

PENGARUH PENGGUNAAN *EMOJI* WHATSAPP TERHADAP KEPUASAN REMAJA KOTA DENPASAR DALAM MENYAMPAIKAN PESAN

Aldilah Tri Ayu Wibisono¹, I Gusti Agung Alit Suryawati², I Dewa Ayu Sugiarica Joni³, Calvin Damasemil⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email : aldilahtriayu6@gmail.com¹, igaalitsuryawati@unud.ac.id², idajoni@unud.ac.id³, calvin@unud.ac.id⁴

ABSTRAK

Emojis are picture or digital icon size small used for express ideas, emotions, and feeling in communication electronics. Whatsapp as wrong one platform communication electronics, of course no miss from use emojis. Use of emojis on application whatsapp is wrong one part from use a medium. According to Palmgreen (Kriyantono,2010: 211), satisfaction use or gratification obtained (GO) is real satisfaction obtained audience after consuming a certain medium . Destination from study this is for to find out how the influence of the use of WhatsApp emoji on the satisfaction of Denpasar City teenagers in conveying messages Study this use method study quantitative with type research associative and use theory uses and gratifications . Study this also involving 140 teenagers from Denpasar City aged 18-25 years. Results study this show usage emoticon on application whatsapp have influence positive and significant to satisfaction Denpasar City youth in convey message. When use whatsapp emojis increase so satisfaction Denpasar City youth in convey message also will the more increase.

Keywords: *Emoji, Whatsapp, Satisfaction, Theory Uses and Gratifications*

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Media sosial sebagai *instant messaging* yang saat ini lebih sering untuk digunakan adalah *WhatsApp*. Secara umum, ada banyak individu menggunakan *WhatsApp* sebagai salah satu media untuk melakukan proses komunikasi, khususnya dalam menyampaikan pesan.

Sehingga, penyampaian informasi atau pesan akan lebih efektif. Dengan memanfaatkan fitur - fitur dari media sosial dalam menyampaikan pesan akan menimbulkan rasa puas, hal ini

dikarenakan pesan tersebut dapat disampaikan dengan menggunakan teknologi informasi, karena pesan lebih cepat diterima kepada sasaran (Trisnani, 2017).

WhatsApp menduduki posisi kedua dalam kategori media sosial yang digunakan untuk mengirim dan menerima pesan, dan *WhatsApp* merupakan media sosial dengan pengguna terbanyak di Indonesia per Januari 2021 (portal jember.com, 2021). Saat ini, sebagian besar dari pengguna aplikasi *WhatsApp* adalah remaja (Pranajaya & Wicaksono, 2017).

Banyak remaja yang memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan pesan dan juga menunjukkan perasaan melalui teks atau gambar. Ungkapan tersebut dapat disampaikan mulai dari ungkapan yang sedih, ungkapan marah dan ungkapan dengan perasaan bahagia.

Komunikasi atau sistem *chatting* di *WhatsApp*, dapat memunculkan kesulitan bagi penggunanya, khususnya pada komunikator dan komunikan. Hal ini dikarenakan penyampaian pesan melalui kata - kata tidak memiliki isyarat non verbal, contohnya adalah ekspresi wajah dan gestur tubuh.

Tidak adanya isyarat nonverbal, maka komunikator biasanya akan lebih sulit untuk melakukan atau mengekspresikan pesan, kemudian komunikan juga akan mengalami kesulitan dalam mengartikan pesan yang diterima.

Berdasarkan penjelasan tersebut, tidak adanya isyarat non verbal tentu akan menimbulkan persepsi yang berbeda, sehingga komunikasi menjadi tidak efektif (Subakti, 2019). Kesulitan atau hambatan saat berkomunikasi menggunakan teks sudah ditemukan sejak dulu, bahwa komunikasi dengan menggunakan teks tentunya akan memberikan kesulitan kepada pengirim pesan dalam menunjukkan emosi yang sedang dirasakan, hal ini dikarenakan sebuah pesan berbentuk teks tidak bisa menunjukkan pesan - pesan yang berbentuk nonverbal seperti ekspresi wajah atau bahasa tubuh (Sarbaugh, 2001:324).

WhatsApp memiliki kelebihan saat melakukan proses komunikasi atau *chatting*. Kelebihan tersebut dianggap sebagai bentuk perwakilan ketika pengirim pesan ingin mengekspresikan emosi dari lawan yang kita ajak berkomunikasi, kelebihan tersebut disebut *Emoji*. Hampir setiap *chat* atau pesan yang ditulis, setidaknya akan terdapat satu jenis karakter *Emoji*. (nextren.grid.id, 2019).

Dengan adanya fitur *Emoji* di media sosial *WhatsApp* sebagai kelebihan untuk menyampaikan pesan lebih efektif, sehingga komunikasi dengan *chat* bisa lebih ekspresif. Dengan demikian, baik dari pembuat pesan atau penerima pesan dapat jauh lebih mudah untuk meningkatkan keakraban, khususnya bagi individu yang baru saling mengenal (Safira, 2021).

Kehadiran *emoticon* sebagai salah satu fitur akan dapat menciptakan suasana obrolan yang tidak monoton, dan membuat individu yang terlibat untuk menjadi lebih akrab (Hendra, 2021).

Kepuasan dapat dikatakan sebagai bentuk dari suatu perbandingan antara persepsi dan adanya harapan bagi seseorang. Setiap individu tentu akan merasa puas ketika persepsi dapat sama bahkan lebih besar dari yang harapan, demikian pula sebaliknya, apabila persepsi mendominasi dan lebih kecil atau kurang dari adanya harapan, maka akan menimbulkan rasa tidak puas (Tjiptono, 2002:15) Pengembangan teori oleh Elihu Katz, menyatakan mengenai manusia yang merupakan konsumen dari

media, memiliki kesempatan untuk berperan secara aktif, ketika memilih dan menentukan media untuk mendapatkan hal yang diinginkan.

Sedangkan menurut Kotler (2002:42) kepuasan dapat dikatakan sebagai perasaan senang atau perasaan kecewa dari seseorang yang muncul setelah melakukan perbandingan terhadap persepsi atau kesan. Kepuasan dapat dikatakan sebagai bentuk terpenuhinya semua kebutuhan - kebutuhan dari pengguna media atau khalayak ketika menggunakan media massa, sehingga kepuasan yang dirasakan oleh pengguna media sesuai dengan motif dan tujuan dari penggunaan media.

Efek dari menggunakan media adalah dapat memenuhi kebutuhan dari pengguna media. setiap individu memiliki adanya kesadaran, kemampuan diri yang disesuaikan ketika individu tersebut melakukan pemilihan untuk menggunakan media tertentu agar sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan. Kepuasan yang diperoleh setiap individu sebagai pengguna media dapat ditentukan dengan adanya sikap penggunaannya pada suatu media, seperti melalui evaluasi, kemudian kepercayaan yang diberikan pada media. (Rakhmat Jalaludin, 2001:65).

Sebuah penelitian yang dipimpin oleh Universitas Bangor, Wales, menyebutkan bahwa terdapat lebih dari 72% orang dewasa muda pada sebuah kelompok dengan rentang usia 18 hingga 25 tahun, kelompok usia ini lebih menyukai untuk menggunakan *Emoji* ketika ingin menyampaikan perasaan atau

mengungkapkan perasaan. Kemudian, penelitian pada tahun 2017 yang diterbitkan dalam *Journal Trends on Cognitive Sciences*, menyatakan bahwa peningkatan penggunaan menunjukkan penggunaan *Emoji* menunjukkan sebuah kepuasan yang sama, ketika seseorang melakukan interaksi dengan orang lain.

Berdasarkan pada data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Bali per 21 Juni 2021 Kota Denpasar menduduki 81,55% dengan jumlah pengguna internet terbanyak di Bali, informasi tambahan lainnya adalah mengenai usia dari pengguna internet. Pada rentang usia 16-25 tahun, merupakan rentang usia yang menjadi usia sebagai pengguna internet terbanyak. Berdasarkan informasi tersebut, maka rentang usia berdasarkan data tersebut termasuk pada kategori remaja.

Sehubungan dengan penjelasan latar belakang serta data - data pendukung yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang lebih lanjut mengenai bagaimana pengaruh penggunaan *Emoji* terhadap kepuasan dalam menyampaikan pesan.

Rumusan Masalah

Bagaimana Pengaruh Penggunaan *Emoji* WhatsApp Terhadap Kepuasan Remaja Kota Denpasar Dalam Menyampaikan Pesan?

Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui Bagaimana Pengaruh Penggunaan Emoji WhatsApp Terhadap Kepuasan Remaja Kota Denpasar Dalam Menyampaikan Pesan.

2. KAJIAN PUSTAKA

Emoji sebagai Komunikasi Nonverbal

Emoji berupa karakter yang terdiri dari gambar - gambar, *Emoji* populer dan ada pada aplikasi yang digunakan untuk mengirim dan penerima pesan yakni, *WhatsApp*. Fungsi dari *Emoji* adalah untuk mengungkapkan sebuah ekspresi, melalui *Emoji* ekspresi dapat diungkapkan dengan emosi baik secara grafis dan relevan dengan ekspresi asli atau ekspresi fisiologis (Annamalai & Salam, 2017).

Emoji dapat dikatakan sebagai bentuk pesan, hal ini dikarenakan bentuk pesan tersebut dapat memperkuat adanya sebuah proses komunikasi, sehingga komunikasi akan jadi lebih interaktif. Selain itu, *Emoji* merupakan lambang dari seseorang yang sedang serius dalam mengungkapkan perasaan atau sesuatu yang benar - benar sedang dirasakan. Dengan demikian, *Emoji* akan memudahkan penerima pesan untuk lebih mudah memahami pesan - pesan yang disampaikan, khususnya pada penyampaian pesan dengan menggunakan media atau melalui dunia maya (Liputan6.com).

WhatsApp sebagai Komunikasi Digital

WhatsApp merupakan aplikasi yang dapat digunakan oleh banyak penggunanya dikarenakan *WhatsApp* adalah aplikasi berbasis internet. Adanya *WhatsApp* merupakan salah satu dampak dari adanya perkembangan teknologi informasi. Saat ini, aplikasi yang berbasis menggunakan internet adalah aplikasi yang dapat dimanfaatkan sebagai media komunikasi. Hal ini dikarenakan, aplikasi berbasis internet memberikan kemudahan bagi penggunanya. Salah satu bentuk dari kemudahan tersebut adalah dapat melakukan interaksi tanpa mengeluarkan biaya dikarenakan penggunaannya menggunakan data internet (Pranajaya & Hendra Wicaksono, 2017).

Teori *Uses and Gratification*

Teori *uses and gratifications* memberikan kesempatan bagi penggunanya untuk dapat memilih media yang dibutuhkan, kemudian dari adanya kebebasan dalam memilih media, pengguna akan mendapatkan hasil atau *gratification*.

Model dari *Uses & Gratifications* menjelaskan bahwa, terdapat permasalahan utama dalam memilih media yakni, bukanlah bagaimana media yang dapat mengubah sikap serta perilaku individu sebagai pengguna media, namun bagaimana media yang dipilih oleh pengguna dapat memenuhi kebutuhan, baik kebutuhan secara pribadi serta kebutuhan pengguna secara sosial individu (Effendy, 1932).

Teori *uses and gratifications* ada beberapa uraian mengenai pemenuhan

informasi responden secara demografis dijelaskan sebagai berikut.

Pertama berdasarkan jenis kelamin responden. Responden didominasi oleh responden dengan jenis kelamin laki - laki yaitu sebanyak 74 responden atau sebesar 52,9%, sedangkan sisanya sebesar 47,1% adalah responden perempuan atau sebanyak 66 responden.

Kedua, informasi responden berdasarkan usia responden. Responden penelitian ini penelitian ini didominasi oleh responden yang memiliki rentang usia 21 tahun – 23 tahun yaitu sebesar 67,9% atau sebanyak 95 responden. Kemudian diikuti dengan responden yang memiliki rentang usia 18 tahun – 20 tahun sebesar 25%, selanjutnya responden yang memiliki rentang usia 24 tahun – 25 tahun sebesar 7,1%. Informasi berikutnya adalah mengenai pekerjaan responden.

Responden penelitian yang bekerja sebagai Pelajar atau Mahasiswa sebesar 65%. Kemudian, responden yang bekerja sebagai karyawan swasta sebesar 10,7%, responden yang bekerja sebagai Wirausaha adalah sebesar 3,6%. Selanjutnya adalah responden yang bekerja sebagai TNI/Polri adalah sebesar 20%, dan untuk responden yang memiliki pekerjaan Lainnya sebesar 0,7%.

Informasi tambahan mengenai pekerjaan responden adalah tidak terdapat responden yang memiliki pekerjaan atau bekerja sebagai PNS. Sehingga, pekerjaan responden penelitian didominasi oleh pelajar/mahasiswa.

Remaja Kota Denpasar yang menjadi responden penelitian didominasi memiliki

pendidikan terakhir SMA/Sederajat yaitu sebesar 74,3%. Selanjutnya pendidikan terakhir remaja Kota Denpasar pada jenjang SMP adalah sebesar 4,3%. Berikutnya adalah pendidikan terakhir remaja Kota Denpasar pada jenjang Sarjana/Diploma sebesar 21,4%. Kota Denpasar terdiri atas empat kecamatan atau domisili, berdasarkan jawaban responden pada kuesioner penelitian maka responden yang berdomisili di Kecamatan Denpasar Utara adalah sebesar 35% atau sebanyak 49 responden mendominasi dalam penelitian ini. Remaja Kota Denpasar atau responden yang berdomisili di Kecamatan Denpasar Barat adalah sebesar 17,1% atau sebanyak 24 responden, Untuk domisili dari Kecamatan Denpasar Timur adalah sebesar 15,7% atau sebanyak 22 responden, dan pada domisili dari Kecamatan Denpasar Selatan adalah sebesar 32,1% atau sebanyak 45 remaja Kota Denpasar.

Informasi tambahan lainnya adalah mengenai Distribusi Banyak Emoji WhatsApp yang Digunakan Responden dalam Sehari. Sebesar 47,1% atau sebanyak 66 remaja Kota Denpasar menggunakan *Emoji* pada aplikasi WhatsApp. *Emoji* yang digunakan adalah sebanyak 5 – 10 *Emoji* dalam sehari. Selanjutnya, sebesar 35% atau sebanyak 49 remaja Kota Denpasar menggunakan *Emoji* pada aplikasi WhatsApp kurang dari 5 *Emoji* dalam sehari. Kemudian, sebesar 17,9% atau sebanyak 25 remaja Kota Denpasar menggunakan *Emoji* pada

aplikasi WhatsApp sebanyak lebih dari 10 Emoji dalam sehari.

Frekuensi Responden Menggunakan Emoji WhatsApp dalam Sehari adalah sebesar 43,6% atau sebanyak 61 responden sering menggunakan *Emoji* pada aplikasi WhatsApp selama 5 – 10 kali dalam sehari. Selanjutnya, sebesar 31,4% atau sebanyak 44 remaja Kota Denpasar sering menggunakan *Emoji* pada aplikasi WhatsApp kurang dari 5 kali dalam sehari. Kemudian, sebesar 25% atau sebanyak 35 remaja Kota Denpasar sering menggunakan Emoji pada aplikasi WhatsApp lebih dari 10 kali dalam sehari.

Penggunaan *Emoji* WhatsApp

Penggunaan *Emoji* WhatsApp dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan 2 (dua) indikator. Pertama berdasarkan warna dan kedua berdasarkan bentuk. Hasil dari analisis data memperlihatkan, bahwa skor rata – rata dari menggunakan kedua indikator pada penggunaan *Emoji* WhatsApp tersebut adalah sebesar 3,66. Nilai rata - rata tersebut termasuk pada kategori sering atau tinggi. Hal ini berarti, rata – rata remaja Kota Denpasar sering menggunakan *Emoji* pada aplikasi WhatsApp.

Peneliti juga melakukan *crosstabs* pada variabel penelitian ini berdasarkan pada jenis kelamin dan usia dari responden penelitian. Hasil *crosstabs* antara variabel penggunaan *Emoji* WhatsApp dengan jenis kelamin responden, memperlihatkan bahwa responden dengan kelamin perempuan

lebih sering menggunakan *Emoji* pada aplikasi WhatsApp dibandingkan dengan responden laki - laki. Hal tersebut terbukti dengan nilai rata – rata skor responden perempuan yang memiliki nilai sebesar 3,69, sedangkan rata – rata skor responden laki - laki memiliki nilai sebesar 3,46. Rata – rata skor nilai responden, baik dengan jenis kelamin laki – laki dan jenis kelamin untuk responden perempuan masing – masing termasuk ke dalam kategori sering menggunakan *Emoji* pada aplikasi WhatsApp .

Selanjutnya, hasil *crosstabs* dengan usia responden, memperlihatkan bahwa responden yang berusia 18 tahun – 20 tahun lebih sering menggunakan *Emoji* pada aplikasi WhatsApp. Skor rata - rata berdasarkan hasil perhitungan adalah sebesar 3,84. Sementara untuk responden yang berusia 21 tahun – 23 tahun memiliki nilai rata – rata sebesar 3,50 dan responden yang berusia 24 tahun – 25 tahun memiliki nilai rata – rata sebesar 3,39. Ketiga nilai rata – rata tersebut termasuk pada kategori sering menggunakan *Emoji* pada aplikasi WhatsApp.

Kepuasan Remaja Kota Denpasar dalam Menyampaikan Pesan

Kepuasan remaja Kota Denpasar dalam menyampaikan pesan diukur dengan menggunakan 4 (empat) indikator. Pertama berdasarkan pada kepuasan informasi, kemudian berdasarkan pada kepuasan identitas pribadi, selanjutnya adalah kepuasan interaksi sosial dan yang terakhir berdasarkan pada kepuasan hiburan.

Berdasarkan dari hasil analisis data memperlihatkan bahwa skor rata – rata dari keempat indikator kepuasan remaja Kota Denpasar dalam menyampaikan pesan adalah sebesar 3,87. Nilai rata - rata tersebut termasuk pada kategori baik atau tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa rata – rata remaja Kota Denpasar yang menjadi responden dalam penelitian ini memiliki kepuasan yang tinggi dalam menyampaikan pesan ketika menggunakan *Emoji* pada aplikasi WhatsApp.

Selanjutnya, hasil *crosstabs* pada variabel kepuasan remaja Kota Denpasar dalam menyampaikan pesan dengan jenis kelamin responden memperlihatkan bahwa responden berjenis kelamin perempuan memiliki kepuasan yang tinggi dalam menyampaikan pesan ketika menggunakan *Emoji* pada aplikasi WhatsApp dibandingkan dengan responden laki - laki. Hal tersebut terbukti dengan nilai rata – rata skor responden perempuan yang memiliki nilai sebesar 4,05, sedangkan rata – rata skor responden laki - laki memiliki nilai sebesar 3,65. Rata – rata skor nilai responden laki – laki dan responden perempuan masing – masing termasuk ke dalam kategori memiliki kepuasan yang tinggi dalam menyampaikan pesan ketika menggunakan *Emoji* pada aplikasi WhatsApp .

Kemudian, hasil *crosstabs* dengan faktor usia memperlihatkan bahwa responden yang berusia 18 tahun – 20 tahun memiliki kepuasan yang tinggi dalam menyampaikan pesan ketika

menggunakan *Emoji* pada aplikasi WhatsApp dengan nilai rata - rata sebesar 4,14. Sementara untuk responden yang berusia 21 tahun – 23 tahun memiliki nilai rata – rata sebesar 3,80 dan responden yang berusia 24 tahun – 25 tahun memiliki nilai rata – rata sebesar 3,71.

Ketiga nilai rata – rata tersebut dapat dikategorikan ke dalam kategori memiliki kepuasan yang tinggi dalam menyampaikan pesan ketika menggunakan *Emoji* pada aplikasi WhatsApp.

Pembahasan

Emoji adalah *icon* atau simbol, *Emoji* dapat digunakan untuk menggambarkan ekspresi, mulai dari ekspresi wajah, ekspresi objek umum, ekspresi tempat, ekspresi cuaca, dan ekspresi binatang, seluruh penyampaian ekspresi tersebut disampaikan saat bertukar pesan (kumparan.com, 2017).

Emoji dapat dikatakan sebagai *icon* digital yang ukurannya kecil. *Emoji* digunakan sebagai bentuk untuk mengekspresikan ide, emosi, serta perasaan (Goldsborough dalam Andral & Laroque,2016,6).

Dilansir dari liputan6.com *Emoji* digunakan untuk memperkuat proses komunikasi, sehingga proses komunikasi menjadi lebih interaktif. Penggunaan *Emoji* akan membuat pengguna pesan elektronik yang menerima informasi akan mudah memahami pesan yang akan disampaikan. WhatsApp sebagai salah satu media untuk melakukan pesan elektronik, tentunya terdapat fitur

penyampaian pesan atau informasi dengan menggunakan *Emoji*.

Emoji dapat digunakan pada aplikasi WhatsApp. Hal tersebut merupakan salah satu cara dalam penggunaan media. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori *uses and gratifications* untuk menjelaskan pengaruh penggunaan *Emoji* WhatsApp terhadap kepuasan remaja Kota Denpasar dalam menyampaikan pesan.

Pada penelitian ini, konsep *uses* adalah remaja Kota Denpasar yang memilih menggunakan *Emoji* pada aplikasi WhatsApp. Adanya pemilihan media untuk menggunakan *Emoji* menimbulkan *gratification*, yaitu berupa kepuasan remaja Kota Denpasar dalam menyampaikan pesan.

Pada penelitian ini juga, peneliti melakukan analisis data untuk mengetahui bagaimana pengaruh penggunaan *Emoji* WhatsApp terhadap kepuasan remaja Kota Denpasar dalam menyampaikan pesan. Uji validitas dan reliabilitas yang dilakukan pada instrumen penelitian ini menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini telah valid dan reliabel sehingga layak digunakan.

Uji korelasi tunggal pada penelitian ini menunjukkan keeratan hubungan antara variabel (X) dengan variabel (Y), memiliki hubungan yang kuat. Nilai dari koefisien korelasi adalah sebesar 0,616.

Uji normalitas yang digunakan dengan *One Sample Kolmogorov Smirnov*, menunjukkan bahwa data pada penelitian ini sudah berdistribusi secara normal. Berdasarkan hasil analisis regresi

linier sederhana juga ditemukan bahwa nilai *constant* adalah 11,443. Nilai koefisien regresi adalah 0,888. Nilai koefisien regresi ini menunjukkan bahwa setiap terjadi peningkatan penggunaan *Emoji* WhatsApp, maka kepuasan dari remaja Kota Denpasar dalam menyampaikan pesan juga akan semakin meningkat.

Persamaan regresi linier sederhana yang bernilai positif membuktikan hubungan antara variabel (X) dan variabel (Y) adalah searah. Besarnya pengaruh antara penggunaan *Emoji* WhatsApp terhadap kepuasan remaja Kota Denpasar dalam menyampaikan pesan, diketahui melalui R Square. Nilai dari R square adalah sebesar 0,380. Dengan demikian, kepuasan remaja Kota Denpasar dalam menyampaikan pesan dipengaruhi oleh penggunaan *Emoji* WhatsApp sebesar 38%. Namun, sisanya yaitu sebesar 62% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain diluar dari penelitian.

Hasil uji hipotesis dalam penelitian ini memperlihatkan bahwa nilai t hitung yang didapatkan adalah sebesar 9,196 atau lebih besar dari t tabel yaitu 1,655. Diketahui juga bahwa nilai signifikansi yang dihasilkan adalah sebesar 0,000 dan lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05. Hal ini berarti H1 diterima. Dengan demikian, penggunaan *Emoji* WhatsApp berpengaruh terhadap kepuasan remaja Kota Denpasar dalam menyampaikan pesan.

5. KESIMPULAN

Hasil dari penelitian ini menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji hipotesis menunjukkan, terdapat penolakan H0 dan penerimaan H1. Hal ini berarti, penggunaan *Emoji* berpengaruh terhadap kepuasan dari remaja Kota Denpasar dalam menyampaikan pesan.
2. Berdasarkan analisis data, hasil dari skor rata - rata terhadap kedua indikator yang digunakan oleh peneliti mengenai penggunaan *Emoji* pada WhatsApp termasuk pada kategori sering atau tinggi. Sehingga, rata – rata remaja di Kota Denpasar sering menggunakan *Emoji* pada aplikasi WhatsApp. Hasil dari *crosstab* atau tabulasi silang menunjukkan bahwa remaja di Kota Denpasar, dengan jenis kelamin perempuan serta remaja di Kota Denpasar yang memiliki rentang usia 18 – 20 tahun lebih sering menggunakan *Emoji* pada aplikasi WhatsApp.
3. Rata – rata remaja Kota Denpasar memiliki kepuasan yang tinggi tinggi ketika remaja Kota Denpasar ingin menyampaikan pesan dan menggunakan *Emoji* pada aplikasi WhatsApp. Hasil dari perhitungan data menggunakan tabulasi silang atau *crosstabs* menunjukkan bahwa remaja Kota Denpasar dengan jenis kelamin perempuan dan remaja Kota Denpasar yang berusia 18 Tahun – 20 tahun memiliki kepuasan yang tinggi, ketika remaja Kota Denpasar

menyampaikan pesan dan menggunakan *Emoji* pada aplikasi WhatsApp.

4. Teori *uses and gratifications* menjelaskan mengenai pengguna media memiliki kesempatan untuk dapat memilih media yang diinginkan secara aktif dan dapat memilih media yang lebih spesifik. Sehingga, dari adanya pemilihan media tersebut akan mendapatkan hasil atau *gratification* yang diinginkan oleh pengguna media. Relevansi teori *uses and gratifications* dengan penelitian yakni, pertama adanya konsep dari *uses* relevan dengan responden penelitian dan responden tersebut adalah remaja Kota Denpasar yang memilih menggunakan *Emoji* pada aplikasi WhatsApp. Adanya kebebasan untuk memilih menggunakan media yang diinginkan khususnya pada penggunaan *Emoji* menimbulkan sebuah hasil atau *gratification*. *Gratification* tersebut adalah kepuasan remaja Kota Denpasar dalam menyampaikan pesan.

6. DAFTAR PUSTAKA

Alan Huda, D.P. (2017). Motivasi Penggunaan *Emoji* Pada Whatsapp dan <https://nextren.grid.id/read/011883802/ini-dia-10-emoji-yang-paling-sering-digunakan-di-seluruh-dunia?page=2>.

- Ayu Sendari, Anugerah. (2021). 100 Arti Emoji WA Terbaru, Pengguna Whatsapp Wajib Tahu. Tersedia pada laman <https://hot.liputan6.com/read/4834983/100-arti-emoji-wa-terbaru-pengguna-whatsapp-wajib-tahu>. Diakses pada tanggal 7 Juni 2022.
- Berlianty, S. (2020). Makna Simbol Emoticon Whatsapp Dalam Komunikasi Kelompok Mahasiswa Stisipol Pahlawan 12. *Studia Komunika: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 19-42.
- BPS Kota Denpasar. Proyeksi Penduduk Kota Denpasar (Jiwa), 2018 – 2020. Tersedia pada laman: <https://denpasarkota.bps.go.id/indicator/12/49/1/proyeksi-penduduk-kota-denpasar.html>. Diakses pada tanggal 20 Mei 2022.
- BPS Provinsi Bali. (2020). Persentase Penduduk Usia 5 Tahun Ke Atas Yang Mengakses Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) Dalam 3 Bulan Terakhir Menurut Kabupaten/Kota. Tersedia pada laman: <https://bali.bps.go.id/statictable/2018/04/13/95/persentase-penduduk-usia-5-tahun-ke-atas-yang-mengakses-teknologi-informasi-dan-komunikasi-tik-dalam-3-bulan-terakhir-menurut-kabupaten-kota-2019.html>. Diakses pada tanggal 10 Mei 2022.
- Hayati, Dwi Siti. (2021). *16 Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia, Duduki Posisi Kedua*. Diakses 22 November 2021 dari <https://portaljember.pikiran-rakyat.com/ipitek/pr-161917022/16-media-sosial-dengan-pengguna-terbanyak-di-indonesia-whatsapp-duduki-posisi-kedua?page=2>.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Subakti, R.A. (2019). Emoji Untuk Meningkatkan Efektivitas Komunikasi Whatsapp. Diakses 11 November 2021 dari <http://etheses.uin-malang.ac.id/15809/1/15410181.pdf>.
- Yordan, Yofie. (2017). Asal – Usul Emoji dan Penggunaanya dalam Bahasa. Tersedia pada laman <https://kumparan.com/kumparanantech/asal-usul-emoji-dan-penggunaannya-dalam-bahasa/full>. Diakses pada tanggal 7 Juni 2022.

