

## PENGARUH PENGGUNAAN EMOJI WHATSAPP DALAM MISUNDERSTANDING COMMUNICATION TERHADAP EFEKTIVITAS KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI

Emmi Muta'ammidan<sup>1</sup>, Nur Asiah<sup>2</sup>, Badriyah Nasruddin<sup>3</sup>, Nurul Islam<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene

*emmimutaammidan@gmail.com, nuraisiah2233@gmail.com, badriyah@gmail.com,*

*nurulislam@stainmajene.ac.id*

### **Abstract**

*This article demonstrates the influence of WhatsApp emoji usage on misunderstanding communication and its impact on the effectiveness of interpersonal communication among university students. Emojis are icons, ideograms, or graphic symbols that represent a character and function to express emotions and ideas in digital communication. In this study, the researchers distributed questionnaires to 87 respondents and tested the hypotheses using simple linear regression analysis. The results indicate that the null hypothesis ( $H_0$ ) was rejected, showing that the independent variable, WhatsApp emoji usage ( $X$ ), significantly influences the dependent variable, interpersonal communication effectiveness ( $Y$ ).*

**Keywords:** *Emoji, Whatsapp, Misunderstanding Communication.*

### **Abstrak**

Artikel ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan emoji whatsapp dalam misunderstanding communication terhadap efektivitas komunikasi antar pribadi khusus Mahasiswa. emoji merupakan ikon, ideogram, atau simbol grafis yang mewakili sebuah karakter dan berfungsi untuk mengekspresikan emosi dan ide dalam komunikasi digital. Dalam penelitian, peneliti menyebarkan kuesioner responden sebanyak 87 orang dan diuji hipotesisnya melalui analisis Regresi linear sederhana. Hasilnya menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak sehingga variabel  $X$  penggunaan emoji whatsapp memiliki pengaruh terhadap variabel  $Y$ , efektifitas komunikasi antar pribadi.

**Kata Kunci:** *Emoji, Whatsapp, Misunderstanding Communication.*

### **A. Pendahuluan**

Melalui ekspresi wajah yang kita miliki, kita dapat menyampaikan pesan dengan sendirinya kepada lawan bicara tanpa harus mengeluarkan kata-kata sedikitpun. Ketika kita berkomunikasi kepada lawan bicara baik itu secara tatap muka dan secara pesan tertulis di media social, emoji atau ekspresi yang paling sering digunakan yaitu gembira, marah, tertawa, sedih, dan merasa bersalah.

Interaksi yang ekspresif memiliki peran yang sangat penting dalam mengatur suasana interaksi kepada lawan bicara.

Di zaman modern ini, kita bisa berkomunikasi dengan orang lain menggunakan alat elektronik melalui jaringan seperti komputer, laptop, dan ponsel. Melalui media sosial yang ada pada alat elektronik tersebut seperti *whatsapp*, *instagram*, *telegram* dan aplikasi canggih lainnya. Jika kita melihat kebelakang pengiriman pesan melalui surat atau kotak pos, dalam menyampaikan pesan beberapa pesan non verbal seperti ekspresi atau raut wajah merupakan sesuatu yang merupakan sesuatu yang tidak dapat disampaikan sehingga kadang disalahartikan tidak hanya itu, pengiriman pesan melalui *Short Message Service* (SMS) juga memiliki kasus yang sama.

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*, dan 3,8% mengatakan sangat jarang menggunakan aplikasi *whatsapp*.<sup>1</sup>

Dalam menyampaikan pesan, beberapa pesan nonverbal seperti ekspresi atau raut wajah merupakan sesuatu yang tidak dapat disampaikan melalui media tertentu. Pada kasus tersebut, Scott Fahlman, seorang ilmuwan komputer yang berasal dari Carnegie Mellon memperkenalkan emoji pertama kalinya berupa senyuman pada tanggal 19 september 1982. Pada saat itu Fahlman memperhatikan percakapan melalui pesan elektronik yang digunakan oleh staf untuk berkomunikasi pada awal delapan puluhan. Dia menemukan sesuatu yang membuat komunikasi tidak berjalan dengan baik. Seperti ketika kita berkomunikasi dengan orang lain dalam media sosial ketika kita membuat lelucon atau sedang marah tanpa ada ekspresi kadang disalah artikan atau

---

<sup>1</sup> Cindy Mutia Annur, “ Pengguna *WhatsApp* Terus Bertambah, Ini Jumlahnya Sekarang,” [Katadata.co.id](https://katadata.co.id), 07/10/2022.

salah paham. Fahlman yang saat itu berusia tiga puluh tahunan membuat cara sederhana dan legendaris yaitu dengan mengatakan “Jika menyatakan sesuatu yang lucu atau ironis, beri label komentar dengan wajah tersenyum yang terbuat dari titik dua, tanda kurang, dan tanda kurung”. Emoji itu pun menyebar dengan cepat ke universitas lain, dan kemudian merambah ke e-mail hingga ke seluruh dunia. “Salah satu problem utama dalam komunikasi teks adalah cara komunikasi yang jauh berbeda dari pada berbicara secara langsung, dengan orang lain”, kata seorang ahli bahasa komputer Thler Schneobelen dalam tesisnya tentang emoji di Stanford.

Seperti yang kita ketahui ketika berkomunikasi melalui media sosial berupa pesan yang akan disampaikan kepada komunikan dapat menjadikan komunikasi yang kurang ekspresif tanpa adanya emoji. Karena emoji yang mewakili setiap ekspresi yang kita sampaikan dalam pesan baik ketika sedang senang, gembira, sedih, marah, dan lain- lain. Akan lebih baik ketika kata-kata atau kalimat yang kita sampaikan dibarengi dengan emoji agar lawan bicara dapat mengidentifikasi perasaan yang kita sampaikan. Sehingga tidak ada kesalah pahaman persepsi dalam interaksi media sosial.

Menggunakan emoji juga tentu harus memahami makna yang terkandung didalamnya. Dengan memahami makna, pesan yang dikirimkan akan tersampaikan sebagaimana mestinya. Terbentuknya suatu makna juga tergantung pada persepsi seseorang, adanya persepsi yang sama menjadikan pesan tersampaikan. Apabila tidak ada kesamaan persepsi, atau tidak tepat memahami pesan, maka akan terjadi berupa kesalahpahaman dan menimbulkan konflik yang serius. Oleh sebab itu, penggunaan emoji tidak boleh disalahgunakan dalam komunikasi. Emoji yang digunakan secara sembarangan akan menimbulkan perbedaan makna pesan yang dikirimkan, karena fungsi emoji selain untuk mengekspresikan emosi juga dapat mempertegas pesan yang dikirimkan. Sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman, ketidaknyamanan dan mis komunikasi bahkan perasaan terlecehkan melalui pesan yang dikirim dalam aplikasi *whatsapp* terutama dalam komunikasi antar pribadi.

Komunikasi antar pribadi, kita selalu bertatap muka dengan orang lain, dengan menggunakan media komunikasi berupa telepon dan internet yang didalamnya kita bisa melakukan proses komunikasi antar pribadi. Emoji sendiri diadopsi dari Bahasa Jepang yang artinya “ gambar berkarakter ” jadi emoji merupakan sebuah fitur yang disediakan aplikasi tertentu untuk mempresentasikan ekspresi wajah, emosi, ide, perasaan, konsep, dan beberapa objek.

Namun tentu saja emoji yang digunakan tidak boleh menyimpang dalam penggunaannya, seperti memalukan dan merendahkan orang lain. Terlebih di dalam ajaran Islam Allah melarang

para hambanya untuk berkata-kata atau berbuat sesuatu apabila tidak pada suatu kebaikan. Allah berfirman dalam Al-Qur'an:

وَأَذِّبْنَا مَيْتَاتٍ بَنِي إِسْرَائِيلَ لَا تَعْبُدُونَ إِلَّا اللَّهَ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ ثُمَّ تَوَلَّيْتُمْ إِلَّا قَلِيلًا مِّنْكُمْ وَأَنتُمْ مُّعْرِضُونَ

Terjemahnya:

“Dan (ingatlah), ketika Kami mengambil janji dari Bani Israil (yaitu): Janganlah kamu menyembah selain Allah, dan berbuat kebaikanlah kepada ibu bapa, kaum kerabat, anak-anak yatim, dan orang-orang miskin, serta ucapkanlah kata-kata yang baik kepada manusia, dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat. Kemudian kamu tidak memenuhi janji itu, kecuali sebahagian kecil daripada kamu, dan kamu selalu berpaling.”(Q.S Al-Baqarah : 83).

Selain itu dalam Hadis Riwayat Al-Bukhari no. 5672 dan Muslim no.47, Rasulullah juga bersabda “Dari Abu Hurairah r.a : sesungguhnya Rasulullah saw. bersabda: *“barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari akhir hendaklah dia berkata yang baik dan diam, dan barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari akhir, maka hendaklah ia memuliakan tetangganya, dan barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari akhir, maka hendaklah ia memuliakan tetangganya,”*(Hadist Riwayat Al-Bukhari no.5672 dan Muslim no.47).

Dengan adanya fitur emoji kami mengharapkan para pengguna dapat terbantu dalam memudahkan dalam berkomunikasi melalui teks tulis antar individu, apabila pengguna ingin mengirim pesan berupa teks, pengguna dapat menyertakan karakter emoji yang menggambarkan keadaan dirinya saat itu. Disisi lain penerima pesan akan dapat dengan mudah menerima deskripsi keadaan oleh pengirim pesan dengan lebih baik sehingga interaksi yang dilakukan keduanya terasa lebih hidup dan tidak terkesan hambar. Berawal dari itulah, peneliti termotivasi untuk meneliti tentang bagaimana pengaruh emoji terhadap efektivitas komunikasi antar pribadi melalui aplikasi whatsapp.

Sebuah penelitian oleh Lo di tahun 2008 membuktikan bahwa emoji mampu memenuhi fungsi-fungsi pesan nonverbal sehingga emoji dapat dinyatakan sebagai salah satu isyarat nonverbal dalam komunikasi berbasis komputer. Penelitian yang dilakukan Lo ialah sebuah eksperimen menggunakan emoji-emoji sesuai fungsi pesan nonverbal yaitu repetisi, substitusi, kontradiksi, melakukan penelitian eksperimen tentang efek dari emosikon terhadap persepsi seseorang, penelitian ini menemukan bahwa emosikon berpengaruh terhadap persepsi seseorang dan interpretasinya terhadap isi pesan. Penelitian ini dilakukan dengan menampilkan teks-teks dialog yang disisipi emosikon dan teks-teks dialog yang tidak disisipi emosikon, ternyata

responden yang memperoleh teks dengan emosikon mampu menginterpretasikan pesan secara berbeda dari responden yang menerima teks tanpa emotikon (Ganster, Eimler & Kramer, 2012;228-229).

Fitur emoji juga menjadi motif seseorang baik untuk menjadi pribadi yang baik, akrab, sopan, ramah, ekspresif, dan peduli ketika menggunakan emoji whatsapp. Hal ini didasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh Idha Mahendra Kusmiyanto dengan judul penelitian Penggunaan Emoji Whatsapp dalam Komunikasi Interpersonal Ibu-Ibu di Perumahan Gading Karya Surabaya. Fitur emoji juga dapat meningkatkan efektivitas komunikasi WhatsApp sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Respati Aji Subakti.

Selain itu, teks yang bersifat datar menjadi terlihat membosankan karena seperti membaca surat biasa. Dengan adanya fitur emoji memungkinkan pembuatnya membuat kreativitas dan menghilangkan kejenuhan dan kebosanan terhadap teks yang dibaca.

Teks yang datar saja juga menyulitkan seseorang untuk mengetahui karakter ataupun sebaliknya memberitahukan karakter mereka. Dengan adanya fitur emoji memungkinkan untuk menggambarkan karakter kepribadian seseorang. Oleh karena itu, maka peneliti tertarik untuk mengkaji tentang penggunaan emoji, dengan masalah utama bagaimana Pengaruh Penggunaan Emoji Whatsapp dalam Misunderstanding Comunication Terhadap Efektivitas Komunikasi Antar Pribadi di kalangan mahasiswa prodi KPI STAIN Majene.

Hipotesis adalah pernyataan tentatif yang merupakan dugaan atau terkaan tentang apa saja yang kita amati dalam usaha untuk memahaminya ( Nasution, 2007:39). Tiap pernyataan yang bersifat sementara dan belum terbukti kebenarannya disebut dengan hipotesis. (Kriyantoro, 2009:28) juga mengungkapkan bahwa hipotesis dapat membantu peneliti agar penelitiannya tetap fokus dan tidak salah arah.

Hipotesis yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah :

**H0** : Tidak ada pengaruh antara penggunaan emoji whatsapp dengan efektivitas komunikasi antar pribadi.

**H1** : Terdapat pengaruh penggunaan emoji whatsapp dalam efektivitas komunikasi antar pribadi.

## **B. Penggunaan Emoji**

Secara definitip, *Whatsapp* adalah aplikasi *chatting* dimana seseorang bisa mengirim pesan teks, gambar, suara, lokasi, dan bahkan video kepada teman-teman yang menggunakannya. Popularitas *Whatsapp* akhir-akhir ini mulai melonjak. Di bulan Agustus 2012 saja, jumlah pesan

teks yang saling terkirim satu dengan lainnya telah mencapai angka 10 juta pesan aplikasi ini sangat populer. Salah satu provider Indonesia, yaitu Telkomsel menyediakan layanan paket data khusus ber *Whatsapp*.<sup>2</sup>

Nama *Whatsapp* adalah pelesetan dari frasa *What's up* yang artinya “ apa kabar ”. *Whatsapp* didirikan pada tanggal 24 Februari 2009 oleh Brian Acton dan Jan Koum. *Whatsapp* menyediakan berbagai macam fitur unggulan dalam berkirim pesan, baik secara teks, suara, video, file maupun simbol.<sup>3</sup>

Menurut Alila dan Maylanny emoji adalah sebuah simbol atau kombinasi dari simbol yang biasanya digunakan untuk menggambarkan ekspresi wajah yang mengandung emosi/perasaan dalam bentuk pesan/tulisan. Secara etimologi, kata “emoticon” merupakan gabungan dua kata Bahasa Inggris, *emoticon* yang berarti emosi dan *icon* yang berarti simbol.

Asterof mendefinisikan *emoticon* sebagai *rational icons*. Sanderson menjelaskan *emoticon* atau *smileys* sebagai suatu karakter yang dapat dicari dalam komputer yang digunakan Ketika berkomunikasi lewat komputer. Danet dan kawan-kawan menggunakan bahwa *emoticon* merupakan bentuk ikon untuk mengekspresikan emosi dari penggunaannya atau untuk menandai niat seseorang sebagai hal tidak serius. Rezabek dan Cochenour menyatakan bahwa *emoticon* adalah isyarat visual yang terbentuk dari tipografi simbol yang ketika dibaca terbalik akan mewakili perasaan (emosi). *Emoticon* diciptakan sebagai kompensasi dari ketidakmampuan penyampaian nada suara, ekspresi muka, maupun isyarat atau sikap tubuh dalam komunikasi tertulis.<sup>4</sup>

Defenisi Emoji Whatsapp menurut Novak dkk menyatakan bahwa emoji berasal dari bahasa Jepang yang artinya “ gambar berkarakter” dan diciptakan untuk memfasilitasi komunikasi digital ( Novak, Smaillovi’c, Sluban dan Mozetic, 2015;2). Emoji merupakan simbol-simbol yang digunakan secara luas di internet, media elektronik dan komunikasi via teks seperti aplikasi pesan instan dan media social (Aluja,Balada,Blanco,Lucas & Blanch,2018).

Emoji adalah gambar-gambar berkarakter yang populer diaplikasi *whastapp*, fungsinya untuk mengungkapkan sebuah makna ekspresi emosi secara grafis yang relevan dengan ekspresi

---

<sup>2</sup> Jubilee Enterprise, *Chatting Tanpa Batas Menggunakan Whatsapp*, (Jakarta:PT Alex Media Komputindo 2012),hlm.2.

<sup>3</sup> Santy Berlianty, *Makna Simbol Emoticon Whatsapp Dalam Komunikasi Kelompok Mahasiswa Stipol Pahlawan 12*, e-jurnal Juli 2021,hlm.22.

<sup>4</sup> Santy Berlianty, *Makna Simbol Emoticon Whatsapp Dalam Komunikasi Kelompok Mahasiswa Sipol Pahlawan 12*, E-Jurnal Juli 2021, hlm.22.

fisiologis yang asli. (Annamalai & Salam,2017). Emoji pada awalnya ditemukan dan dikembangkan tahun 1999 oleh perusahaan Jepang Bernama NTT DoCoMo, merupakan gambar-gambar atau ikon-ikon digital berukuran kecil yang digunakan untuk mengekspresikan ide, emosi, dan perasaan dalam komunikasi elektronik (GoldsBorough dalam Amdral & Laroque,2016;6).

Emoji adalah symbol grafis yang tidak hanya mengekspresikan ekspresi wajah tetapi juga konsep ide seperti musim, bangunan, makanan, minuman, Binatang, tumbuhan, emosi, dan aktivitas (Novak, Smailovi’c, Sluban dan Mozetic, 2015;1).

Maka dapat disimpulkan bahwa emoji merupakan ikon, ideogram, atau symbol grafis yang mewakili sebuah karakter dan berfungsi untuk mengekspresikan emosi dan ide dalam komunikasi digital. Emoji *Whatsapp* merupakan emoji – emoji yang disediakan oleh aplikasi *Whatsapp* perpesanan *Whastapp*.



**Gambar 1. *Emoji Whastapp***

Emoji merupakan tiruan ekspresi wajah ialah salah satu pesan non verbal dalam berkomunikasi. Namun ada perbedaan mencolok antara ekspresi wajah dalam komunika *face to face* dengan emoji dalam komunikasi berbasis komputer yaitu bahwa ekspresi wajah muncul secara refleks tanpa bisa dikendalikan, sedangkan emoji ialah sesuatu yang secara penuh dikendalikan oleh pengirim pesan. Seorang pengirim pesan dapat memilih dengan teliti emoji yang akan ia kirimkan meskipun kadang tidak sesuai keadaan yang sebenarnya.

Emoji sama halnya dengan ekspresi wajah termasuk dalam kategori pesan non verbal. Hal ini telah dibuktikan oleh Lo melalui penelitiannya bahwa emoji sebagai isyarat non verbal mampu memenuhi fungsi-fungsi pesan non verbal (Lo, 2008;597). Menurut DeVito (2013;139-140) ada enam fungsi pesan non verbal yaitu, pertama, Repetisi yaitu penggunaan pesan nonverbal sebagai aktivitas untuk mengulang kembali gagasan yang sama yang sudah disampaikan secara verbal. Kedua, Substitusi merupakan aktivitas penggantian lambang-lambang verbal, misalnya seseorang yang diam dan tanpa mengatakan apapun tetapi mengangguk-angguk tanda telah setuju.

Ketiga, Kontradiksi adalah menolak atau memberikan makna lain terhadap pesan verbal yang telah disampaikan sebelumnya. Pesan nonverbal berfungsi sebagai cara untuk menyampaikan makna lain yang bertentangan dari pesan verbal. Keempat, Komplemen adalah melengkapi serta memperkaya makna suatu pesan verbal. Isyarat non verbal digunakan untuk melengkapi pesan verbal yang disampaikan. Kelima, Isyarat non verbal dapat mengontrol seseorang, seperti memajukan posisi duduk atau mengangkat tangan sebagai isyarat ingin mengatakan sesuatu sehingga mengontrol lawan bicara untuk memberikan perhatian.

Terakhir, Aksentuasi pesan non verbal digunakan untuk menekankan atau memberi ketegasan suatu pesan verbal. Misalnya seseorang yang sedang marah beraksentuasi dengan menendang tempat sampah.

Faktor-faktor yang menyebabkan seseorang menggunakan emoji menurut Ai, Lu, Liu, Wang, Huang, dan Mei (2017) karena emoji-emoji tersebut populer dan yang membuat emoji menjadi populer di antara para pengguna adalah

Pertama, Sifat Struktural semantic, agar bisa memahami kepopuleran emoji maka perlu mengetahui makna emoji terlebih dahulu. Deskripsi makna tiap emoji telah disediakan oleh *Unicode Consortium*, tapi para pengguna tidak membaca deskripsi ini saat akan menggunakan emoji. Para pengguna lebih memilih memberikan karakter tersendiri terhadap suatu emoji, karakter ini mengartikan emoji dengan kata yang paling mirip maknanya. Kemiripan antara emoji dan makna diukur secara semantic.

Kedua, Mampu Melengkapi Kata-Kata. Penggunaan emoji sebagai pelengkap kata-kata mampu menghindari kesalahan persepsi. Saat sebuah kata disisipi dengan emoji maka penerima pesan akan lebih mudah mempersepsi dan menginterpretasi isi pesan.

Ketiga, Pesan yang Sentimental. Pada umumnya orang-orang lebih sering menggunakan emoji-emoji dengan ekspresi sentimental. Hal ini terjadi saat orang-orang harus menyampaikan pesan-pesan yang sentimental dan dapat dipastikan isi pesan tersebut akan dilengkapi dengan emoji-emoji sentimental.

Jadi alasan seseorang menggunakan emoji yaitu bahwa seseorang sudah mengenal dan memahami makna suatu emoji maka emoji tersebut akan banyak digunakan dan lama lama menjadi populer sehingga semakin banyak orang yang mengenali emoji tersebut dan menggunakannya secara terus menerus.

Emoji juga digunakan untuk mencairkan komunikasi yang formal, meskipun kita

menganggap penggunaan emoji di situasi formal tidak pas seperti berbincang dengan atasan atau rekan bisnis. Penelitian menyebutkan, ketika seseorang menyisipkan emoji “senyum” pada surat lamaran kerja, penerima surat lamaran akan lebih tertarik terhadap si pelamar. Selain itu, Dalam hasil penelitian lain bahwa penggunaan emoji dapat memperhalus kritik sehingga penerima mampu menerima kritik dengan baik dan berusaha mengubahnya. Dan ternyata penggunaan emoji membuat lawan bicara lebih terbuka dalam interaksi komunikasi antar pribadi, itu karena komunikasi merasa nyaman dan menyerap lebih banyak informasi sehingga menjadi komunikator yang menyenangkan, hal ini dibuktikan dengan sebuah studi pada Agustus 2015 yang menyebutkan bahwa penggunaan emoji membawa efek yang positif. (Aluja, Balada, Blanco, Lucas & Blanch,2018).

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang menyebutkan seseorang menggunakan emoji ialah untuk memudahkan komunikasi sehingga penerima pesan dapat memahami isi pesan dengan lebih akurat.

### **C. Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta kausalitas hubungan-hubungannya. Penelitian kuantitatif didefinisikan sebagai investigasi sistematis terhadap fenomena dengan mengumpulkan data yang dapat diukur dengan melakukan teknik statistik, matematika atau komputasi.

Metode penelitian kuantitatif, sebagaimana yang dikemukakan oleh Sugiyono (2009:14) dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi/ sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Menurut Sugiyono (2018) metode survei adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini. Dalam penelitian ini, metode ini sangat tepat karena yang menjadi tujuan penelitian kami yaitu untuk mengetahui pengaruh penggunaan emoji *whatsapp* dalam misunderstanding communication terhadap efektifitas komunikasi antar pribadi.

Dalam pengujian hipotesis atau analisis data, peneliti menggunakan analisis regresi linear serhana pada populasi dan sampel mahasiswa. Analisis regresi termasuk kedalam statistik parametrik. Regresi digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel y dapat diprediksi melalui

---

variabel x. Pada regresi linear hanya terdapat dua variabel di dalamnya (Anwar, 2009, 141-142).

Populasi merupakan wilayah luas yang terdiri atas objek dan subjek yang memiliki karakteristik dan kualitas yang ditetapkan oleh peneliti untuk diambil kesimpulannya ( Garaika dan Darmanah,2019,48). Populasi pada penelitian tidak hanya berbentuk makhluk hidup, namun juga semua objek pada penelitian yang dapat diukur ( Siyoto dan Sodik,2015,64). Populasi dalam penelitian ini yakni mahasiswa prodi KPI STAIN Majene.

Pada penelitian mengenai pengaruh penggunaan emoji *Whatsapp* dalam *Missunderstanding Communication* terhadap efektivitas komunikasi antar pribadi pada Mahasiswa Prodi KPI STAIN Majene yang menjadi populasinya yaitu seluruh mahasiswa dan mahasiswi prodi KPI STAIN Majene dengan jumlah keseluruhan populasi yaitu 111 mahasiswa ( Berdasarkan data akademik STAIN Majene, Mei 2024). Di Prodi KPI STAIN Majen, terdapat 3 angkatan yang terdiri dari angkatan 2021,2022, dan 2023.

**Tabel 1. Jumlah Mahasiswa Prodi KPI STAIN Majene**

<b>Angkatan</b>	<b>Jumlah</b>
<b>UK 1 Angkatan 21</b>	45
<b>UK 1 Angkatan 22</b>	36
<b>UK 1 Angkatan 23</b>	30

Berdasarkan hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa jumlah populasi pada penelitian ini yaitu sebanyak 111 mahasiswa.

Sampel merupakan bagian dari populasi dimana sampel merupakan perwakilan dari populasi yang dapat memberikan gambaran pada populasi tersebut. Sampel sendiri harus bersifat sederhana serta besarnya jumlah sampel dapat mempengaruhi presisi pada suatu data ( Budiarto,2019,33).

Penelitian ini mengambil sampel dengan menggunakan teknik *Probablity sampling* yang mana dengan teknik ini semua elemen pada populasi dapat memiliki kesempatan menjadi sampel pada penelitian ini. Rumus yang dapat digunakan untuk menentukan besaran sampel yang akan diambil yaitu rumus *Slovin*, yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n : Besaran Sampel

N : Besaran Populasi

E : Nilai kritis / batas ketelitian dalam pengambilan sampel 0,05(5%).

Berdasarkan perhitungan di atas, maka jumlah responden yang akan diambil dalam penelitian ini yaitu sebanyak 87 responden yang mana hal ini akan dilakukan dengan cara penyebaran *link* kuesioner dibantu oleh ketua kelas setiap angkatan yang ada pada prodi KPI STAIN Majene. Berdasarkan perhitungan tersebut pula maka dibutuhkan pembagian secara proporsional dari setiap angkatan. Hal ini bisa didapatkan dengan menggunakan *proporsional stratified sampling* dengan rumus sebagai berikut (Lestari, 2021,39):

**Tabel 2. Jumlah sampel**

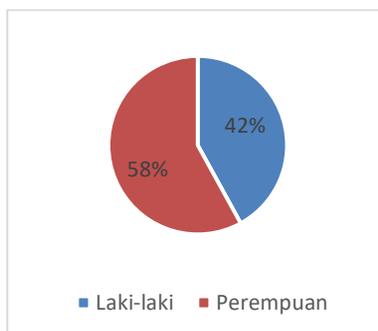
No	Angkatan	Populasi	Penarikan Sampel	Jumlah Sampel	Sampel yang dibulatkan
1.	2021	45	$\frac{45 \times 87}{111}$	35,2	35
2.	2022	36	$\frac{36 \times 87}{111}$	28,2	28
3.	2023	30	$\frac{30 \times 87}{111}$	23,5	24
<b>Jumlah</b>		<b>111</b>			<b>87</b>

#### **D. Hasil dan Pembahasan**

Data yang diperoleh dan diolah oleh peeneliti didapatkan berdasarkan penyebaran kuisisioner secara online kepada 50 mahasiswa KPI Stain Majene. Pada bagian ini peneliti terlebih dahulu akan menguraikan secara umum mengenai identitas responden.

Identitas responden pada penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu jenis kelamin dan angkatan. Hal ini dapat dilihat dari diagram dibawah:

**Gambar 1. Sebaran Responden berdasarkan Jenis Kelamin**

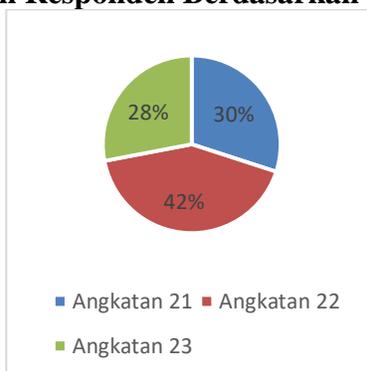


Sumber: Data Olahan (Google From)

Berdasarkan gambar 4.1 diatas, diketahui bahwasanya terdapat responden dari jenis kelamin laki-laki sebesar 42% (berwarna biru) dan perempuan sebesar 58% (berwarna merah). Sehingga dapat disimpulkan bahwa mahasiswa perempuan KPI Stain Majene lebih banyak yang mengisi kuisisioner dengan presentase sebesar 58%.

Selanjutnya untuk kategori angkatan pada penelitian ini dapat dilihat pada diagram berikut ini:

**Gambar 2. Sebaran Responden Berdasarkan Kategori Angkatan**



Sumber: Data Olahan (Google From)

Berdasarkan gambar 4.2 diatas, maka diketahui bahwasanya terdapat responden dari beberapa angkatan yaitu angkatan 21 sebesar 30% (berwarna biru), angkatan 22 sebesar 42% (berwarna merah) dan angkatan 23 sebesar 28% (berwarna hijau). Sehingga dapat disimpulkan bahwa angkatan 22 lebih banyak mengisi kuisisioner yaitu 42%.

Uji validitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui valid atau tidak suatu angket/kuesioner pada instrumen penelitian. Suatu instrumen dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang sebenarnya dengan objek yang diteliti dengan menggunakan koefisien kolerasi product moment yang mana apabila nilai  $p < 0,05$  maka item tersebut dinyatakan valid atau jika  $r$  hitung  $> r$  table maka dinyatakan valid. Kuisisioner yang peneliti bagikan sebanyak 23 kuisisioner dan 1 diantaranya tidak valid yaitu X3 karena  $r$  hitung  $(,100) < r$  tabel $(,279)$ .

Berdasarkan data olahan pada tabel 4.2 dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan memiliki nilai R hitung > R table, yang mana hal ini dapat dinyatakan bahwasanya seluruh pernyataan yang disebarkan tersebut valid dan dapat dilanjutkan untuk melakukan uji data selanjutnya.

Uji Realibitas pada penelitian ini dengan menggunakan uji *Alfa Cronbach* yang mana pada uji ini dikatakan reliabel apabila nilai Alpha > R table. Berdasarkan data olahan pada tabel 4.3 menunjukkan bahwasanya nilai Alpha pada variabel penggunaan emoji whatsapp ( Variabel X ) menghasilkan nilai sebesar 0,903 dan pada variabel efektivitas komunikasi antar pribadi (Variabel Y) menghasilkan nilai sebesar 0,956 yang mana menurut Wiratna Sujerweni (2014) kuisioner dapat dikatakan reliable jika nilai cronbach alphanya > 0,6. Atau jika nilai alpha lebih besar dari r-Tabel maka dapat disimpulkan bahwa dua variabel tersebut reliabel. Jadi, penggunaan emoji whatsapp (variabel X) menghasilkan nilai sebesar ,903 dan pada efktivitas komunikasi antar pribadi (variabel Y) menghasilkan nilai sebesar ,956 yang mana dua variabel tersebut sama-sama menghasilkan nilai yang lebih besar dari r-Tabel (,279), sehingga dapat disimpulkan bahwa dua variabel tersebut reliabel.

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Data penelitian berdistribusi normal merupakan syarat dalam statistik. Uji normalitas ini merupakan syarat untuk one sample t test, uji independent sample t test, uji anova, dll. Jika jumlah sample < 50 maka menggunakan shapiro wilk, sedangkan jika jumlah sample > 50 maka menggunakan kolmogorof smirnof. Jika nilai Sig. > 0,05 maka data berdistribusi normal. Jika nila Sig. < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

**Tabel 3. Tests of Normality**

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>		
	Statistic	df	Sig.
X (Penggunaan emoji whatsapp)	,112	50	,160
Y (Efektifitas komunikasi antar pribadi)	,118	50	,078

a. Lilliefors Significance Correction

Jadi, penggunaan emoji *whatsapp* dengan nilai Sig. 0,160 > 0,05 maka data berdistribusi normal dan efektifitas komunikasi antar pribadi dengan nilai Sig. 0,078 > 0,05 maka data berdistribusi normal. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel X dan Y berdistribusi normal.

Hasil pengujian hipotesis pada penelitian mengenai Pengaruh Penggunaan Emoji Whatsapp Terhadap Efektifitas Komunikasi Antar Pribadi Mahasiswa Stain Majene.

**Tabel 4. Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,864 <sup>a</sup>	,747	,741	4,033

a. Predictors: (Constant), Penggunaan emoji whatsapp

Tabel diatas menjelaskan besarnya korelasi / hubungan (R) yaitu sebesar 0,864 dan dijelaskan besarnya presentasi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang disebut koefisien determinasi yang merupakan hasil dari penguadratan R. Dari output tersebut diperoleh R square sebesar 0,747 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas terhadap terikat adalah sebesar 74,1% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel X.

**Tabel 5. Anova<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2301,999	1	2301,999	141,513	,000 <sup>b</sup>
Residual	780,821	48	16,267		
Total	3082,820	49			

a. Dependent Variable: Efektifitas komunikasi antar pribadi

b. Predictors: (Constant), Penggunaan emoji whatsapp

Tabel diatas menjelaskan apakah ada pengaruh yang signifikan pada variabel X terhadap variabel Y. Dari output tersebut terlihat bahwa F hitung =141,513 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05 maka dapat dipakai untuk memprediksi variabel X.

**Tabel 6. Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,335	2,772		-,842	,404
	Penggunaan emoji whatsapp	,887	,075	,864	11,896	,000

a. Dependent Variable: efektifitas komunikasi antar pribadi

Berdasarkan uji t pada tabel diatas maka penggunaan emoji whatsapp dengan nilai Sig.  $0,000 < 0,05$  dan apabila nilai t-hitung ( $11,896$ )  $>$  t-tabel ( $1,677$ ) berarti ada pengaruh. Berdasarkan 2 pengambilan keputusan diatas dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak sehingga variabel X (penggunaan emoji *whatsapp*) berpengaruh dan signifikan terhadap variabel Y (efektifitas komunikasi antar pribadi) artinya semakin sering seseorang menggunakan emoji whatsapp, maka akan lebih efektif dalam berkomunikasi.

Berdasarkan uji data yang dilakukan oleh peneliti dengan menguji validitas dan reabilitas data dari data kuisisioner yaitu 22 pernyataan yang terdiri atas 12 pernyataan dari variabel X (penggunaan emoji whatsapp) dan 10 pernyataan dari variabel Y (efektifitas komunikasi antar pribadi) maka diperoleh hasil bahwasanya seluruh pernyataan menghasilkan nilai  $p > 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan bersifat valid.

Selanjutnya hipotesis pada penelitian ini yaitu  $H_0$  (tidak ada pengaruh penggunaan emoji whatsapp terhadap Efektifitas komunikasi antar pribadi pada Mahasiswa KPI Stain Majene) dan  $H_1$  (adanya pengaruh penggunaan emoji whatsapp terhadap Efektifitas komunikasi antar pribadi pada mahasiswa KPI Stain Majene).

Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan maka diperoleh nilai Sig.  $0,000 < 0,05$ . Sesuai dengan ketentuannya, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak sehingga variabel X (penggunaan emoji whatsapp) memberikan pengaruh terhadap variabel Y (efektifitas komunikasi antar pribadi).

Dari seluruh uji yang peneliti lakukan, maka dapat disimpulkan bahwa kehadiran teknologi dapat membawa pengaruh dalam kehidupan manusia dalam bentuk perubahan pada cara manusia perfikir dan berinteraksi sehingga mendorong manusia untuk mengikuti setiap perkembangan teknologi yang ada. Perkembangan teknologi yang dimaksud adalah whatsapp yang merupakan salah satu media komunikasi yang banyak digunakan. Dengan berbagai fitur didalamnya seperti emoji yang memudahkan untuk berinteraksi antar sesama pengguna.

Emoji whatsapp digunakan untuk menyampaikan nuansa emosi atau niat yang mungkin sulit dipahami melalui teks biasa. Misalnya, emoji senyum dapat menunjukkan bahwa pesan tersebut bersifat ramah atau humoris, sementara emoji sedih bisa menunjukkan perasaan kecewa atau sedih. Penggunaan emoji ini dapat membantu mengurangi kemungkinan kesalahpahaman dalam komunikasi, karena mereka menambahkan dimensi ekspresif yang tidak tersedia dalam teks saja.

Meskipun emoji dapat membantu dalam menyampaikan emosi, mereka tidak sepenuhnya menggantikan komunikasi non-verbal dalam interaksi langsung, seperti bahasa tubuh dan ekspresi wajah. Ini bisa menjadi tantangan dalam situasi di mana informasi tambahan dari ekspresi fisik sangat dibutuhkan untuk memahami pesan dengan benar.

Pada penelitian ini juga ditemukan bahwasanya penggunaan emoji whatsapp memberikan pengaruh terhadap efektifitas komunikasi antar pribadi mahasiswa KPI Stain Majene.

### **E. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah kami lakukan, maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan emoji whatsapp berpengaruh terhadap terhadap efektifitas komunikasi antar pribadi mahasiswa KPI Stain Majene. Ini dapat dibuktikan melalui data-data yang digunakan dalam penelitian bersifat valid dan reliabel. Dan berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan maka diperoleh nilai Sig.  $0,000 < 0,05$ . Sesuai dengan ketentuannya, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak sehingga variabel X (penggunaan emoji whatsapp) memberikan pengaruh terhadap variabel Y (efektifitas komunikasi antar pribadi). *Whatsapp* adalah aplikasi *chatting* dimana seseorang bisa mengirim pesan teks, gambar, suara, lokasi, dan bahkan video kepada teman-teman yang menggunakannya. Emoji berasal dari bahasa jepang yang artinya “gambar berkarakter” dan diciptakan untuk memfasilitasi komunikasi digital. Emoji adalah gambar-gambar berkarakter yang populer diaplikasi *whatsapp*, fungsinya untuk mengungkapkan sebuah makna ekspresi emosi secara grafis yang relevan dengan ekspresi fisiologis yang asli. Maka dapat disimpulkan bahwa emoji merupakan ikon, ideogram, atau simbol grafis yang mewakili sebuah karakter dan berfungsi untuk mengekspresikan emosi dan ide dalam komunikasi digital. Emoji *Whatsapp* merupakan emoji-emoji yang disediakan oleh aplikasi *Whatsapp*. Komunikasi antar pribadi adalah komunikasi tatap muka antara dua orang atau lebih. Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang menimbulkan efek tertentu sesuai dengan tujuan yang diharapkan oleh komunikator.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Jubilee Enterprise, *Chatting Tanpa Batas Menggunakan Whatsapp*, (Jakarta:PT Alex Media Kompotindo 2012),hlm.2.
- Santy Berlianty, *Makna Simbol Emoticon Whatsapp Dalam Komunikasi Kelompok Mahasiswa Stipol Pahlawan 12*, e-jurnal Juli 2021,hlm.22.
- Lilliweri, *Memahami Peran Komunikasi Massa dalam Masyarakat*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1991),hal.12.
- Liliweri, *Memahami Peran Komunikasi Massa dalam Masyarakat*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1991), hal. 30-31.
- M. Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung,Citra Aditya Bakti, 2003), hal.61
- Cangara. *Pengantar Ilmu Komunikas*, . (Bandung: Rajawali Pers 2005), hal. 56
- Nahwiyah . *Fungsi Emotikon Sebagai Bahasa Non Verbal Dalam Komunikasi Digital*. Jurnal ilmu komunikasi. Vol.5 no.2
- Fauzi, R 2017. *Perubahan Komunikasi Pada Pengguna Whatsapp Diera Media Baru JIKL* vol.1,no.1
- Kusumawati, I. T.(2016). *Komunikasi Verbal Dan Non Verbal*. Jurnal Pendidikan Dan Konseling, vol.6, no.2