BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi komunikasi di era modern ini telah masuk kedalam fase dimana orang-orang dapat berinteraksi dengan orang lain secara langsung tanpa harus bertemu secara tatap muka, banyak sekali saluran yang dapat dijadikan sebagai media interaksi dalam akses berkomunikasi. Disamping itu pula, ruang dan waktu bukan lagi sebagai hambatan yang utama lagi dalam kegiatan komunikasi, banyak sekali perangkat atau alat-alat yang bisa membatu untuk berkomunikasi.

Salah satu media informasi komunikasi dan interaksi yang menjadi fenomenal adalah internet. Internet mampu menyuguhkan berbagai konten yang dimiliki saluran-saluran media lain (televisi, radio dan surat kabar) kedalam satu naskah bahasa pemprograman yang akhirnya menjadi sebuah situs dan media virtual interaktif lainnya.

The Media American Foundation (1989) dalam *Annual Report*-nya mengatakan bahwa internet di klaim sebagai proses konvergensi media, dimana media – media yang telah ada tidak saling menghilangkan namun saling mendukung eksistensinya dan melengkapi media yang telah ada.

> "Konvergensi media telah mengubah komunikasi. Pada saat layanan baru yang semakin luas dapat di capai, maka semuanya itu telah mengubah cara kita hidup dan bekerja, mengubah persepsi, keyakinan dan lembaga-lembaga kita. Penting sekali kita memahami semua dampak ini untuk mengembangkan sumber daya elektronika kita untuk kepentingan masyarakat"
> (http://ninaantika.blogspot.com/2010/05/konvergensi-media.html)

Berasal dari ARPANet, suatu proyek yang dimulai dari Departemen Pertahanan Amerika Serikat (*US Departement of Defense –DOD*) pada tahun 1969, suatu percobaan dalam *reliable networking* (jaringan secara terpercaya) untuk menghubungkan antara DOD dengan kontraktor penelitian militer, termasuk sejumlah besar universitas yang melakukan penelitian dengan dana militer. ARPA merupakan singkatan dari *Advanced Research Projects Agency*, cabang dari *Defence* (Pertahanan) yang mempunyai kewajiban membagi-bagikan uang *grant*. Sehingga menjadi DARPA (*Defence*-ARPA). ARPANet mulai dengan 3 komputer kecil yang dikoneksi di California digabungkan dengan satu di Utah, tetapi secara cepat berkembang sehingga pada dekade 1990-an dikenal dengan sebutan internet telah mampu berkembang sebagai satu media pertukaran data.

Internet merupakan suatu jaringan antar komputer yang saling dihubungkan dimana, media penghubung tersebut bisa melalui kabel, kanal satelit maupun frekuensi radio, sehingga komputer-komputer yang terhubung tersebut dapat saling berkomunikasi. Setiap komputer yang terhubung dengan jaringan tersebut, diberikan sebuah nomor yang unik, dan berkomunikasi satu sama lainnya dengan bahasa komunikasi yang sama. Bahasa komunikasi yang sama ini disebut protokol. Protokol yang digunakan di internet adalah TCP/IP *(Transmission Control Protocol / Internet Protocol).*

Dengan memanfaatkan internet, pemakaian komputer di seluruh dunia dimungkinkan untuk saling berkomunikasi dan pemakaian bersama informasi dengan cara saling kirim *e-mail*, menghubungkan ke komputer lain, mengirim dan menerima *file*, membahas topik tertentu pada *newsgroup*, mengobrol dengan berchating, dan lain-lain.

Fasilitas yang dimiliki internet antara lain :

- *Web*

  Fasilitas *hypertext* untuk menampilkan data berupa teks, gambar, bunyi, animasi dan data multimedia lainnya, yang diantara data tersebut saling berhubungan satu sama lain. Untuk memudahkan Peneliti membaca data dan informasi tersebut Peneliti dapat mempergunakan *web browser* seperti *Internet Explorer, Mozilla Firefox, Google Chrome* ataupun *Safari*.

- *E-Mail (Electronic Mail)*

  Fasilitas ini Anda dapat mengirim dan menerima surat elektronik *(e-mail)* pada/dari pemakai komputer lain yang terhubung di internet, dan dapat menyertakan *file* sebagai lampiran *(attachment).*

- *News Group*

  Fasilitas ini digunakan untuk mendistribusikan artikel, berita, tanggapan, surat, penawaran ataupun *file* ke pemakai internet lain yang tergabung dengan kelompok diskusi untuk topik tertentu. Dengan fasilitas ini pula anda dapat melakukan diskusi, seminar ataupun konferensi dengan cara elektronik tanpa terikat waktu, ruang dan tempat.

- FTP *(File Transfer Protocol)*

  Fasilitas ini digunakan untuk menghubungkan ke *server* komputer tertentu dan bila perlu menyalin *(download) file* yang Peneliti butuhkan dari *server* tersebut dan menyimpannya di komputer Peneliti.

Mengingat begitu kompleksnya fasilitas yang dimiliki internet, maka internet memiliki fungsi dan guna yang sama kompleksnya juga, semua hal

tersebut kembali lagi kepada pengguna internet untuk menjadikan internet sebagai media yang dikehendakinya.

Internet dapat berfungsi sebagai penyedia informasi, promosi, layanan atau sebagai media pertukaran sosial. Secara garis besar kini Internet adalah satu varian baru dalam perhubungan dalam komunikasi massa.

Yahoo! merupakan satu varian *web* yang secara luas telah dikenal oleh masyarakat informasi pengguna internet. Dalam *Yahoo!* kita dapat mengakses berbagai hal yang telah disebutkan tadi diatas. Asal mula lahirnya *Yahoo!* bermula dari gagasan dua anak muda yang bernama David Filo dan Jerry Yang, yang sedang menegerjakan sebuah program *database* yang dapat memberikan hasil secara *online*. Dan pada akhirnya mereka mencoba untuk membuat satu proyek *web* komersil dimana mereka melibatkan berbagai macam instansi yang akan mendanai proyek *web* komersil mereka. *Yahoo!* merupakan *web* murni komersil yang memasarkan produk – produk barang dari perusahaan yang mendanai mereka. Dan akhirnya *web* yang beralamatkan *domain link www.yahoo.com*, berhasil mencapai target pasar, dengan indikasi banyaknya para pengguna yang memanfaatkan fasilitas layanan *website Yahoo!*. Seiring perkembangan jaman, *Yahoo!* melakukan berbagai terobosan inovasi baru, yang ditujukan agar para pengguna layanan tersebut dapat terus menjadikan *Yahoo!* sebagai saluran referensi *online* dalam berbagai macam tujuan, hal tersebut terbukti dengan lahirnya berbagai layanan-layanan seperti *search engine, mailing list*, *e-mail*, maupun *chating*. Hal tersebut tidak terlepas dari usaha *Yahoo!* sebagai satu *web* komersil yang dapat dijumpai pada tiap-tiap layanannya.

Salah satu fasilitas *Yahoo!* yang populer dikalanagan masyarakat informasi yaitu layanan *chating* dengan nama *Yahoo! Messenger*. *Yahoo! Messenger*

merupakan fasiltas yang menawarkan pertukaran pesan secara *online* yang dikenal dengan istilah *chating*. *Yahoo! Messenger* di perkenalkan pada tahun 1998 dengan nama *Yahoo! Pager*, namun seiring dengan perkembangan dan pengolahan *database, Yahoo! Pager* diubah namanya menjadi *Yahoo! Messenger*. Dikarenakan terus mengarahkan sebagai satu bentuk fasilitas komunikasi *instant* secara *online* berupa olah kata maupun dengan simbol – simbol. *Yahoo! Messenger* pun terus berkonsentrasi untuk mengembangkan fitur-fitur *emoticon* yang selalau variatif, guna memberikan kemudahan bagi para penggunanya untuk mengekspresikan makna dari suatu emosi secara singkat dan jelas melalui ikon.

Dengan berkembangannya teknologi komunikasi, *Yahoo! Messenger* dapat diakses tidak hanya menggunakan *PC (Personal Compter)* saja, tetapi dengan menggunakan telepon genggam *(Cellphone)* juga dapat mengakses secara cepat aplikasi *chating Yahoo! Messenger.* Dengan meningkatnya pengguna *Yahoo! Messenger* melalui telepon genggam, biaya yang dikeluarkan tidak berlipat-lipat karena mengurangi biaya untuk *SMS (Short Message Service)* bagi pengguna fasilitas *Yahoo! Messenger*, juga efektifnya waktu dalam penyampaian pesan. Sehingga kini *Yahoo! Messenger* lebih mengarah sebagai saluran murni pertukaran pesan non verbal (tulisan maupun ikon), dan pada realitasnya para pengguna *Yahoo! Messenger* dalam kegiatan pertukaran pesan tak luput memberikan atau menyisipkan ikon – ikon dalam percakapan sebagai bentuk respon pertukaran komunikasi dalam proses menciptakan satu persamaan makna bagi para pengguna *Yahoo! Messenger*. Untuk menganalisis sebuah makna yang terkandung dalam sebuah icon dapat diteliti melalui sebuah studi analisis data kualitatif, berupa Analisis Semiotika.

Emoticon standard yang disediakan oleh *Yahoo! Messenger* itu ada 58 bentuk , namun tidak semuanya digunakan disetiap *chating*nya, contoh *emoticon* yang disediakan ada pada gambar berikut ini:

Gambar 1.1

Emoticon Yahoo! Messenger



:)	happy		:-c	call me - New!
:(	sad		:)]	on the phone - New!
;)	winking		~X(	at wits' end - New!
:D	big grin		:-h	wave - New!
;;)	batting eyelashes		:-t	time out - New!
>:D<	big hug		8->	daydreaming - New!
:-/	confused		I-)	sleepy
:x	love struck		8-|	rolling eyes
:">	blushing		L-)	loser
:P	tongue		:-&	sick
:-*	kiss		:-$	don't tell anyone
=((	broken heart		[-(	not talking
:-O	surprise		:O)	clown
X(	angry		8-}	silly
:>	smug		<:-P	party
B-)	cool		(:|	yawn
:-S	worried		=P~	drooling
#-S	whew!		:-?	thinking
>:)	devil		#-o	d'oh

:((	crying		=D>	applause
:))	laughing		:-SS	nailbiting
:|	straight face		@-)	hypnotized
/:)	raised eyebrow		:^o	liar
=))	rolling on the floor		:-w	waiting
O:-)	angel		:-<	sigh
:-B	nerd		>:P	phbbbbt
=;	talk to the hand		<):)	cowboy

Sumber : http://www.labnol.org

Bertolak dari uraian latar belakang diatas, peneliti merumuskan masalah yaitu **Analisis Semiotik Lambang-Lambang *(Emoticon)* Dalam Kegiatan *Chating* Di *Yahoo! Messenger* Bagi Para Penggunanya.**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tadi, maka peneliti mengidentifikasikan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanda lambang-lambang *(Emoticon)* dalam kegiatan *chating* di *Yahoo! Messenger* bagi para penggunanya?
2. Bagaimana objek lambang-lambang *(Emoticon)* dalam kegiatan *chating* di *Yahoo! Messenger* bagi para penggunanya?
3. Bagaimana interpretan lambang-lambang *(Emoticon)* dalam kegiatan *chating* di *Yahoo! Messenger* bagi para penggunanya?
4. Bagaimana analisis semiotik lambang-lambang *(emoticon)* dalam kegiatan *chating* di *Yahoo! Messenger* bagi para penggunanya?

1.3. Maksud Dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana analisis semiotik lambang-lambang *(Emoticon)* dalam kegiatan *chating* di *Yahoo! Messenger* bagi para penggunanya.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui antara lain sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui tanda lambang-lambang *(Emoticon)* dalam kegiatan *chating* di *Yahoo! Messenger* bagi para penggunanya.
2. Untuk mengetahui objek lambang-lambang *(Emoticon)* dalam kegiatan *chating* di *Yahoo! Messenger* bagi para penggunanya.

3. Untuk mengetahui interpretan lambang-lambang *(Emoticon)* dalam kegiatan *chating* di *Yahoo! Messenger* bagi para penggunanya.
4. Untuk mengetahui analisis semiotik lambang-lambang *(emoticon)* dalam kegiatan *chating* di *Yahoo! Messenger* bagi para penggunanya?

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya dan diharapkan dapat menunjang perkembangan di bidang ilmu komunikasi, khususnya dalam perkembangan teknologi komunikasi.

1.4.2. Kegunaan Praktis

1.4.2.1. Kegunaan Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberi pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti, khususnya dalam memahami analisis semiotik lambang-lambang *(Emoticon)* dalam kegiatan *chating* di *Yahoo! Messenger* bagi para penggunanya.

1.4.2.2. Kegunaan Bagi Universitas/Lembaga

Bagi universitas, khususnya Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik UNIKOM, penelitian ini dapat

dijadikan literatur, dalam menambah wawasan, dan masukan bagi peneliti lain.

1.4.2.3. Kegunaan Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan juga bisa menjadi pengetahuan baru bagi masyarakat luas berkenaan dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.

1.5. Kerangka Pemikiran

1.5.1. Kerangka Teoritis

Internet pada saat ini yang berfungsi sebagai media komunikasi bagi masyarakat sebagai penyedia informasi, dan fasilitas untuk promosi. Internet dapat menghubungkan kita dengan berbagai pihak di berbagai lokasi di seluruh dunia. Misalnya kita bisa kirim data atau surat dengan berbagai pihak diseluruh dunia dengan menggunakan fasilitas *Electronic mail (E-mail).* Selain fasilitas *Electronic mail* internet juga menyediakan fasilitas untuk bercakap-cakap dalam internet disebut *chating*, yaitu layanan yang disediakan bagi pengguna internet khususnya di *www.yahoo.com* untuk berbagi informasi. Dengan menggunakan layanan *chating* di *Yahoo!* pengguna dapat mengirim pesan secara *online* dan menerima tanggapan dari pihak lain.

Dalam www.yahoo.com terdapat layanan *Internet Messeging* yaitu aplikasi *Yahoo! Messenger* yang dalam aplikasinya terdapat fasilitas pengiriman pesan yang sangat mudah untuk digunakan para pengguana *Yahoo! Messenger*, terlebih dalam pertukaran pesannya yang menyisipkan

simbol/lambang ikon *smiley (Emoticon)* disetiap perbincangan pesan melalui aplikasi *Yahoo! Messenger*.

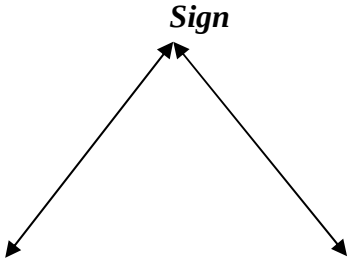
Teori yang dipakai dalam penelitian ini adalah teori segitiga makna *(triangel meaning)* Charles Sander Pierce yang terdiri atas *sign* (tanda), *object* (objek) dan *Interpretant* (Interpretan) sebagai acuan. Menurut pierce salah satu bentuk adalah kata. Sedangkan objek adalah tanda yang ada dalam benak seseorang, maka munculah makna tentang sesuatu yang diwakili oleh tanda tersebut. (Sobur, 2002:115)

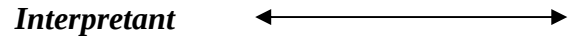
Pierce juga mengatakan bahwa tanda itu sendiri merupakan contoh dari kepertamaan, objeknya adalah kedua, dan penafsiran unsur pengantara adalah contoh dari ketigaan. Ketigaan yang ada dalam konteks pembentukan tanda juga membangkitkan semiotika yang tidak terbatas, selama satu penafsiran (gagasan) yang membaca tanda sebagai tanda bagi lain (yaitu dari suatu makna dan penanda) bisa ditangkap oleh penafsiran lainnya. Penafsiran ini adalah unsur yang harus ada untuk mengaitkan tanda dengan objeknya (induksi, deduksi, penangkap) membentuk tiga jenis penafsiran yang penting. Agar bisa ada sebagai suatu tanda, makna tersebut harus ditafriskan yang dikupas teori segitiga makna adalah persoalan bagaimana makna muncul dari sebuah tanda ketika tanda itu digunakan orang pada waktu berkomunikasi.

Hubungan segitiga makna pierce lazimnya ditampilkan seperti gambar berikut :

Gambar 1.2

Segitiga Semiotik C.S.Pierce





Sumber *: (Sumbo Tinarbuko, 2008, dalam buku semiotika komunikasi visual)*

Menurut pierce tanda ialah sesuatu yang dapat mewakili sesuatu yang lain dalam batas-batas tertentu. Tanda akan selalu mengacu kepada suatu yang lain, oleh pierce disebut objek**.** Mengacu berarti mewakili atau menggantikan, tanda baru dapat berfungsi bila diinterpretasikan dalam benak penerima tanda melaui interpretant. Jadi interpretant ialah pemahaman makna yang muncul dalam diri penerima tanda, artinya tanda baru dapat berfungsi sebagai tanda bila dapat ditangkap dan pemahaman terjadi berkat *ground* yaitu pengetahuan tentang sistem tanda dalam suatu masyarakat. Hubungan ketiga unsur yang dikemukan oleh pierce terkenal dengan nama segitiga semiotik

Untuk menjabarkan konsep relasi makna (tanda, objek dan interpretan,) C.S Pierce memberikan pembagian tanda dalam tiga bagian yaitu: ikon, indeks, simbol**.**

Ikon**,** adalah tanda yang dicirikan oleh persamaannya (*resembles*) dengan objek yang digambarkan. Tanda visual seperti adalah *ikon*, karena tanda yang ditampilkan mengacu pada persamaannya dengan objek.

Indeks, adalah hubungan langsung antara sebuah tanda dan objek yang kedua-duanya dihubungkan. *Indeks,* merupakan tanda yang hubungan eksisitensialnya langsung dengan objeknya. Misalnya senyum

yaitu *indeks* dari senang. Sebuah *indeks* dapat dikenali bukan hanya dengan melihat seperti halnya dalam *ikon,* tetapi juga perlu dipikirkan hubungan antara dua objek tersebut.

Simbol, adalah tanda yang memiliki hubungan dengan objeknya berdasarkan konvensi, kesepakatan, atau aturan. Makna dari suatu *simbol* ditentukan oleh suatu persetujuan bersama, atau diterima oleh umum sebagai suatu kebenaran tanda.

Bagi Pierce Tanda merupakan sesuatu yang digunakan agar tanda bisa befungsi, oleh Pierce disebut *ground.* Konsekuensinya, tanda selalu terdapat dalam hubungan triadik, yakni *ground, object,* dan *interpretant.* Atas dasar hubungan ini, Pierce mengadakan klasifikasi tanda menjadi *qualisign, sinsign, dan legisign.*

1. *Qualisgn* adalah kualitas yang ada pada tanda.
2. *Sinsign* adalah eksistensi aktual benda atau peristiwa yang ada pada tanda.
3. *Legisign* adalah norma yang dikandung oleh tanda.

Sedangkan Berdasarkan Interpretant Tanda dibagi atas tiga bagian yaitu, *rheme, dicent sign* atau *dicisign* dan *argument.*

1. *Rheme* adalah tanda yang memungkinkan orang menafsirkan berdasarkan pilihan.
2. *Decisgn* adalah tanda sesuai kenyataan.

3. *Argument* adalah tanda yang langsung memberikan alasan tentang sesuatu.

Ikon, indeks, dan simbol merupakan perangkat hubungan antara dasar (bentuk), objek (referent) dan konsep (interpretant).

1.5.2. Kerangka Konseptual

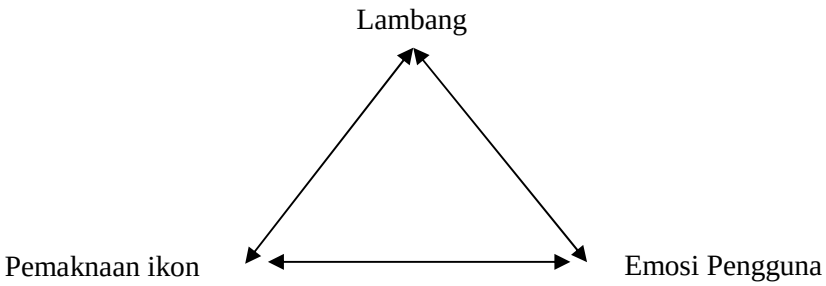
Penggunaan *emoticon* dalam kegiatan *chating* di *Yahoo! Messenger* merupakan satu bentuk interaksi yang telah mengalami berbagai modifikasi dalam proses pembentukan satu pemaknaan, dimana pada proses awal adalah cara untuk menggunakan media *Yahoo! Messenger* untuk berkomunikasi di media *online* internet, baik komunikan maupun kominikator melakukan suatu percakapan dengan memunculkan bahasa non verbal berupa tulisan sebagai tahap awal pertukaran pesan yang dimaknai oleh masing-masing individu yang menggunakan fasilitas *Yahoo! Messenger*, dan dibarengi pemunculan lambang-lambang sederhana yang mudah di pahami dan dimaknai satu sama lain.

Seiring dengan intensentitas adanya pertukaran tulisan dan simbol – simbol yang sederhana antara komunikan maupun kominakator, akan mengacu terciptanya proses saling mengetahui pemaknaan ikon satu sama lain, dan berujung pada pemunculan ikon – ikon yang sifatnya jauh lebih kompleks yang dipergunakan dalam pertukaran pesan, sehingga antara komunikan maupun komunikator tidak akan ada ketidakcocokan dalam memaknai ikon yang saling dimunculkan disetiap percakapannya dalam menggunakan *Yahoo! Messenger*.

Dari teori di atas diungkapkan bahwa pengalaman akan membentuk seseorang untuk memberikan persepsi terhadap simbol atau tanda yang dibentuk dengan ikon yang berwujud icon *(Emoticon).*

Gambar 1.3

Aplikasi Teori Segitiga Semiotik C.S.Pierce



Sumber : Analisis Peneliti, 2010

Dalam penerapan teori segi tiga semiotik C.S Pierce diatas menunjukan bahwa lambang/ikon *(Emoticon)* menunjukan suatu tanda yang berhubungan langsung dengan objeknya yaitu emosi yang ditimbulkan pada saat *chating* berlangsung. Emosi pengguna aplikasi *Yahoo! Messenger* dengan menyisipkan ikon *(Emoticon)* yang menimbulkan interpretant dari pengguna sebagai suatu bentuk emosi dari penggunanya yang mewakili emosinya pada saat pertukaran pesan.

Lambang-lambang yang disediakan *Yahoo! Messenger* inilah yang menjadi adanya penggunaan *emoticon* oleh para pengguna. *emoticon-emoticon* yang disediakan oleh *Yahoo! Messenger* itu diciptakan untuk mewakili dalam menyatakan emosi yang ditimbulkan pada saat *chating* berlangsung. hal ini menunjukan bahwa suatu tanda dan objek dapat menimbulkan *interpretant* yang sangat kuat juga bagi khalayak yang mempersepsikannya terlebih dalam pemaknaan *emoticonnya*.

Tiga elemen dari teori semiotik tersebut tentu saja akan sangat mempengaruhi terhadap persepsi dari makna yang diperlihatkan dalam bentuk yang diperlihatkan pada saat *chating* sebagai suatu aplikatif dari emosi yang ditimbuklan pada saat pertukaran pesan berlangsung yang disertai penyisipan ikon didalamnya.

Untuk mengetahui makna sebenarnya yang terkandung dalam *emoticon* tersebut maka terlebih dahulu dikupas makna terdalam dari suatu *emoticon* melaui tanda yang diperlihatkan dalam segi emosi penggunanya.

Untuk itu dalam penelitian, diuraikan makna yang terdapat dalam *emoticon* melaui pembagian suatu tanda yang terdapat dalam lambang kedalam tiga bagian yaitu ikon, indeks, dan simbol yang merupakan perangkat hubungan antara dasar (bentuk), objek *(referent)* dan konsep *(interpretant).*

1.6. Pertanyaan Penelitian

1. ***Bagaimana tanda dari Lambang-Lambang (Emoticon) Dalam Kegiatan Chating Di Yahoo! Messenger Bagi Para Penggunany?***
   a. Apa makna ikon dari lambang-lambang *(Emoticon)* dalam kegiatan *chating* di *Yahoo! Messenger* bagi para penggunanya?
   b. Apa makna index dari lambang-lambang *(Emoticon)* dalam kegiatan *chating* di *Yahoo! Messenger* bagi para penggunanya?
   c. Apa makna simbol dari lambang-lambang *(Emoticon)* dalam kegiatan *chating* di *Yahoo! Messenger* bagi para penggunanya?

2. ***Bagaimana objek dari pertukaran lambang-lambang (Emoticon) pada kegiatan chating di Yahoo! Messenger dalam proses penciptaan persamaan makna para penggunanya?***
   a. Apa konsep dari lambang-lambang *(Emoticon)* dalam kegiatan *chating* di *Yahoo! Messenger* bagi para penggunanya?
   b. Apa abstraksi dari lambang-lambang *(Emoticon)* dalam kegiatan *chating* di *Yahoo! Messenger* bagi para penggunanya?
   c. Apa arti dari lambang-lambang *(Emoticon)* dalam kegiatan *chating* di *Yahoo! Messenger* bagi para penggunanya?

3. ***Bagaimana interpretan dari proses pertukaran lambang-lambang (Emoticon) pada kegiatan chating di Yahoo! Messenger dalam proses penciptaan persamaan makna para penggunanya?***
   a. Apa *rheme* dari lambang-lambang *(Emoticon)* dalam kegiatan *chating* di *Yahoo! Messenger* bagi para penggunanya?
   b. Apa *dicent sign* dari lambang-lambang *(Emoticon)* dalam kegiatan *chating* di *Yahoo! Messenger* bagi para penggunanya?
   c. Apa *argument* dari lambang-lambang *(Emoticon)* dalam kegiatan *chating* di *Yahoo! Messenger* bagi para penggunanya?

4. ***Bagaimana analisis semiotik lambang-lambang (emoticon) dalam kegiatan chating di Yahoo! Messenger bagi para penggunanya?***

1.7. Subjek Penelitian dan Informan

1.7.1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sifat keadaan *(attributes)* dari sesuatu benda, orang, atau keadaan, yang menjadi pusat perhatian atau sasaran penelitian. Sifat keadaan dimaksud bisa berupa sifat, kuantitas, dan kualitas (benda, orang, dan lembaga), bisa berupa perilaku, kegiatan, pendapat, pandangan penilaian, sikap pro-kontra atau simpati-antipati, keadaan batin, dsb. (orang), bisa pula berupa proses dsb. (tatangmanguny.wordpress.com).

Subjek penelitian merupakan keseluruhan dari keadaan perilaku, pendapat pandangan dan sikap dari informan, sehingga pada penelitian ini menarik informan sebanyak 4 orang sebagai pengguna fasilitas *Yahoo! Messenger*.

Peneliti menentukan kriteria dasar orang-orang yang akan dijadikan responden, yaitu para pengguna *Yahoo! Messenger* sebanyak 4 orang yang terdiri dari 2 orang mahasiswa dan 2 orang masyarakat umum.

1.7.2. Informan

Informan (narasumber) penelitian adalah seseorang yang, karena memiliki informasi (data) banyak mengenai objek yang sedang diteliti, dimintai informasi mengenai objek penelitian tersebut. Diantara sekian banyak informan tersebut, ada yang disebut narasumber kunci *(key informan)* –seorang ataupun beberapa orang, yaitu orang atau orang-orang yang paling banyak menguasai informasi (paling banyak tahu) mengenai objek yang sedang diteliti tersebut.

Pengambilan Informan secara sengaja sesuai dengan persyaratan atau kriteria tertentu yang diperlukan. Penelitian ini menggunakan informan yang sedikit dan dipilih menurut tujuan penelitian.

Peneliti memberikan porsi yang lebih banyak kepada mahasiswa untuk dijadikan informan dengan alasan, mahasiswa merupakan individu yang aktif dalam melakukan kegitan komunikasi dengan berbagai pelantaranya salah satunya adalah pemanfaatan fasilitas *Yahoo! Messenger*.

Informan lainnya dalam penelitian ini merupakan masyarakat umum yang memiliki akses dalam penggunaan *Yahoo! Messenger* sebagai media komunikasinya. *Yahoo! Messenger* tidak memiliki batasan dalam mengelompokan penggunannya, karena *Yahoo! Messenger* secara luas dapat diakses oleh siapa pun dengan catatan menggunakan akun *Yahoo!* sebagai alat registrasinya, hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat umum pun dapat dengan leluasa menggunakan *Yahoo! Messenger* untuk berbagai kepentingannya.

Masyarakat umum disini diartikan oleh peneliti, tidak berhubungan dengan latarbelakang lembaga atau kelompok tertentu, melainkan mewakili dirinya sendiri sebagai individu yang secara aktif menggunakan *Yahoo! Messenger*. Informan tersebut terdiri dari musisi/composer *band metal* Di Bandung dan *operator* di perusashaan *MLM* (*Multi Lever Marketing*).

Penelitian ini menggunakan informan mahasiswa dan dan masyarakat umum sebagai pengguna *Yahoo! Messenger*. Populasinya hanya diambil secara acak. *Purposive Sampling* juga dikenal dengan

pengambilan sampel berdasarkan "penilaian" *(judgment)* peneliti mengenai siapa-siapa saja yang pantas (memenuhi persyaratan) untuk dijadikan sampel. Oleh karenanya agar tidak sangat subjektif, Saya sebagai peneliti untuk memahami ciri dan karakteristik objek atau sampel yang sesuai dengan persyaratan dan tujuan penelitian sehingga memperoleh data yang akurat.

Tabel 1.1
Daftar Informan

No	Nama Lengkap	Pekerjaan
1	Eki Ahmad	Mahasiswa
2	Gina Sari Komara	Mahasiswa
3	Dena Rendisah P	Musisi/Komposer
4	Ridwan Aripin	*Operator MLM*

Sumber : Data Peneliti, 2010

1.8. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam melaksanakan penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif dengan analisis semiotika (*semiotic analysis).*

1.9. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. **Wawancara**

Untuk memperoleh informasi secara akurat dari narasumber langsung sebagai data primer, peneliti menggunakan metode wawancara. Wawancara adalah cara pengumpulan data yang dalam pelaksanaannya mengadakan Tanya jawab terhadap orang-orang yang erat kaitannya dengan permasalahan,

baik secara tertulis maupun lisan guna memperoleh keterangan atau masalah yang diteliti.

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara *(interviewer)* sebagai orang yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai *(interviewee)* sebagai orang yang memberikan atas pertanyaan itu." (Koentjaraningrat : 1996)

Wawancara dapat dilakukan beberapa kali untuk memberikan data-data yang benar-benar aktual. Seperti juga dalam metode penelitian lainnya, kualitatif sangat bergantung dari data di lapangan dengan melihat fakta – fakta yang ada. Data yang terus bertambah dimanfaatkan untuk verifikasi teori yang timbul di lapangan, kemudian terus-menerus disempurnakan selama penelitian berlangsung.

2. Observasi

Cara observasi dilakukan peneliti untuk menunjang data yang telah ada. Observasi penting dilakukan agar dalam penelitian tersebut, data – data yang diperoleh dari wawancara dan sumber tertulis dapat dianalisis nantinya dengan melihat kecenderungan yang terjadi melalui proses observasi di lapangan. Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menjalankan aplikasi *Yahoo! Messenger* beserta penggunaan yang telah ditentukan oleh peneliti.

3. Studi Pustaka

Peneliti juga melakukan pencarian data melalui sumber-sumber tertulis untuk memperoleh informasi mengenai objek penelitian ini, sebagai data sekunder. Diantaranya, studi litaratur untuk mendapatkan kerangka teoritis dan memperkaya latar penelitian melalui jurnal – jurnal yang berkaitan dengan penelitian, kliping dari berbagai media cetak, dan mengunjungi situs-situs web di internet yang mendukung penelitian.

4. Pencarian di Interet (*Internet Searching*)

Pencarian data di Intenet merupakan salah satu langkah yang digunakan peneliti sebagai bentuk satu trobosan efisensi waktu dalam perolehan data maupun studi literatur, dengan memanfaatkan situs-situs yang sifatnya gratis *(freeware)* maupun parabayar *(payment).*

1.10. Teknik Analisa Data

Dalam penelitian ini analisis data yang dipergunaan adalah teknik analisis deskriptif kualitatif dengan melakuakan analisis dan pengolahan data sebagai berikut :

1. Penyeleksian data, pemeriksaan kelengkapan dan kesempurnaan data serta kejelasan data.
2. Reduksi data / pembentukan abstraksi dimana data yang ada, seperti observasi, wawancara, dan intisari dokumen,
3. Klasifikasi data, yaitu mengelompokan data dan dipilah – pilah sesuai dengan jenisnya.
4. Penyajian data, melalui proses pencatatan, pengetikan, penyuntingan, dan disusun ke dalam bentuk teks yang diperluas.

5. Penarikan kesimpulan atau verifikasi.

1.11. Lokasi dan Waktu Penelitian

1.11.1. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Kota Bandung karena peneliti berdomisili dan berkegiatan di Kota Bandung, sehingga dapat dengan leluasa melakukan penelitian. Lokasi penelitian ini bersifat luas, karena penelitian yang berhubungan dengan penggunaan jaringan internet ini tidak dapat dikelompokan dalam satu ruang lingkup wilayah saja. Hal ini berkaitan dengan luasnya jaringan yang tersedia dan akses yang tidak terbatas dalam internet. Hanya saja penelitian kemudian dikerucutkan pada satu jejaringan yakni *Yahoo! Mesengger.*

1.11.2. Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan, bulan Maret 2010 sampai bulan Juni 2010. Mulai dari persiapan, pelaksanaan hingga ke penyelesaian dengan perincian waktu pada tabel 1.2 berikut:

Tabel 1.2
Jadwal Penelitian

No.	Kegiatan	Pebruari				Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan judul.	#	#	#	#																								
2	Penulisan Bab I					#	#	#	#	#	#																		
	Bimbingan											#	#																
3	Penulisan Bab II											#	#	#															

	Bimbingan												#	#	#												
4	Seminar UP														#	#											
5	Penulisan Bab III														#	#	#										
	Bimbingan																#	#									
6	Penelitian lapangan																	#	#	#	#						
	Wawancara																		#	#	#						
	Pengumpulan bahan pusataka																			#	#	#					
6	Pengolahan data																				#	#	#				
	Penulisan Bab IV																					#	#	#			
	Bimbingan																						#	#			
7	Penulisan Bab V																							#			
	Bimbingan																					#	#	#			
8	Penyusunan Skripsi																					#	#	#			
9	Sidang kelulusan																								#	#	

1.12 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan sisitematika penelitian ini di bagi menjadi 5 BAB, seperti penjelasan yang dapat dilihat di bawah ini :

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi tentang Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Maksud Dan Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Kerangka Pemikiran, Pertanyaan Penelitian, Subjek Penelitian dan Informan, Metode

Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisa Data, Lokasi dan Waktu Penelitian, Sistematika Penulisan

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Berisi tentang tinjauan Komunikasi meliputi Pengertian Komunikasi, Unsur-unsur Komunikasi, Sifat Komunikasi, dan Tujuan Komunikasi. Tinjauan Mengenai Komunikasi Massa meliputi Pengertian Komunikasi Massa dan Fungsi Komunikasi Massa, Tinjauan Mengenai Media Massa meliputi Pengertian Media Massa, Karakteristik Media Massa, dan Bentuk-bentuk Media Massa. Tinjauan Mengenai Internet meliputi Pengertian Internet, Fungsi Internet, Bagian-Bagian Internet, dan Web Site atau Situs. Tinjauan Tentang Semiotik meliputi Pengertian Semiotik, Macam-macam Semiotik, Tanda dan Makna dalam Semiotik, dan yang terakhir tentang Semiotika Charles Sander Pierce.

BAB III : OBJEK PENELITIAN

Berisi tentang sejarah *Yahoo!*, Olahpesan Cepat/*Instant Messeging*, sejarah *Yahoo! Mesenger*, sejarah e*moticon* beserta pengertiannya,

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uraian hasil penelitian berdasarkan hasil wawancara dan data lapangan yang terkumpul, mencangkup tentang *(emoticon)* dalam kegiatan *chating* di *yahoo! messenger*.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini membahas tentang kesimpulan dari hasil penelitian tentang analisis semiotik lambang-lambang *(emoticon)* dalam kegiatan *chating* di *Yahoo! Messenger* bagi para penggunanya. Serta saran bagi pengguna.