang, pengungkapan permohonan maaf, penyampaian perasaan kecewa, dan perasaan syukur. Menurut Alfian, penggunaan emotikon WhatsApp tidak boleh secara sembarangan. Emotikon yang digunakan secara sembarangan bisa menimbulkan perbedaan makna pesan.<sup>10</sup> Penelitian Alfian menjelaskan bahwa setiap pesan yang diberikan atau didapatkan, pasti akan mengalami perbedaan pemaknaan secara pribadi maupun situasi, namun hal ini biasanya teratasi dengan kesepakatan pengguna dalam memaknai pesan tertentu, sehingga tidak lagi menimbulkan sebuah perselisihan. Persamaan penelitian tersebut yaitu pada penggunaan semiotika Charles Sanders Peirce. Distingsinya jelas berada pada fokus kajian, penelitian Alfian lebih umum mengenai emotikon pada WhatsApp Messenger, namun penelitian ini lebih spesifik pada emotikon keagamaan.

---

<sup>10</sup> Alfian Cholis Purnomo. “Analisis Semiotika terhadap Penggunaan Emotikon WhatsApp dalam Komunikasi Interpersonal Antar Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2013”. *Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta*. Surakarta 2018.

Selain ketiga penelitian yang sudah diulas di atas, terdapat penelitian lain yang juga memiliki relevansi terhadap penelitian yang peneliti lakukan. Seperti jurnal yang disusun oleh Juparno Hatta dengan judul “Konstruksi Mitos Iluminati pada Masjid al-Safar”. Hatta dalam penelitiannya tengah menganalisis tentang konstruksi arsitektur Masjid al-Safar yang menyerupai segitiga sebagai konsekuensi desainnya yang mengadopsi konsep folding. Tuduhan atau tafsiran arsitektur masjid al-Safar yang tidak islami karena menyerupai objek sakral dari umat Yahudi, yaitu iluminati atau segitiga adalah mitos. Dalam sejarah manusia, benda fisik yang bermakna simbolis atau Yang Sakral dipengaruhi pengalaman hidup atau realitas subjektif manusia. Dua objek simbolis ini, memiliki sejarahnya masing-masing dan *diference*.<sup>11</sup> Walaupun penelitian Hatta memiliki persamaan penelitian ini yaitu pada penggunaan teori analisis Semiotika, namun terdapat sebuah distingsi pada kiblat yang digunakan. Jika Hatta menggunakan Semiotika Roland Barthes, pada penelitian ini justru menggunakan Semiotika yang dikemukakan oleh Charles Sanders Pierce. Dalam penelitiannya, Hatta menemui kesimpulan Masjid al-Safar dan simbol iluminati dibangun dalam sejarahnya masing-masing. Dua objek sakral ini, memiliki faktor-faktor kontekstualnya sendiri-diri yang mengkonstruksinya. Penandaan masjid al-Safar sebagai masjid iluminati karena arsitekturnya yang menyerupai simbol segitiga adalah mitos. Tafsir atas arsitektur masjid al-Safar telah

---

<sup>11</sup> Juparno Hatta. “Konstruksi Mitos Iluminati pada Masjid al-Safar (Analisis Semiotika Roland Barthes)”. *Jurnal Sosiologi Agama: Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama dan Perubahan Sosial*. Vol. 13, No. 2, Juli-Desember 2019, hlm. 67-94.

bergerak dan menjadi sistem siomologi sekunder atau kedua. Objek adalah benda fisik yang netral atau kosong, manusia lah yang membangun makna simbolis (sakral) dalam objek tertentu. Simbol-simbol dalam kehidupan sosial sebagai representasi yang sakral adalah konstruksi sosial, ia bukan peristiwa ahistoris tapi historis.

Selanjutnya, jurnal penelitian oleh Alia Pramiyanti yang berjudul “Makna Simbol Emotikon dalam Komunitas Kaskus”. Secara keseluruhan, penelitian inilah yang paling menggambarkan atau mendekati penelitian yang saya lakukan, mengulas tentang Representament emotikon pada media sosial sebagai makna denotasi dan Interpretant emotikon sebagai makna konotasi yang terdapat makna tertentu yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda. Persamaan yang begitu jelas yaitu dalam penggunaan Semiotika Charles Sanders Peirce terhadap objek kajian emotikon. Hasil dari kajian yang dilakukan Alia yaitu emotikon dapat mempertegas emosi yang ingin disampaikan melalui pesan jika penggunaan kata dan tanda baca tidak cukup untuk memperlihatkan maksud pesannya. Pengirim pesan dapat menggunakan emotikon untuk menggambarkan emosinya. Serta pemilihan warna emotikon telah sesuai dengan teori psikologi warna dalam psikologi persepsi. Emotikon ini mayoritas merepresentasikan kebebasan berekspresi, sifat humoris, keakraban, loyalitas serta nasionalisme yang

terbangun dalam komunitas Kaskus.<sup>12</sup> Namun perbedaannya dengan penelitian ini yaitu pada spesifikasi objek kajiannya, Alia cenderung pada emosi yang divisualkan emotikon, dan penelitian ini lebih terbatas pada emotikon keagamaan saja.

Masih serupa dengan ulasan penelitian paragraf sebelumnya, penelitian ini menganalisis emotikon. Namun objek materialnya yaitu emotikon pada media sosial Facebook (FB) dan Blackberry Messenger (BBM). Penelitian yang disusun oleh kedua rekan Rr. Arielia Yustisiana dan Christina Maya Iriana Sari yang berjudul “Fenomena Pengguna Emotikon pada Facebook dan Blackberry Messenger sebagai Alternatif Komunikasi Non-verbal” mengkaji tentang bagaimana emotikon mewakili emosi dan menjadi alternatif pengguna dalam menunjukkan emosi dalam berkomunikasi di media sosial tersebut. Serta mendeskripsikan maksud emotikon dan faktor-faktor penentu emotikon yang dipakai pada media sosial (FB dan BBM) untuk mengungkapkan emosi pengirim kepada penerima pesan. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Yustisiana dan Sari yaitu, para pengguna media sosial tersebut pasti mengetahui apa itu emotikon. Emotikon merupakan bagian dari elemen bahasa dalam komunikasi. Emotikon berupa simbol dari ekspresi emosi pengirim yang merepresentasikan makna tertentu. Berdasarkan data percakapan FB dan BBM, ada tiga faktor penentu

---

<sup>12</sup> Alila Pramiyanti dan Maylanny Christin. “Makna Simbol Emotikon dalam Komunitas Kaskus”, *Jurnal Sositologi*, Volume 13, Nomor 2, Agustus 2014.

emotikon, yaitu faktor kedekatan hubungan personal, faktor situasi atau keadaan sosial tuturan dan efisiensi komunikasi. Penggunaan emotikon dalam percakapan melalui media sosial bisa menghindari kesalahpahaman yang terjadi ketika para penulis pesan hanya mengungkapkan emosinya melalui tuturan.<sup>13</sup> Perbedaan spesifik dengan penelitian ini yaitu dalam fokus objek emotikon yang dipilih serta media sosialnya.

Tidak berhenti pada ulasan penelitian pada paragraf yang saya tuliskan sebelumnya, berikut salah satu penelitian yang juga relevan dengan penelitian yang saya lakukan. Faninda Meilisa Putri mengkaji mengenai “Penggunaan Emotikon dalam Forum [www.Mädchen.de](http://www.Mädchen.de)”. Menggunakan analisis semiotika strukturalisme yang dikemukakan oleh Saussure yang kemudian juga dikembangkan oleh Barthes, maka dari penelitian ini dapat diketahui bahwa masing-masing bentuk Emotikon yang dianalisis pada kajian ini mempunyai makna asli atau yang disebut dengan *denotasi* dan juga makna lain atau konotasi yang tersirat melalui konteks dalam penggunaan Emotikon tersebut.<sup>14</sup> Dari hasil penelitian yang disusun oleh Faninda, didapatkan beberapa simpulan bahwa beberapa bentuk emotikon memiliki makna yang sesuai dengan ekspresi yang digambarkan secara tersurat. Selain makna yang

---

<sup>13</sup> Yustisiana dan Sari. “Fenomena Penggunaan Emotikon pada Facebook dan Blackberry Messenger.” *SAINTEK Jurnal Ilmiah Ilmu-ilmu Teknik dan Rekayasa*, Volume 13, Nomor 2, Desember 2016. hlm. 63-69.

<sup>14</sup> Faninda Meilisa Putri. “Penggunaan Emotikon dalam Forum [www.Mädchen.de](http://www.Mädchen.de)” *Students e-Journal Universitas Padjajaran*, Vol 1, No 1 (2012).

didapat dari makna sebenarnya (*denotasi*) di atas beberapa emotikon ini mempunyai makna lain yang dilihat melalui konteks pendukungnya.

## E. Kerangka Teori

Kerangka teoretik digunakan untuk mendekati masalah dalam penelitian. Dengan demikian, seluk-beluk teori yang terdiri atas kekuatan dan kelemahan tersebut akan diketahui dan diuraikan dalam subbab ini. Kerangka teoretik ini akan digunakan untuk membangun hipotesis.<sup>15</sup> Berikut merupakan kerangka teori yang akan dilibatkan dalam penelitian ini,

### 1. Teori Semiotika

Teori Semiotika berasal dari bahasa Yunani, “Semion” yang memiliki arti tanda. Semiotika merupakan ilmu yang mempelajari *sign* atau tanda. Dalam berkomunikasi, kita memerlukan tanda untuk berinteraksi. Kata atau bahasa, di dalam wahana linguistik, diberi pengertian sebagai sistem simbol bunyi bermakna dan beraktualisasi, yang bersifat abritrer (berubah-ubah) dan konvensional, yang dipakai sebagai alat berkomunikasi oleh sekelompok manusia untuk melahirkan

---

<sup>15</sup> Adib Sofia, *Metode Penulisan Karya Ilmiah*, (Yogyakarta: Bursa Ilmu, 2017), hlm. 91.

perasaan dan pikiran.<sup>16</sup> Semiotika didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari sederetan objek dan hasil kebudayaan sebagai tanda.

Menurut Sobur, Semiotika merupakan ilmu atau metode analisis yang digunakan untuk mengkaji tanda. Sejalan dengan itu, Zoest mengemukakan pendapatnya bahwa semiotika adalah ilmu yang mempelajari tentang tanda, dan produksi makna.<sup>17</sup> Semiotika terbagi menjadi beberapa konsep, yaitu konsep Semiotika Ferdinand de Saussure, Semiotika Charles Sanders Pierce,

Semiotika Umberto Eco, Semiotika John Fiske, serta Semiotika Roland Barthes. Kelimanya memiliki perbedaan yang tidak terlalu signifikan. Menurut Umberto Eco, prinsip dasar Semiotika mengkaji segala sesuatu yang bisa digunakan untuk berbohong. Sementara menurut pendapat Fiske, ia memfokuskan konsepnya pada tiga studi utama, yaitu tanda, kode, dan kebudayaan. Selanjutnya Saussure menjadikan pertanda dan penanda sebagai konsep utama. Berbeda dengan Saussure, Pierce mengkonsep Semiotika menjadi 3 unsur yaitu Trikotomi (*representamen*), *interpretan*, dan objek. Sedangkan Roland Barthes mengemukakan teorinya yang berfokus pada *konotasi*, *denotasi*, dan *mitos*.<sup>18</sup>

---

<sup>16</sup> Y. Mudjiono. "Kajian Semiotika dalam Film". *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 1, No.1, April 2011 Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya.

<sup>17</sup> Wulandari, S. Dan Siregar (ed.), "Kajian Semiotika Charles Sanders Pierce : Relasi Trikotom (Ikon, Indek, dan Simbol) dalam cerpen...," *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, Vol. 04, No.1, Juni 2020. Hlm. 30.

<sup>18</sup> Wulandari, S. Dan Siregar (ed.), "Kajian Semiotika Charles Sanders Pierce..", hlm. 31.

Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, dan lain sebagainya, yang secara langsung mampu menterjemahkan pikiran dan perasaan komunikator kepada komunikan. Bahwa bahasa yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah jelas karena hanyalah bahasa yang mampu menterjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain. Apakah itu yang berbentuk ide, informasi atau opini, baik mengenai hal yang berbentuk konkret maupun abstrak.<sup>19</sup>

Pierce dikenal melalui konsep filsafat pragmatismenya, dijelaskan dalam Adams pada Nurrachman, Pragmatis adalah cara menggambarkan objek berdasarkan efeknya terhadap pikiran dan/pengalaman, walaupun konsep ini direvisi penekanannya dari objek ke simbol.<sup>20</sup> Bagi Peirce, tanda adalah yang mewakili sesuatu bagi seseorang. Argumen Pierce, yang sebagaimana dijelaskan oleh Adams, dimulai dengan premis bahwa penafisiran atas suatu benda, selalu bergantung pada pengurangan kesan atas kesatuan proposisi, sedangkan kapasitas untuk menentukan identitas suatu benda selalu tergantung pada “kemampuan memutuskan predikat secara terbatas”.

Dengan demikian, menurut Peirce, jika kita mengatakan, “kompor berwarna hitam” (*The stove is black*), kompor adalah substansi, sedangkan

---

<sup>19</sup> Onong Uchjana Effendi, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra Adidtya, 1994), hlm. 11.

<sup>20</sup> Nurrachman, D. “Teks Sastra dalam Perspektif Semiotika Pragmatis Charles Sanders Pierce”. *Jurnal al-Tsaqafa*, Volume 14, No. 01, Januari 2017, hlm. 87.

‘kehitaman/warna’ belum dibedakan, dan *is*, menjelaskan *confusedness* (keterbingungan)nya dari aplikasi warna hitam itu sebagai predikat, sambil meninggalkan substansi itu seperti terlihat apa adanya.

Peirce menjelaskan teorinya tentang kategori ‘*Firstness*’, ‘*Secondness*,’ dan ‘*Thirdness*,’ yang menghubungkan ide-ide untuk teori tanda-tanda sebagai terdiri dari ‘*Icon/Ikon*’, ‘*Index/Indeks*’, dan ‘*Symbol/ Simbol*’. Ketiga kategori itu kemudian dijelaskan oleh Peirce, dalam Adams, dalam Nurrachman 2017 sebagai berikut:

*“Firstness is the mode of being of that which is such as it is, positively and without reference to anything else. Secondness is the mode of being of that which is such as it is, with respect to a second but regardless of any third. Thirdness is the mode of being of that which is such as it is, in bringing a second and third into relation to each other.”*

*“(Firstness adalah moda wujud itu apa adanya, positif dan tanpa mengacu pada hal lain. Secondness adalah moda wujud itu apa adanya, sehubungan dengan yang kedua tapi terlepas dari yang ketiga. Thirdness adalah moda wujud itu apa adanya, kaitannya dengan yang kedua dan ketiga dalam hubungannya satu sama lain).”<sup>21</sup>*

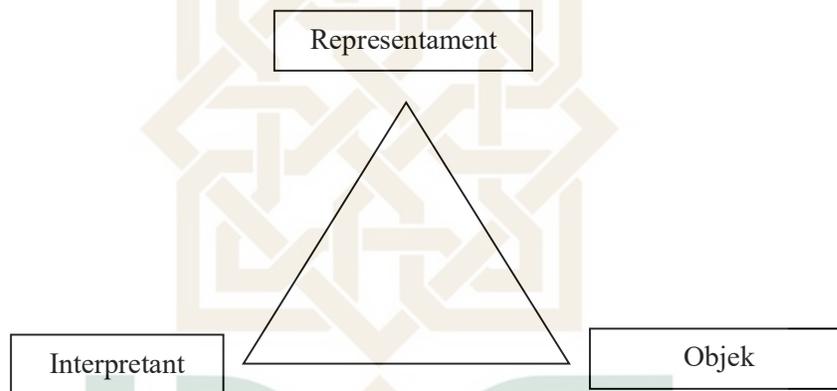
Dengan kata lain, *Firstness* atau *Rheme*, merupakan interpretan yang berupa kemungkinan atau suatu yang mungkin terjadi atau tidak mungkin terjadi dan makna tanda tersebut masih dapat dikembangkan, sehingga tahap ini masih berupa sebuah abstraksi. Sehingga, posisi tanda merupakan kepertamaan atau *Rheme*. *Secondness* atau *Design* merupakan interpretan yang berupa wujud kebenaran atau sesuatu yang

---

<sup>21</sup> Nurrachman, D. “Teks Sastra dalam Perspektif Semiotika Pragmatis”. Hlm. 88.

terjadi. *Thirdness* atau *Argument* sebagai unsur pengantaranya, setelah melalui kedua tahap sebelumnya, mulai terbentuk ada visualisasi atas tanda tersebut.

Dalam teori peirce pengertian tentang tanda diwakili oleh segitiga makna yang dikenal dengan triadik yang digambarkan sebagai berikut,



**Bagan 1. Piramida Analisis Triadik Semiotika**

Dalam teori Triadik (segitiga makna) Peirce terdapat tiga element utama pembentuk tanda, yaitu *sign/representamen* (tanda), *object* (objek), dan *interpretant* (interpretan). Peirce berpandangan bahwa salah satu bentuk tanda adalah kata, sedangkan objek adalah sesuatu yang dirujuk tanda. Sementara interpretan adalah tanda yang dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda. Jika ketiga elemen makna ini berinteraksi dalam benak seseorang, maka muncullah makna tentang sesuatu yang diwakili oleh tanda tersebut. Teori Triadik atau segitiga makna Peirce ini berusaha mencari tahu bagaimana makna

muncul dari sebuah tanda ketika tanda itu digunakan orang pada waktu berkomunikasi.<sup>22</sup>

Operasional piramida triadik pada emotikon meliputi tiga proses pengidentifikasian simbol, melalui proses representamen saat simbol digambarkan secara umum, lalu terbentuk secara spesifik di benak interpreter sehingga membentuk sebuah interpretasi, dan membentuk simbol atau objek. Pada fase kedua, yaitu fase interpretant merupakan fase yang mencerminkan bahwasannya tanda memiliki karakteristik yang arbitrer. Karena hal tersebut melibatkan isi kepala masing-masing interpretan.

## 2. Konsep Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *comunicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna.<sup>23</sup> Komunikasi secara etimologi dalam “ensiklopedi umum” diartikan sebagai “perhubungan”. Komunikasi secara terminologis merujuk pada adanya proses penyampaian suatu pernyataan oleh

---

<sup>22</sup> Muhammad Najib. “Pemaknaan Sticker Emoticon LINE Messenger sebagai Media Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Fisipol Universitas Mulawarman”. *eJournal Ilmu Komunikasi* 2014, Vol.2, No.3. Hlm 425.

<sup>23</sup> Onong Uchjana Effendi. *Ilmu Komunikasi Teori dan...*, Hlm. 9.

seseorang kepada orang lain. Dengan demikian, dalam pengertian ini yang terlibat dalam komunikasi adalah manusia.<sup>24</sup>

Lasswell menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan: “*Who, Say What, In Which Channel, To Whom, With What Effect?*”. Rumusan pertanyaan tersebut mengandung lima unsur dasar dalam komunikasi, yaitu :

- a. *Who?* (Siapa yang mengatakan?), berupa komunikator, pengirim, atau sumber.
- b. *Says What?*. (Apa yang disampaikan?), berupa pesan, ide, atau gagasan.
- c. *In Which Channel?* (Dengan saluran mana?), media atau sarana.
- d. *To Whom?* (Kepada siapa?) berupa komunikan atau penerima.
- e. *With What Effect?* (Apa dampaknya?), efek atau hasil komunikasi.

Dengan demikian, berdasarkan paradigma Lasswell, secara sederhana proses komunikasi adalah pihak komunikator membentuk (*encode*) pesan dan menyampaikannya melalui suatu saluran tertentu kepada pihak penerima yang menimbulkan efek tertentu. Sedangkan komunikasi sosial adalah suatu kegiatan komunikasi yang lebih diarahkan kepada pencapaian suatu situasi integrasi sosial.<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> Risky Firmanto. “Pengertian Komunikasi Menurut Paradigma Lasswell”, *Jurnal Rival* 2018, pada [jurnal.diary.co.id](http://jurnal.diary.co.id) diakses pada 30 Juni 2022.

<sup>25</sup> Susanto, Astrid S. *Komunikasi Sosial di Indonesia*. (Bandung: Binacipta). Hlm. 1.

## F. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan prosedur atau langkah-langkah dalam melakukan penelitian. Dalam hal ini, metode penelitian menyangkut cara penulis mengumpulkan data, cara penulis menganalisis data, dan cara penulis memaparkan data.<sup>26</sup> Metode Penelitian secara umum diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.<sup>27</sup> Metode kualitatif jika ditinjau dari kaitan ilmu dengan akal sehat dan ilmu pengetahuan maka dapat diperoleh dari pemaknaan atas realitas sosial yang tergantung pada akal sehat.<sup>28</sup> Menggunakan metode Netnografi.

### 1. Metode Netnografi

Netnografi merupakan teknik penelitian untuk memahami komunitas online dan kebudayaannya. Dijelaskan oleh Kozinet pada Hidayah, "...etnografi yang didapat untuk mempelajari media sosial yang dimediasi oleh perangkat komputer."<sup>29</sup> Maulana pada Soehadha menjelaskan beberapa teknik yang bisa dikembangkan dalam Netnografi yaitu *Online Participatory*, *Online Observational*, *Online*

---

<sup>26</sup> Adib Sofia. *Metode Penulisan Karya Ilmiah*. (Yogyakarta: Bursa Ilmu, 2017). Hlm. 92.

<sup>27</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung : CV. Alfabeta, 2007). Hlm. 3.

<sup>28</sup> Triyono. *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Yogyakarta : Ombak, 2012). Hlm. 41.

<sup>29</sup> Soehadha. *Metode Penelitian Sosial Kualitatif*, (Yogyakarta : SUKA Press, 2018). Hlm.118.

*Chatting, Email History, serta Photography dan Videography.* Namun kali ini peneliti hanya akan menggunakan beberapa teknik saja, antara lain,

- a. *Online Participatory*, yaitu teknik yang diterapkan dengan cara seorang peneliti terlibat dalam sebuah mailing list dan secara intens aktif mengikuti diskusi dalam grup tersebut.
- b. *Online Observational*, yaitu teknik etnografi yang dilakukan dengan cara membaca, menganalisis, dan menyimpulkan diskusi dari *e-forum*.
- c. *Online Chatting* yaitu wawancara mendalam terhadap seorang informan, dimana informan tersebut direkrut dalam keterlibatannya pada sebuah komunitas online.<sup>30</sup>

Sementara itu menurut Sally J McMillan sebagaimana dikutip oleh Nasrullah pada Soehadha terdapat empat model dalam berinteraksi secara online, yang meliputi monolog, timbal balik, dialog responsif, serta *mutual discourse analyst*. Namun peneliti hanya akan menggunakan 2 model interaksi, yaitu

- a. Dialog Responsif, yaitu komunikasi dua arah, dimana terjadi percakapan intens antara informan dengan peneliti, dan peneliti dalam interaksi ini lebih berperan sebagai pemegang kendali dari tema percakapan itu. Teknik ini bisa dilakukan misalnya dengan berdiskusi melalui fasilitas komentar dalam media sosial *facebook*.

---

<sup>30</sup> Soehadha. *Metode Penelitian Sosial Kualitatif..*, Hlm 118.

- b. *Mutual Discourse analyst*, yaitu percakapan yang dilakukan dimana informan maupun peneliti sama-sama mengontrol tema percakapan. Dalam diskusi ini, baik informan maupun peneliti dapat saling mengirim dan menerima pesan. Cara ini bisa dilakukan dengan memanfaatkan fasilitas *chat rooms*, *bulletin boards*, *messenger*, ataupun *whatsapp*.

Pada penelitian ini ada beberapa komponen yang digunakan untuk memperoleh, menganalisis, serta mengolah data, sehingga fokus penelitian ini dapat menemukan jawaban atas permasalahan yang diteliti, yaitu :

a. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian dengan jenis metode kualitatif dengan jenis deskriptif. Menurut Sukmadinata, penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang menggunakan deskripsi dalam menganalisis suatu kejadian atau fenomena, kepercayaan, persepsi, sikap, sosial dan manusia atau kelompok orang itu sendiri. Dalam menggunakan jenis penelitian kualitatif biasanya menggunakan wawancara, pengamatan, observasi, dan pemanfaatan dokumen.<sup>31</sup>

b. Sumber Data

Data merupakan suatu hal yang ada dalam sebuah fenomena atau objek sesuai dengan fakta yang ada di lapangan. Hal tersebut merupakan

---

<sup>31</sup> Arif Furchan, *Pengantar Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Surabaya : Usaha Nasional, 1992), hlm. 21.

gambaran spesifik mengenai suatu objek untuk tujuan penulisan ilmiah. Data tersebut bisa dikumpulkan melalui beberapa pertanyaan atau pengamatan.<sup>32</sup> Sumber primer ialah sumber aktual pada proses pengumpulan data, karena penelitian ini mengkaji tentang perubahan makna pada emotikon keagamaan di WhatsApp, maka emotikon menjadi elemen utama yang akan diteliti.

Dengan demikian, penelitian ini menggunakan pengamatan dan diskusi daring interaktif, sehingga sumber data yang dimaksud yaitu aplikasi WhatsApp Messenger, dengan menjadikan emotikon sebagai fokus utama. Secara teknik, akan ada sebuah diskusi daring di dalam grup WhatsApp yang dibentuk dengan sengaja oleh peneliti. Kemudian di dalam grup obrolan tersebut akan ditentukan sebuah topik untuk memantik diskusi atas penggunaan emotikon keagamaan di WhatsApp.

Sumber data merupakan subjek yang didapat oleh peneliti berupa informasi yang dapat digunakan untuk mempermudah proses analisis. Sumber sekunder merupakan data yang ditelisik untuk membantu menjelaskan data primer. Data sekunder yang akan digunakan yaitu hasil observasi diskusi secara daring bersama beberapa mahasiswa pada universitas di Yogyakarta.

---

<sup>32</sup> Sandu Siyoto, Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Sleman : Literasi Media Publishing, 2015) hlm. 67.

## 1. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data penelitian, peneliti menggunakan data-data yang diperoleh dari web WhatsApp, berupa emotikon keagamaan sebagai objek utama penelitian, serta wawancara melalui teknik *online participatory*, *online observational*, serta *online chatting* dengan model diskusi interaktif melalui dialog responsif, yaitu percakapan yang dilakukan dua arah oleh peneliti dan informan, namun dalam interaksi ini peneliti lebih berperan sebagai pemegang kendali dari tema percakapan itu. Selanjutnya, dengan menggunakan pendekatan sosial, hasil diskusi dapat dipaparkan secara deskriptif, ditinjau dari objek yang telah diteliti.

## 2. Pengolahan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengolahan data yang telah didapat dan dikumpulkan akan diolah secara deskripsi untuk memberikan gambaran secara umum mengenai bagaimana WhatsApp menggambarkan atau mewujudkan visualisasi atas emotikon yang dimilikinya. Serta bagaimana pengguna memaknai emotikon keagamaan saat bertukar pesan. Kemudian dianalisis dengan menggunakan teori semiotika terhadap emotikon yang digunakan secara interpretan. Penggunaan analisis Semiotika Triadik oleh Charles Sanders Peirce, kemudian penggunaan analisis ini dilihat dari simbol, serta lambang yang tersirat maupun tersurat oleh emotikon keagamaan yang tersedia di WhatsApp.

### 3. Teknik Analisis Data

Pada hakikatnya, proses analisis data sudah dipersiapkan pada saat sebelum dilakukan pengumpulan data, yaitu sejak peneliti melakukan perencanaan dan membuat desain penelitian, dan saat berlangsung pada saat pengumpulan dan setelah secara final semua proses pengumpulan data dilaksanakan. Jadi, analisis data sebenarnya dilakukan dalam setiap saat ketika proses penelitian berlangsung. Maksudnya, proses analisis data bersifat siklis atau melingkar dan interaktif dilaksanakan selama proses pengumpulan data.<sup>33</sup>

Penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif deskriptif yang merupakan penggambaran keadaan atau fenomena yang diperoleh kemudian menganalisisnya dengan bentuk kata untuk diperoleh suatu kesimpulan. Proses ini dilakukan menggunakan model analisis interaktif seperti yang diungkapkan Miles dan Huberman, yaitu proses analisis yang dilakukan bersamaan dengan proses pengumpulan data. Proses analisis data dalam penelitian ini menggunakan beberapa tahap, yaitu:

- a. Reduksi data adalah proses pemilihan data yang didapatkan dalam proses penelitian dan dilakukan penyederhanaan konsep sehingga mudah dipahami. Adapun cara reduksi data yaitu menyeleksi data, ringkasan, dan mengklasifikasi data ke dalam pola yang lebih luas.

---

<sup>33</sup> Soehadha, *Metode Penelitian Sosial Kualitatif..*, hlm 129.

- b. Penyajian data yaitu proses penyusunan informasi dan penyajian data secara deskriptif setelah menghimpun beberapa data dan fakta dalam proses penelitian.
- c. Penarikan kesimpulan yaitu proses membuat kesimpulan dari data yang didapat di lapangan. Proses ini dilakukan terus menerus selama penelitian, sehingga bersifat terbuka dan menjadi semakin rinci yang mana akan terjawab dari problem akademik yang telah diutarakan pada bagian latar belakang dan rumusan masalah.<sup>34</sup>

Analisis Semiotika Triadik yang dikemukakan oleh Pierce akan memberikan makna serta tafsiran pengguna media sosial, kemudian dianalisis oleh peneliti, untuk membuktikan adanya pergeseran makna intepretan terhadap Emotikon.

#### **G. Sistematika Pembahasan**

Hasil dari penelitian yang penulis lakukan akan dibagi menjadi beberapa bab yang bertujuan agar pembahasan dalam penelitian ini lebih terarah (*systematic*), menyeluruh (*comprehensive*) dan terpadu (*koheren*), disusunlah sistematika pembahasan sebagaimana berikut:

---

<sup>34</sup> Miles dan Huberman. *Analisa Data Kualitatif*. (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992). Hlm. 15.

Bab *pertama*, terdiri atas tujuh subbab, yaitu latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, kemudian metode penelitian, dan sistematika pembahasan. Bab ini berisi tentang pendahuluan untuk mengantarkan pembahasan penelitian secara keseluruhan, menceritakan problem yang diresahkan oleh penulis dan alasannya ingin meneliti, dijelaskan dengan fakta yang dapat digunakan untuk menyampaikan urgensi penelitian, dan gambaran secara garis besar mengenai seluruh rangkaian penelitian.

Bab *kedua*, berisi tentang objek penelitian, penjelasan mengenai gambaran umum mengenai emotikon keagamaan yang divisualkan WhatsApp, menampilkan emotikon identitas dan maknanya. Oleh karena itu, diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana emotikon keagamaan secara interpretan.

Bab *ketiga*, berisi penjelasan dan uraian tentang poin pertama dari perumusan masalah yang saya susun, yaitu emotikon keagamaan digambarkan di WhatsApp, serta pemaknaan emotikon keagamaan oleh interpreter (pengguna) dalam konteks komunikasi perpesanan instan pada model komunikasi sosial pascamodern.

Bab *keempat*, berisi penjelasan deskripsi-analitis atas penerapan teori Semiotika Charles Sanders Peirce emotikon keagamaan yang dirilis oleh WhatsApp. Pada bab ini akan dijabarkan juga proses analisa semiotika Triadik, yaitu proses terbentuknya emotikon keagamaan. Jika dilihat dari bab sebelumnya,

diharapkan bab ini bisa memberikan hasil yang diinginkan, mengenai bagaimana pemaknaan atas emotikon keagamaan yang divisualisasikan oleh pihak WhatsApp pada komunikasi sosial penggunanya.

Bab *kelima*, merupakan bagian penutup serta inti dari penelitian mengenai pemaknaan emotikon keagamaan pada media sosial WhatsApp. Serta berisikan kesimpulan dari temuan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Dalam bab ini juga terdapat rekomendasi dan beberapa saran pribadi dari penulis mengenai pembahasan yang terkait.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Perubahan komunikasi yang terjadi di era pascamodernisme menuntun masyarakat pada pola kebiasaan yang baru, hal ini dipengaruhi laju perubahan sosial khususnya pada bidang teknologi informasi dan komunikasi. Pascamodernisme membentuk sebuah kebiasaan baru dalam bertukar informasi pada jejaring media sosial yang berada di media maya. Masyarakat pascamodern akrab dengan fitur-fitur yang tersedia di media sosial, seperti halnya emotikon. Emotikon dirilis dan disetujui oleh *unicode consorteum*, yaitu sebuah perusahaan nirlaba yang mengolah algoritma dan karakter emotikon yang ada di media sosial.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka ditemukan beberapa poin sebagai jawaban atas perumusan masalah pada penelitian ini. *Pertama*, emotikon keagamaan WhatsApp memiliki beberapa fungsi, namun fungsi utama emotikon keagamaan sebagai buah dari budaya komunikasi pascamodern yaitu sebagai representasi pada simbol agama, serta fungsi lain atas dirilisnya karakter emotikon tersebut yaitu sebagai alternatif dalam proses penyampaian pesan atau informasi. Selain itu emotikon keagamaan dapat dijadikan sebagai alat untuk mempertegas maksud, dalam konteks ini emotikon keagamaan dapat dijadikan

alternatif sebagai pengganti dalam penyebutan suatu konteks keagamaan, serta dapat dijadikan penanda khusus dalam menyorot suatu poin penting pada pesan *broadcast*. Fakta mengenai representasi emotikon keagamaan yang dirilis dengan visual yang cenderung serupa telah memudahkan pengguna dalam mengenali serta mengkategorikan simbol yang disajikan WhatsApp. Namun, representasi mengenai beberapa properti keagamaan lain masih belum sesuai dengan beberapa *website* yang dijadikan rujukan oleh *unicode*, sehingga hal ini membuktikan bahwa simbol memiliki sifat arbiter dalam pemaknaannya.

*Kedua*, mengenai bagaimana emotikon keagamaan dimaknai pengguna serta digunakan dalam komunikasi perpesanan di era pascamodern, emotikon keagamaan menjadi salah satu alternatif dalam komunikasi perpesanan instan di era pascamodern, representasi yang disajikan sudah mewakili berbagai komunitas keagamaan yang ada secara internasional. Meskipun secara temuan pada penelitian ini hanya 9 dari 15 karakter yang dapat diinterpretasikan secara seragam oleh informan, hal ini tidak memberikan pengaruh yang fatal. Melalui analisis semiotika Triadik, proses identifikasi simbol melalui konsep piramida sejak proses representamen saat simbol digambarkan secara umum, lalu terbentuk secara spesifik di benak interpreter dan membentuk sebuah interpretasi, sehingga terciptalah suatu simbol atau objek yang dimaksud. Seperti yang telah diketahui, bahwa emotikon merupakan bagian dari simbol, yaitu sebuah objek yang bersifat arbiter yang berarti pemaknaan simbol tidak selalu sama, maka telah ditemui sebuah kesimpulan dari

penelitian dengan teknik analisis semiotika Triadik ini bertujuan untuk membuka cakrawala pengetahuan masyarakat dalam konteks interpretasi simbol emotikon, terutama pada pengguna media sosial.

Dengan demikian, walaupun dalam pemaknaan karakter emotikon sebagai simbol tidak selalu sama, hal ini bukan suatu masalah. Namun karena pemaknaan simbol bersifat arbiter, sehingga tak jarang jika terdapat perbedaan atau kesalahan atas pemaknaan simbol, hal ini dapat terjadi atas perbedaan pengalaman dan informasi yang dimiliki masing-masing interpreter.

## **B. Saran**

Setelah melalui proses pembahasan dan kajian terhadap pemaknaan emotikon keagamaan di WhatsApp, maka penulis perlu mengemukakan beberapa saran untuk mengupayakan pengembangan penelitian di bidang kajian ini selanjutnya, yaitu sebagai berikut:

*Pertama*, diperlukannya penelitian selanjutnya yang lebih eksploratif dan lebih mendalam, topik kajian ini memiliki banyak poin menarik untuk dikaji lebih lanjut, baik pada emotikon maupun emotikon keagamaan dengan tujuan mengembangkan kajian keilmuan Sosiologi Agama. Emotikon masih memiliki banyak ruangan untuk dikaji, salah satunya yaitu emotikon Zodiak, topik ini dapat dikaji lebih lanjut menggunakan pendekatan Sosiologi Agama.

*Kedua*, menjadi perhatian terhadap Program Studi Sosiologi Agama, khususnya mata kuliah *Cultural Studies* dimana tidak hanya menjelaskan mengenai teori Semiotika, namun mengenai dinamika keilmuan kontemporer lainnya yang eksploratif dan menarik untuk dikaji. Termasuk masalah mengenai emotikon keagamaan sebagai buah dari perubahan sosial dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi, supaya menjadi sumber pengetahuan bagi mahasiswa dan masyarakat luas untuk mengetahui pemaknaan atas simbol yang menjadi bagian dari komunikasi perpesanan di era pascamodern.

*Ketiga*, bagi masyarakat umum, khususnya bagi pengguna media sosial WhatsApp, meskipun emotikon tidak hanya disajikan di media WhatsApp, namun dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan informasi pada pemaknaan karakter emotikon serta hal-hal yang berkaitan dengan representasi dan interpretasi simbol-simbol yang disajikan di media sosial.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidien, A. Skripsi : *Lambang Emoticon (Analisis Semiotika Lambang – Lambang Emoticon Di Whatsapp Messenger Dalam Kegiatan Chatting Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo)*. Ponorogo : Universitas Muhammadiyah Ponorogo. 2016.
- Adieb, M. *7 Jenis Media Sosial Beserta Contohnya yang Perlu Kamu Tahu* dalam <https://glints.com/id/lowongan/tipe-media-sosial/>, diakses pada 29 Juni 2022.
- Agregasi Solopos, 19 Januari 2019. *Pengguna Meningkat 30%, WhatsApp Geser Popularitas Facebook*. <https://techno.okezone.com/read/2019/01/19/207/2006644/pengguna-meningkat30-whatsapp-geser-popularitas-facebook> diakses pada 10 Desember 2022.
- Arif Furchan. *Pengantar Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surabaya: Usaha Nasional. 1992.
- Asriningsari, A. dan Umaya, N. Maharini (ed.). *Semiotika Teori dan Aplikasi pada Karya Sastra*. Semarang: Universitas PGRI Semarang. 2011.
- Cangara, H. *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Kedua*. Jakarta: Rajawali. 2016.
- Effendi, O. Uchjana. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Adidtya, 1994.
- , *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1999.
- Emoji Dictionary, <https://www.dictionary.com/e/emoji/latin-cross-emoji/> diakses pada 16 Januari 2023
- Emojiall, *Menorah* pada <https://emojipedia.org/menorah/> diakses pada 2 Februari 2023
- , *Prayer Beads*, pada <https://emojipedia.org/prayer-beads/> diakses pada 2 Februari 2023
- Emojination, <http://www.emojination.org/home> diakses pada 1 Desember 2022.

- Emojipedia, *Bintang Dawud* pada <https://emojipedia.org/star-of-david/> diakses pada 2 Februari 2023.
- , *Bulan Sabit dan Biintang* pada <https://emojipedia.org/star-and-crescent/> diakses pada 2 Februari 2023.
- , *Bulan Sabit dan Bintang*, pada <https://emojipedia.org/star-and-crescent/> diakses pada 2 Februari 2023
- , *Gereja* pada <https://emojipedia.org/church/> diakses pada 2 februari 2023.
- , *Ka'bah* pada <https://emojipedia.org/kaaba/> diakses pada 2 Februari 2023.
- , *Kalung doa* pada <https://emojipedia.org/prayer-beads/> diakses pada 2 Februari 2023
- , *Kuil Shinto* pada <https://emojipedia.org/shinto-shrine/> diakses pada 2 Februari 2023
- , *Masjid* pada <https://emojipedia.org/mosque/> diakses pada 2 Februari 2023.
- , *Menorah* pada <https://emojipedia.org/menorah/> diakses pada 2 Februari 2023.
- , *Om* pada <https://emojipedia.org/om/> diakses pada 2 Februari 2023
- , *Om* pada <https://emojipedia.org/om/> diakses pada 2 Februari 2023
- , *Prayer Beads* pada <https://emojipedia.org/prayer-beads/> diakses pada 29 Januari 2023.
- , *Roda Dharma* pada <https://emojipedia.org/wheel-of-dharma/> diakses pada 2 Februari 2023.
- , *Salib Latin* pada <https://emojipedia.org/latin-cross/> diakses pada 2 Februari 2023.
- , *Salib Ortodoks* pada <https://emojipedia.org/orthodox-cross/> diakses pada 2 Februari 2023.
- , *Sinagoga* pada <https://emojipedia.org/synagogue/> diakses pada 2 Februari 2023.

- Emojipedia, *Tempat Ibadah* pada <https://emojipedia.org/place-of-worship/> diakses pada 2 Februari 2023
- , *YinYang* pada <https://emojipedia.org/yin-yang/> diakses pada 2 Februari 2023.
- Emojitracker, About Emojitracker <http://emojitracker.com/> diakses pada 2 Desember 2022
- Fathan, M. Akmal. End to End Encryption <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/end-to-end-encryption/> diakses pada 2 Desember 2022.
- Hatta, J. Konstruksi Mitos Iluminati pada Masjid al-Safar (Analisis Semiotika Roland Barthes). *Jurnal Sosiologi Agama: Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama dan Perubahan Sosial*. Vol. 13, No. 2, Juli-Desember 2019. DOI : 10.14421/jsa.2019.132-04
- Juwita, R. Media Sosial dan Perkembangan Komunikasi Korporat. *Jurnal Penelitian Komunikasi* Vol. 20 No. 1, Juli 2017: 47-60. DOI: 10.20422/jpk.v20i1.136
- Lubis, A. Armi. Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce pada Sampul Annual Report Bank BCA. *Jurnal IKRA-ITH Humaniora* Vol 5 No 1 Bulan Maret 2021
- Madiana, Frenda Yentin. Skripsi : *Media Sosial dan Hiperrealitas Hary Tanoesoedibjo sebagai Politikus Religius Islam (Studi Deskriptif Pencitraan Hary Tanoesoedibjo di Fanpage Facebook Perindo)*, Yogyakarta : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. 2017.
- Miles dan Huberman, *Analisa Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press. 1992.
- Mudjiono, Y. Kajian Semiotika dalam Film. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 1, No.1, April 2011. DOI: <https://doi.org/10.15642/jik.2011.1.1.125-138>
- Muhammad Najib. Pemaknaan Sticker Emoticon LINE Messenger sebagai Media Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Fisipol Universitas Mulawarman. *eJournal Ilmu Komunikasi* 2014, Vol.2, No.3.
- Muharram, F., Aziz, H., Manga, Abdul R. Analisis Algoritma pada Proses Enkripsi dan Dekripsi File Menggunakan Advanced Encryption Standard (AES). *Jurnal*

*Prosiding Seminar Nasional Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi* Vol. 3, No. 2, Desember 2018

Muvid, M. Basyrul. Sejarah Kerajaan Turki Utsmani dan Kemajuannya Bagi Dunia Islam  
*Tsaqofah & Tarikh* Vol. 7 No. 1 Bulan Juni Tahun 2022

Nurrachman, D. Teks Sastra dalam Perspektif Semiotika Pragmatis Charles Sanders Peirce.  
*Jurnal al-Tsaqafa*, Volume 14, No. 01, Januari 2017.

Pramiyanti, A. dan Christin, M. Makna Simbol Emotikon dalam Komunitas Kaskus. *Jurnal Sosioteknologi*, Volume 13, Nomor 2, Agustus 2014.

Purnomo, AC. Skripsi : *Analisis Semiotika Terhadap Penggunaa Emotikon WhatsApp Dalam Komunikasi Interpersonal Antar Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2013*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta. 2018.

Putra, F. Oktavia. Skripsi : *Interaksi Keagamaan dalam Grup WhatsApp Keluarga (Studi Grup WhatsApp Keluarga Sugiman)*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga. 2021.

Putri, F. Meilissa. Penggunaan Emotikon dalam Forum [www.Mädchen.de](http://www.Mädchen.de). *Students e-Journal Universitas Padjajaran, Vol 1, No 1. 2012.*

Rahartri, “Whatsapp” Media Komunikasi Efektif Masa Kini (Studi Kasus pada Layanan Jasa Informasi Ilmiah di Kawasan Puspiptek). *Jurnal VISI PUSTAKA*, Vol. 21, No. 2, Agustus 2019, hlm 114-119. DOI : <https://doi.org/10.37014/visipustaka.v21i2.552>

Risky Firmanto. Pengertian Komunikasi Menurut Paradigma Lasswell. *Jurnal Rival 2018* pada [jurnal.diary.co.id](http://jurnal.diary.co.id) diakses pada 30 Juni 2022.

Sandu Siyoto, Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Sleman: Literasi Media Publishing. 2015.

Soehadha, Moh. *Metode Penelitian Sosial Kualitatif*. Yogyakarta: SUKA Press, 2018.

Soetanto, L. Dewi. Skripsi : *Informasi Hoaks dalam Grup Whatsapp Keluarga (Studi Pemetaan Informasi Hoaks dalam Grup Whatsapp Keluarga di Kalangan*

Mahasiswa/i SI Universitas Atma Jaya Yogyakarta). Yogyakarta : Universitas Atma Jaya Yogyakarta. 2021.

Sofia. Adib. *Metode Penulisan Karya Ilmiah*. Yogyakarta: Bursa Ilmu, 2017.

Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif. Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta. 2007.

Susanto, Astrid S. *Komunikasi Sosial di Indonesia*. Bandung: Binacipta.1980.

Triyono. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Ombak, 2012.

Unicode, <https://home.unicode.org/about-unicode/> diakses pada 2 Desember 2022.

-----, <https://home.unicode.org/technical-quick-start-guide/> diakses pada 22 November 2022.

Universitas Medan Arena. Arti Warna Ungu dalam Psikologi dan Kebudayaan, dalam <https://p2mal.uma.ac.id/2022/08/09/arti-warna-ungu-dalam-psikologi-dan-kebudayaan/> Universitas Medan Arena, Medan. Diakses pada 29 Desember 2022.

WhatsApp Company, <https://www.whatsapp.com/about> diakses pada 3 November 2022.

-----, <https://www.whatsapp.com/about> diakses pada 29 Mei 2022.

Widiana, IW. Filsafat Cina: Lao Tse Yin-Yang Kaitannya Dengan Tri Hita Karana sebagai Sebuah Pandangan Alternatif Manusia terhadap Pendidikan Alam. *Jurnal Filsafat Indonesia*, Vol 2 No 3 Tahun 2019. Hlm. 110-123.

Wulandari, S. dan Siregar (ed.). Kajian Semiotika Charles Sanders Peirce : Relasi Trikotom (Ikon, Indek, dan Simbol) dalam cerpen.... *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*. Vol. 04, No.1. Juni 2020.

Yustisiana dan Sari. Fenomena Penggunaan Emotikon pada Facebook dan Blackberry Messenger. *SAINTEK Jurnal Ilmiah Ilmu-ilmu Teknik dan Rekayasa*, Volume 13, Nomor 2, Desember 2016.