

Pemaknaan *Sticker Emoticon LINE Messenger* sebagai Media Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Fisipol Universitas Mulawarman

Muhammad Najib¹

Abstrak

Analisis penelitian ini menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce yang dikenal sebagai segitiga makna yakni tanda, objek dan interpretan. Dalam tahapan analisis data, Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Filling System, dimana data hasil observasi akan dianalisis dengan membuat kategori-kategori tertentu atau domain-domain tertentu

Dari hasil penelitian yang didapatkan melalui Identifikasi, Klasifikasi dan Interpretasi Tanda Sticker Emoticon LINE Messenger sebagai Media Komunikasi Interpersonal bahwa LINE bisa dikatakan sebagai media komunikasi interpersonal terfavorit di kalangan mahasiswa karena banyak fitur menarik yang tersedia. Tidak jarang mahasiswa yang menganggap aktivitas bersosial di aplikasi messenger seperti LINE merupakan gaya hidupnya. Aplikasi pesan instan ini layaknya candu yang membuat para mahasiswa ketagihan. Banyak pula mahasiswa yang menganggap aplikasi seperti LINE sebagai sahabatnya. Karena kebutuhan mereka tentang alat komunikasi yang cepat, praktis dan dapat dijangkau menjadi salah satu alasan mereka menggunakan aplikasi messenger seperti LINE. Selain yang utama ialah fitur-fitur stickernya yang menarik sehingga membuat LINE meningkat penggunaannya dikalangan mahasiswa.

Setiap individu mahasiswa sebaiknya menjadi agen perkembangan arus informasi, misalnya mengsosialisasikan dampak-dampak positif penggunaan media informasi baru kepada masyarakat yang masih kurang paham dan tidak tahu perkembangan terbaru dunia teknologi dan informasi.

Kata Kunci : *Sticker Emoticon, LINE Messenger, Charles Sanders Peirce, Mahasiswa Fisipol Mulawarman*

Pendahuluan

Era globalisasi sekarang ini, ternyata tidak hanya saja perkembangan teknologi menjadi canggih akan tetapi juga pola hidup manusia sekarang ini menjadi modern dan serba mudah. Hal ini bisa dilihat, ketika seseorang sedang melakukan komunikasi dengan orang lain yang jauh dari tempatnya. Mereka tidak perlu lagi menggunakan surat sebagai media komunikasi

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: najiefmuhammad@gmail.com

untuk menyampaikan pesan, akan tetapi dengan perkembangan teknologi sekarang ini, mereka dapat menggunakan teknologi komunikasi dan informasi terkini untuk berkomunikasi satu sama lain. Komunikasi merupakan salah satu kebutuhan yang mendasar bagi manusia. Seiring dengan perkembangan zaman, muncullah kebutuhan untuk dapat berkomunikasi secara langsung walaupun terpisah jarak yang jauh. Didukung dengan perkembangan teknologi informasi, komunikasi di dunia maya akhirnya menjadi salah satu solusi untuk kebutuhan tersebut dan menjadi salah satu aktivitas yang sering dijalani dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu sarana komunikasi di dunia maya yang cukup populer di kalangan masyarakat adalah instant messenger seperti Yahoo Messenger, Windows Live Messenger, dan Skype.

Di zaman serba teknologi modern dan praktis ini, para pengguna media sosial tentunya mencari berbagai cara untuk berkomunikasi di dunia maya dengan mudah, hal ini didukung dengan maraknya *gadget smartphone* yang beredar di pasaran yang menyediakan layanan akses cepat untuk para penggunanya. Contohnya *smartphone* seperti *Blackberry*, *Samsung* dan *iPhone* yang sangat laris penjualannya di Indonesia. Ramai sekarang ini banyak aplikasi-aplikasi media sosial yang menyediakan layanan menarik, seperti *BBM (Blackberry Messenger)*, *WhatsApp*, *Instagram*, *LINE* dan banyak lagi. Di kalangan pengguna *smartphone Android (Samsung, Cross, Mito* dan sebagainya) dan juga untuk *iOS (iPhone dan iPad)* media sosial yang sedang *booming* ialah *LINE Messenger*.

LINE adalah sebuah aplikasi instant messenger seperti *BBM (Blackberry Messenger)*, *WhatsApp* dan lain-lain. *LINE* dibuat oleh *Naver* yang berlokasi di Jepang. *LINE* sudah ada sejak 2011 namun mulai terkenal sejak 2012 karena *Sticker-Sticker* lucunya. Salah satu aplikasi *messaging* populer buatan Jepang ini telah membuktikan pengaruhnya di ranah aplikasi *messaging*. Aplikasi *messaging LINE* terus mengalami pertumbuhan sejak diluncurkan pada 23 Juni 2011. Menyuguhkan serangkaian fitur mulai dari suara, panggilan video, hingga *Sticker*, kini aplikasi populer tersebut telah memiliki 300 juta pengguna di seluruh dunia.

Keperkasaan *LINE* di dunia mobile messaging didukung dengan sudah memiliki 10.000 *Sticker*. Itu yang membuat *LINE* menjadi sangat digemari oleh penggunanya di Indonesia sebagai media komunikasi interpersonal. *Sticker-Sticker* yang tersedia baik berbayar maupun yang gratis sangat menarik, mulai dari ekspresinya yang menarik dan lucu hingga menampilkan sosok-sosok idola dari berbagai kalangan, misalnya selebriti ada *Sticker* penyanyi terkenal seperti dari luar Paul McCartney dan Agnes Monica di Indonesia. Selain musik juga banyak *Sticker-Sticker* yang berkaitan dengan olahraga seperti Barcelona dan Real Madrid di Spanyol yang sudah bekerjasama dengan mengizinkan para punggawanya dijadikan ikon *Sticker* di *LINE* untuk para penggemarnya di seluruh dunia.

Di Samarinda, khususnya fakultas Fisipol prodi Ilmu Komunikasi masih kurang penelitian terhadap media baru / New media / media sosial, sehingga sulit menentukan status atau karakter dari media internet padahal dampaknya sudah

terasa. Berkembangnya teknologi terjadi berbanding lurus dengan kebutuhan manusia yang tidak ada batasnya juga berfungsi untuk mengurangi ketidakpastian. Untuk itu terpikir dibenak penulis meneliti tentang *Sticker* LINE. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode analisis semiotik dari Charles Sanders Peirce sebagai teknik untuk mengkaji lebih dalam tentang Pemaknaan *Sticker* Emoticon “LINE Messenger” Sebagai Media Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Fisipol Universitas Mulawarman.

Kerangka Dasar Teori

Menurut Kriyantono (2006:43), teori adalah himpunan konstruk (konsep), definisi dan proposal yang mengemukakan pandangan sistematis tentang gejala dengan menjabarkan relasi antara variabel untuk menjelaskan dan meramalkan gejala tersebut. Sedangkan konsep sendiri yaitu menurut Bungin (2001:73) adalah generalisasi dari sekelompok fenomena tertentu yang dapat dipakai untuk menggambarkan berbagai fenomena yang sama. Sehingga teori dan konsep sangat diperlukan untuk membuat lingkup penelitian agar sesuai dengan yang dikehendaki oleh peneliti

Teknologi Komunikasi

Teknologi komunikasi cenderung memungkinkan terjadinya transformasi berskala luas dalam kehidupan manusia. Transformasi tersebut telah memunculkan perubahan dalam berbagai pola hubungan antar manusia (patterns of human communication), yang pada hakikatnya adalah interaksi antar pribadi (interpersonal relations). Pertemuan tatap muka (face to face) secara berhadapan dapat dilaksanakan dalam jarak yang sangat jauh melalui citra (image to image) (Hasan : 1999).

Selanjutnya, teknologi komunikasi pada hakikatnya adalah penyaluran informasi dari satu tempat ke tempat lain melalui perangkat telekomunikasi (kawat, radio, atau perangkat elektromagnetik lainnya). Informasi tersebut dapat berbentuk suara (telepon), tulisan dan gambar (telegraf), data (computer), dan sebagainya (Gouzali Saydam: 2005), sedangkan Shiroth dan Amin (1998) mengemukakan teknologi komunikasi merupakan teknologi yang cepat berkembang, seiring dengan berkembangnya industri elektronika dan komputer, trend teknologi ini semakin kearah teknologi wireless (tanpa kabel).

New Media

Teori new media sebenarnya adalah suatu konsep pemahaman mengenai Teknologi dan Sains. di mana Teori Ini terus berkembang seiring dengan perkembangan zaman. Teori ini menyebabkan semua pekerjaan manusia yang tadinya dikerjakan secara manual, sekarang dapat dikerjakan secara otomatis. dan yang tadinya segala sesuatunya rumit, kini menjadi ringkas. Digital sendiri merupakan sesuatu yang kompleks dan bersifat fleksibel. hal ini membuatnya menjadi sesuatu yang pokok dalam kehidupan manusia. hal ini dikarenakan Teori

Digital Sendiri selalu berhubungan dengan media dan media sendiri merupakan sesuatu yang terus berkembang seiring perkembangan zaman. Nah, pada saat ini, saya akan membahas tentang apa itu new media. new media sendiri merupakan media baru yang terbentuk sebagai akibat dari adanya interaksi antara manusia dan teknologi.

Pakar Ilmu komunikasi Van Dijk menyatakan bahwa salah satu bagian dari New Media adalah “Network Society”. “Network society” adalah formasi sosial yang berinfrastruktur dari kelompok, organisasi dan komunitas massa yang menegaskan bentuk awal dari organisasi dari segala segi (individu, grup, organisasi, dan kelompok sosial). Dengan kata lain, aspek mendasar dari formasi teori ini adalah semua yang memiliki hubungan yang luas secara kolektifitas.

Apa yang dimaksud dengan Network society juga menuai pendapat yang beragam dari masyarakat. Sebagian besar orang beranggapan bahwa sosial dan jaringan media adalah bentuk lurus dari organisasi. Beberapa orang beranggapan bahwa ‘network’ adalah sebuah demokrasi yang terjadi secara alami. Namun, ada kelompok yang sepakat mengatakan bahwa Network society itu jauh lebih transparan dibanding institusi. Terlepas dari beragam pendapat di atas, Van Dijk menyatakan bahwa network adalah sesuatu hal yang terbuka bagi siapa saja dan dimana saja. “Network bisa muncul kapan saja agar manusia dapat berkomunikasi satu sama lain dalam network mereka masing-masing. Berbeda dengan sebagian besar masyarakat, Van Dijk percaya bahwa Network sama sekali tidak terikat pada tempat, ruang, waktu dan fisik sehingga yang membuat kita merasa lebih bebas”. (Elvinaro Ardianto. 2007 : 47)

Sedangkan “New Media merupakan Media yang pada saat ini sekarang sedang berkembang dan akan terus berkembang mengikuti perkembangan zaman. Media ini berkembang baik dalam segi Teknologi, Komunikasi, Maupun Informasi”. (Elvinaro Ardianto. 2007 : 26). Contoh New Media ialah Internet, computer, mobile phone, web. Selain teknologi, new media juga tidak dapat dipisahkan dengan dunia digital. Hal ini disebabkan karena sebagian besar new media di dominasi oleh produk berteknologi digital yang seringkali memiliki karakteristik yang dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat, mudah, interaktif dan tidak memihak. Contohnya internet, dari internet saja kita bisa mengambil banyak manfaat. Termasuk yang lagi tren saat ini yakni jejaring sosial / aplikasi Messenger macam facebook, twitter, Bbm dan tentunya LINE.

Sosial Media dan Pola Komunikasi Massa

Sosial media merupakan tempat atau sarana untuk menghubungkan manusia untuk berinteraksi dalam media sosial. Kemunculan internet telah membawa dampak yang signifikan terhadap cara orang mengonsumsi media. Tidak sedikit orang yang menggunakan internet, di Indonesia yang memiliki penduduk 245 juta jiwa, pengguna internet sebanyak 55 juta orang (pada tahun 2011). Angka ini menempatkan Indonesia berada pada urutan ketiga pengguna internet terbesar dunia. Pemanfaatan sosial media dalam proses berkomunikasi

semakin populer, saat ini facebook dan twitter membintangi sosial media karena jumlah penggunaanya yang sangat banyak.

Dosen Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Gun Gun Heryanto mengatakan (Kompas.com) berkembang pesatnya facebook disebabkan konvergensi tiga hal, teknologi komunikasi, trend lifestyle, dan fantasi atau visi retorik. Dari situ kita bisa memahami, bahwa teknologi komunikasi itu hanyalah perangkat teknis yang ‘mati’ walaupun mempengaruhi pemanfaatannya karena kodifikasi program atau sekumpulan perintah yang membangunnya sebagai situs yang friendly user. Lalu pada aspek lifestyle tentu saja merpuakan pengaruh yang kuat dari luar (lingkungan), dimana kebutuhan untuk bereksistensi atau berafiliasi menjadi semacam ‘mode’ yang menuntut seseorang agar tidak ketinggalan jaman. Yang terakhir adalah pengaruh yang paling penting, tentu saja fatasi dan visi retorik.

Semiotika

Istilah semiotika merupakan istilah yang digunakan oleh filsuf aliran pragmatik Amerika pada akhiri abad ke-19 bernama Charles Sanders Peirce (1839-1914). Namun di bagian Eropa istilah ini cenderung disebut dengan semiologi, istilah tersebut dipelopori oleh seorang ahli bahasa Swiss bernama Ferdinand de Saussure (1857-1913).

Secara estimologis, istilah semiotik berasal dari kata Yunani semeion yang berarti “tanda”. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya, dapat dianggap mewakili sesuatu yang lain. Tanda-tanda adalah basis dari seluruh komunikasi. Suatu tanda menandakan sesuatu selain dirinya sendiri, dan makna ialah hubungan antara suatu objek dan idea dan suatu tanda

Tanda yang ditimbulkan oleh manusia bersifat nonverbal dan verbal. Tanda yang bersifat verbal adalah tanda-tanda yang yang digunakan sebagai alat komunikasi yang dihasilkan oleh alat bicara, sedangkan yang bersifat nonverbal dapat berupa, tanda yang menggunakan anggota badan, suara, tanda yang diciptakan oleh manusia untuk menghemat waktu, tenaga, dan menjaga kerahasiaan (rambu lalu lintas, bendera, terompet, dsb) , dan juga benda-benda yang bermakna kultural dan ritual.

Teori Triadic (Segitiga Makna) Charles Sanders Peirce

Dalam teori Triadic (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 Triadic atau segitiga makna Peirce ini berusaha mencari tahu bagaimana makna

muncul dari sebuah tanda ketika tanda itu digunakan orang pada waktu berkomunikasi.

Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran informasi di antara seseorang dengan paling kurang seorang lainnya atau biasanya di antara dua orang yang dapat langsung diketahui balikkannya (Muhammad, 2007:159).

Untuk dapat memahami makna atau pengertian dari komunikasi interpersonal dengan gampang jika sebelumnya kita telah memahami makna atau pengertian dari komunikasi interpersonal. Seperti menganonimkan, komunikasi interpersonal dapat diartikan sebagai penggunaan bahasa atau pikiran yang terjadi didalam diri komunikator sendiri. Jadi dapat diartikan bahwa komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang membutuhkan pelaku atau personal lebih dari satu orang.

Metode Penelitian

Jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan analisis semiotik oleh karena itu, jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif interpretatif dimana peneliti melakukan pengamatan secara menyeluruh pada Sticker Emoticon “LINE Messenger” yang mewakili perasaan komunikasi dalam penyampaian pesan interpersonal mahasiswa Fisipol Universitas Mulawarman. Peneliti akan memperhatikan koherensi makna antar bagian dalam Sticker tersebut dan melakukan interpretasi-interpretasi untuk kemudian dimengerti dan dimaknai.

Fokus Penelitian

Fokus penelitian pada judul “Pemaknaan *Sticker Emoticon LINE Messenger* sebagai Media Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Fisipol Universitas Mulawarman” ialah:

1. Tanda-tanda yang digunakan dalam *Sticker Emoticon LINE Messenger* yang sesuai dengan konsep Peirce yang diklasifikasikan menjadi tiga bagian, menurut objeknya, yakni :
 - a. Ikon, yaitu tanda yang hubungan antara penanda dan petandanya bersifat bersamaan bentuk alamiah. Dengan kata lain, ikon adalah hubungan antara tanda dan objek atau acuan yang bersifat kemiripan. Di dalam *Sticker LINE*, banyak jenis ikon yang terdapat sehingga menarik untuk diteliti penggunaannya sebagai media komunikasi interpersonal.
 - b. Indeks, yaitu tanda yang menunjukkan adanya hubungan alamiah antara tanda dan petanda yang bersifat kausal atau hubungan sebab akibat, atau tanda yang langsung mengacu kepada kenyataan.

- c. Simbol, yaitu jenis tanda yang menunjukkan hubungan alamiah antara penanda dengan petandanya. Hubungan diantaranya bersifat arbiter atau semena, hubungan berdasarkan konvensi (perjanjian) masyarakat. Atau dengan kata lain penanda yang oleh kaidah secara konvensi telah lazim digunakan dalam masyarakat. Simbol disini kaitannya dengan *Sticker LINE* ialah bentuk wujud dari ikon yang telah dibuat, sehingga menghasilkan makna universal yang diketahui secara umum.

Sumber Data

A. Data Primer

Data Primer, yaitu yang diperoleh dari sumber utama melalui prosedur dan teknik pengambilan data yang dapat berupa gambar-gambar *Sticker LINE Messenger* melalui ponsel atau pun PC (Portable Computer).

B. Data Sekunder

Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari sumber tidak langsung yang biasanya data dokumentasi, arsip-arsip, serta buku-buku ilmiah.

Teknik Data

Untuk mempertajam analisis, penelitian ini menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce yang dikenal sebagai segitiga makna yakni tanda, objek dan interpretan. Dalam tahapan analisis data, Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis *Filling System*, dimana data hasil observasi akan dianalisis dengan membuat kategori-kategori tertentu atau domain-domain tertentu (Kriyantono, 2006:195).

Analisis Tanda dan Hasil Penelitian

Data-data yang diperoleh dari penelitian tentang Pemaknaan *Sticker Emoticon LINE Messenger* sebagai Media Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Fisipol Universitas Mulawarman akan disajikan berupa analisis semiotik dan cerita asli dari para informan menurut bahasa, pandangan dan ungkapan oleh mereka.

Dalam penelitian ini, peneliti hanya mengambil sampel dari 5 informan/responden yang bisa dikatakan layak sebagai pengguna *LINE Messenger*. Hal ini dikarenakan hanya mereka yang menggunakan *LINE Messenger* secara optimal dan tahu seluk beluk penggunaannya, manfaat kelebihan dan kekurangannya.

Meskipun jumlah mahasiswa Fisipol sangat banyak, bukan menjadi tolak ukur baik tidaknya riset harus mengambil sampel jumlah yang banyak atau yang sedikit. Karena tujuan riset kualitatif bukan untuk menggeneralisasikan temuan riset tapi lebih bersifat ideografis atau kasuistik.

Dari ke 5 informan yang telah diwawancarai, peneliti telah banyak mendapatkan informasi dari informan. Mulai dari pengertian secara umum *LINE Messenger*, pandangan tentang pemanfaatan media sosial, gaya baru dalam

berkomunikasi interpersonal, hingga media sosial bisa menjadi media hiburan untuk memperkuat proses komunikasi interpersonal. Setiap individu informan mempunyai cerita masing-masing dalam keseharian mereka menggunakan LINE Messenger sebagai media komunikasi interpersonal.

Identifikasi, Klasifikasi dan Interpretasi Tanda Sticker *Emoticon LINE Messenger* sebagai Media Komunikasi Interpersonal

Berdasarkan hasil identifikasi dan klasifikasi tanda yang dilakukan terhadap Sticker *LINE Messenger*, maka didapatkan empat tanda tipe ikon dalam sticker ini. Pada tanda tipe ikon nomor 1 terdapat tanda Moon 1st, maka interpretasi terhadap tanda ini adalah menunjukkan edisi pertama Sticker Moon yang dirilis oleh *LINE*, sticker ini menampilkan semua karakter ekspresi perasaan, seperti wajah sedih, marah, menangis, bahagia, senang, terharu dan bermacam-macam ekspresi umum lainnya.

Sticker Moon 1st menjadi ikon utama produk *LINE* diberbagai promosinya melalui media. Bahkan di You Tube juga beredar video official *LINE* yang dibuat dalam bentuk film kartun mini yang diperankan ikon-ikon sticker *LINE* seperti Moon 1st salah satunya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa makna dari penggunaan sticker emoticon *LINE Messenger* sehingga bisa menjadi media komunikasi interpersonal mahasiswa Fisipol Universitas Mulawarman. Yang pertama peneliti menganalisis makna tanda dari sticker *LINE Messenger* edisi “Moon” melalui analisis semiotik yang dikembangkan oleh Charles S. Peirce dengan teori segitiga makna atau disebut dengan Triangle Meaning seperti yang telah di analisis dihalaman sebelumnya.

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil obsevasi yang dilakukan peneliti dilokasi penelitian, peneliti melihat dan menganalisa serta mengamati bahwa penggunaan aplikasi jejaring sosial dikalangan mahasiswa terus meningkat, bermula dari fenomena BBM (Blackberry Messenger) yang hampir seluruh pengguna smartphone tidak asing mendengarnya, setelah bertahun-tahun merajai pasar handphone beserta aplikasi messengernya. Hingga muncul silih berganti berbagai macam teknologi baru seperti smartphone Android dan iPhone yang mulai menggeser keperkasaan pasar Blackberry, dan kemudian hadir aplikasi messenger bernama *LINE*.

LINE kini digemari para pengguna aplikasi messenger termasuk mahasiswa Fisipol Universitas Mulawarman Samarinda, hal ini dikarenakan maraknya fenomena kebutuhan berkomunikasi, interaksi, bertukar kabar dan informasi dengan cara yang modern. Kalau dulu hanya bisa bertukar kabar dan informasi hanya dari surat, sekarang bisa lewat e-mail, sosial media, bahkan messenger yang dalam hitungan detik. Dulunya berkirim surat yang berisi info tulisan dan foto fisik, sekarang kita bisa mengirimkan kartu virtual lengkap dengan foto dalam hitungan detik dan langsung ke orang yang kita tuju.

Menurut mahasiswa ketika penelitian ini dilakukan, kebutuhan mereka tentang alat komunikasi yang cepat, praktis dan dapat dijangkau menjadi salah satu alasan mereka menggunakan aplikasi messenger seperti LINE. Selain yang utama ialah fitur-fitur stickernya yang menarik sehingga membuat LINE meningkat penggunaannya dikalangan mahasiswa.

Melalui LINE percakapan berlangsung lebih santai karena sekat-sekat status sosial antar mahasiswa tidak terlalu nampak. Namun mereka mengaku tetap memperhatikan etika dalam berkomunikasi. Misalnya groups yang dibentuk berguna untuk ajang diskusi dan pemberitahuan jadwal kuliah apabila ada perubahan. Informasi bisa langsung dishare group, ataupun secara personal. Bisa dipastikan informasi akan langsung menyebar karena mayoritas mahasiswa aktif membuka akun aplikasi messenger/jejaring sosial mereka.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas dan dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pemaknaan sticker emoticon *LINE* Messenger sebagai media komunikasi interpersonal mahasiswa Fisipol Universitas Mulawarman menjadi *trend* bagi mahasiswa, khususnya mahasiswa Fisipol.

Bahkan *LINE* bisa dikatakan sebagai media komunikasi interpersonal terfavorit di kalangan mahasiswa karena banyak fitur menarik yang tersedia. Tidak jarang mahasiswa yang menganggap aktivitas bersosial di aplikasi messenger seperti *LINE* merupakan gaya hidupnya. Aplikasi pesan instan ini layaknya candu yang membuat para mahasiswa ketagihan. Banyak pula mahasiswa yang menganggap aplikasi seperti *LINE* sebagai sahabatnya.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan telah melihat hasil dari penelitian ini maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Sebaiknya para mahasiswa membuat hal-hal baru dan bermanfaat yang bisa ditunjang melalui media *LINE* ini, karena dengan adanya media seperti *LINE* mahasiswa sudah banyak terbantu kegiatan arus informasinya, semuanya serba cepat, praktis dan mudah dijangkau. Tidak seperti zaman dulu yang serba menggunakan buku, kertas dan perangkat yang belum tersentuh teknologi lainnya.
2. Mahasiswa diharapkan dapat membagi waktu antara menghabiskan waktu di media sosial, dengan jam belajar dan tanggung jawabnya sebagai mahasiswa agar tugas-tugas dari kampus tidak terbengkalai karena kecanduan bersosial media seperti *LINE* Messenger ini.
3. Setiap individu mahasiswa sebaiknya menjadi agen perkembangan arus informasi, misalnya mengsosialisasikan dampak-dampak positif penggunaan media informasi baru kepada masyarakat yang masih kurang paham dan tidak tahu perkembangan terbaru dunia teknologi dan informasi.

Daftar Pustaka

- Abdul Kadir. 2002. *Pengenalan Sistem Informasi*. Yogyakarta : Andi Yogyakarta
- Ardianto, Elvinaro, 2009. *Komunikasi Massa suatu Pengantar* .Bandung Simbiosis Rekatama Media.
- Ardhana, Indung A. Saleh.1982. *Pengantar Psikologi Umum*. Surabaya : Usaha Nasional
- Djamadin, Bahari. 2004. *Komunikasi Interpersonal*. Jakarta: BPK Gunung Mulia
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu. Yogyakarta
- Hardjana, Agus. 2003. *Komunikasi Intrapersonal dan Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Kanisius.
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Piliang, Yasraf. 2010. *Semiotika dan Hipersemiotika*. Bandung: MATAHARI
- Sobur, Alex. 2006. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Penerbit Alfabeta, Bandung

Sumber Skripsi :

- Fitri Yaning Tyas 2013. "ANALISIS SEMIOTIKA MOTIF BATIK KHAS SAMARINDA". Samarinda. Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman
- Andreas Stenly Kolly 2013. "Analisis Semiotika Representasi Kebudayaan Indonesia dalam Iklan Kuku Bima Energiversi Flores, Nusa Tenggara Timur di Media Televisi". Samarinda. Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

Sumber internet :

- <http://id.wikipedia.org/wiki/Line> (di akses 1 Oktober 2013)
- <http://komunikasi.us/> (diakses 2 Januari 2014)
- <http://techno.okezone.com/read/2013/11/25/325/902402/LINE-tembus-300-jutapengguna> (diakses 5 Januari 2014)
- <http://techcrunch.com/2013/11/25/LINE-300m/> (diakses 7 Januari 2014)
- <https://id.berita.yahoo.com/rahasia-sukses-line-menggarap-pasar-031856630.html> (diakses 1 Mei 2014)
- <http://fisip-unmul.ac.id/main/index.php/id> (di akses 1 Mei 2014)