

Perkembangan new media di masyarakat memang sangat besar, terutama dalam penggunaan teknologi internet. Banyak macam dari new media yang kadang membuat pengaruh negatif, namun tak dapat disangkal bahwa new media pun memberikan banyak kontribusi positif bagi masyarakat.

Karakteristik New Media Segala bentuk media baru sudah terbukti dapat memudahkan banyak orang, terutama dalam bidang komunikasi dan informasi. Berikut merupakan karakteristik dari new media:

1. Digitalisasi

Digitalisasi juga dikenal sebagai digitalisme adalah ciri dari new media di mana hampir semua media komunikasi dan informasi sudah mengutamakan bentuk digital. Digitalisasi digunakan untuk mengartikan kondisi kehidupan dalam budaya digital yang dianalogikan dengan modernitas dan post-modernitas. Dengan adanya new media, Anda dan masyarakat lainnya bisa mengakses informasi yang bisa didapatkan dengan seketika melalui penyimpanan informasi gelombang ketiga.

2. Interaktivitas

Ketika media konvensional memberikan penawaran pasif, New Media justru memberikan penawaran interaktivitas. Menjadi interaktif menandakan pengguna New Media mampu campur tangan atau terlibat secara langsung dalam mengubah gambar dan teks yang mereka akses.

3. Hipertekstual

Hypertextuality, merupakan inti dari dokumen Internet, dibuat oleh bahasa markup hypertext sederhana (HTML). Ciri dari new media adalah beritanya pasti menggunakan hyperlink internal dan eksternal. Sejauh mana (bagian dari) pesan terhubung satu sama lain. New media berbeda dari media lama, karena isi beritanya tidak bisa ditautkan ke platform media tertentu. Oleh sebab itu, new media memiliki karakteristik hypertextuality, tulisannya lebih dapat ditransfer dari perangkat ke perangkat. Informasinya juga dapat disimpan secara elektronik daripada harus disimpan secara fisik.

4. Virtual

New Media mencakup wacana dunia virtual, ruang, objek, lingkungan, kenyataan, diri dan identitas. Virtual dapat diartikan sebagai fitur budaya postmodern dan masyarakat yang maju secara teknologi, di mana begitu banyak aspek pengalaman sehari-hari yang disimulasikan secara teknologi.

5. Jaringan

New Media membagi audiens dalam beberapa segmen, meskipun jumlahnya besar namun tidak berarti seragam. New Media merupakan jaringan pada tingkat konsumsi di mana terlihat segmentasi yang dihasilkan dari penggunaan media.

6. Simulasi

Simulasi adalah konsep yang digunakan secara luas dalam literatur New Media, atau dapat disebut 'imitasi' atau 'perwakilan'.

Menurut Sahar (2014) new media digunakan untuk menjelaskan kemunculan media yang bersifat digital, terkomputerisasi, dan berjaringan sebagai efek dari semakin berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi. New media memungkinkan para penggunannya untuk mengakses berbagai konten media kapan saja, dimana saja dengan berbagai elektronik. New media memiliki sifat interaktif dan bebas.

2. Whatsapp Sticker

Stiker merupakan salah satu komunikasi dalam bentuk gambar ataupun simbol yang digunakan untuk melengkapi sebuah komunikasi, bisa untuk mempertegas kalimat, menunjukkan ekspresi seseorang yang tidak dapat terwakilkan sepenuhnya oleh kata kata maupun hanya sekedar pemanis dalam komunikasi saja.

Menurut D. Tandyonomanu dan Tsuroyya dalam penelitian berjudul *“Emoji: Representations of Nonverbal Symbols in Communication Technology”* mengenai persentase dari topik emoji dalam aplikasi Line mengungkapkan bahwa pengalaman dari para responden dalam menggunakan emoji terjadi dalam beberapa aspek. Pertama, stiker atau emoji digunakan sebagai salah satu bentuk komunikasi non verbal yang berfungsi sebagai hiburan dan juga untuk mencairkan suasana saat sedang melakukan obrolan dalam bentuk

chat. Selain itu, bentuk dan warna yang ada pada stiker juga memengaruhi responden memilih stiker yang akan digunakan dalam proses bertukar pesan.

3. Ungkapan Belasungkawa

Ungkapan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti: (1) apa-apa yang diungkapkan, (2) kata atau kelompok kata yang menyatakan makna khusus. Ungkapan merupakan kata yang maknanya sudah menyatu dan tidak ditafsirkan dengan makna unsur yang membentuknya. Idiom atau disebut juga dengan ungkapan adalah gabungan kata yang membentuk arti baru dimana tidak berhubungan dengan kata pembentuk dasarnya.

Ungkapan ialah gabungan dua kata atau lebih yang digunakan seseorang dalam situasi tertentu untuk mengkiaskan suatu hal. Ungkapan terbentuk dari gabungan dua kata atau lebih. Gabungan kata ini jika tidak ada konteks yang menyertainya memiliki dua kemungkinan makna, yaitu makna sebenarnya (denotasi) dan makna tidak sebenarnya (makna kias atau konotasi). Oleh karena itu, untuk mengetahui apakah gabungan kata itu termasuk ungkapan atau tidak, harus ada konteks kalimat yang menyertainya. Belasungkawa dalam KBBI adalah pernyataan turut berduka cita. Jadi ungkapan belasungkawa dapat diartikan gabungan kata-kata yang dirangkai seseorang untuk pernyataan ikut berduka cita, ataupun turut merasa kehilangan terhadap seseorang yang baru saja meninggal dunia. (Nasution, 2019).

4. Representasi

4.1. Pengertian Representasi

Representasi adalah suatu wujud kata, gambar, sekuen, cerita dan sebagainya yang mewakili ide, emosi, fakta, dan sebagainya. Representasi tersebut memiliki ketergantungan pada tanda dan juga citra yang ada dan dipahami secara kultur.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), representasi dapat diartikan sebagai perbuatan yang mewakili, ataupun keadaan yang bersifat mewakili disebut representasi. Representasi juga dapat diartikan sebagai suatu proses yang melibatkan suatu keadaan yang dapat mewakili simbol, gambar, dan semua hal yang berkaitan dengan yang memiliki makna. Penggambaran yang dimaksud dalam proses ini dapat berupa deskripsi dari adanya perlawanan yang berusaha dijabarkan melalui penelitian dan analisis semiotika.

Representasi adalah suatu yang merujuk pada proses yang dengannya realitas disampaikan dalam komunikasi, via kata – kata bunyi, citra, atau kombinasinya. Secara ringkas representasi adalah produksi makna – makna melalui Bahasa lewat Bahasa (*symbol – symbol* dan tanda tertulis, lisan, atau gambar) tersebut itulah seseorang yang dapat mengungkapkan pikiran, konsep, dan ide – ide tentang sesuatu Juliastuti, (2000:6). Representasi juga dapat berarti sebagai suatu tindakan yang menghadirkan atau

merepresentasikan sesuatu lewat yang diluar dirinya biasanya berupa tanda atau *symbol* (Piliang, 2003).

Menurut Hall (1997:15) representasi adalah sebuah produksi konsep makna dalam pikiran melalui bahasa. Ini adalah hubungan antara konsep dan bahasa yang menggambarkan obyek, orang, atau bahkan peristiwa nyata ke dalam obyek, orang, maupun peristiwa fiksi. Representasi dapat dikatakan sebagaimana kita menggunakan Bahasa dalam menggunakan atau menyampaikan sesuatu dengan penuh arti kepada orang lain.

Lebih lanjut Hall (1997:15), makna dikonstruksi oleh sistem representasi dan maknanya diproduksi melalui sistem bahasa yang fenomenanya tidak hanya terjadi melalui ungkapan verbal, namun juga visual. Sistem representasi tidak hanya tersusun bukan seperti konsep individual, melainkan masuk juga melalui konsep perorganisasian, penyusupan serta berbagai kompleks hubungan.

Representasi dapat dikatakan memiliki dua proses utama, yaitu, pertama adalah representasi mental, yaitu konsep tentang sesuatu yang ada dikepala kita masing-masing (peta konseptual). Bentuknya masih berupa sesuatu yang tidak dapat diberikan penggambaran yang masih berupa sesuatu yang tidak dapat diberikan penggambaran yang detail, melainkan bentuk abstrak, kedua representasi bahasa, proses ini termasuk proses yang sangat penting karena konsep lanjutan dari adanya peta konseptual yang lahir di masing-masing diri. Dari abstrak yang ada, kemudian diterjemahkan ke dalam bahasa

yang sering kita gunakan sehari-hari, maka dari situ lahirlah penggambaran sesuatu yang dimaksud melalui tanda, symbol, ataupun makna gambar. Jalinan atau dua penjabaran ini dapat dikatakan sebagaimana bentuk sederhana dari adanya representasi.

4.2 Jenis Pendekatan Representasi

Ada tiga pendekatan untuk menerangkan bagaimana mempresentasikan makna melalui Bahasa, yaitu *reflection*, *intentional*, dan *constructive* (Hall, 1997:13). Pendekatan *reflection*, yaitu pendekatan yang menjelaskan tentang makna yang dipahami dan makna tersebut dapat digunakan untuk mengelaborasi objek, seseorang, ide – ide, ataupun kejadian dalam kehidupan nyata. Dalam pandangan ini dapat dipahami juga sebagai sebuah cermin. Cermin yang dapat merefleksikan makna dari segalanya dari pantulan yang sederhana. Jadi, pendekatan ini mengatakan bahwa Bahasa bekerja sebagai refleksi sederhana tentang kebenaran yang ada pada kehidupan normal menurut kehidupan *normative* (Hall, 1997:13) dalam pendekatan ini juga reflektif dapat berarti seperti, apakah bahasa telah mampu mendefinisikan sesuatu objek yang bersangkutan.

Pendekatan kedua adalah pendekatan *intentional*. Pendekatan ini memberikan definisi tentang bagaimana bahasa dan fenomenanya dapat dipakai untuk mengatakan maksud dan memiliki pemaknaan tersendiri atas apa yang tersirat dalam pribadinya. *Intentional* tidak merefleksikan, tetapi

berdiri diatas pemaknaannya. Kata – kata diartikan sebagai pemilik atas apa yang ia maksud (Hall, 1997:24), telah mampu mengekspresikan apa yang komunikator maksudkan.

Pendekatan yang ketiga adalah pendekatan *constructionist*. Pendekatan ini lebih menekankan pada proses konstruksi makna melalui bahasa yang digunakan. Dalam pendekatan ini, bahasa dan penggunaan bahasa tidak dapat memberikan makna masing – masing, melainkan harus dihadapkan dengan hal lain hingga memunculkan suatu interpretasi. Konstruksi sosial dibangun melalui aktor- aktor sosial yang memakai system konsep kultur bahasa dan dikombinasikan dengan sistem representasi yang lain (Hall, 1997:35).

Dalam konstruksionis ini, terdapat dua pendekatan menurut Stuart Hall, yaitu pendekatakan diskursif dan pendekatan simiotika. Dalam pendekatan diskursif, makna dibentuk tidak melalui bahasa, melainkan wacana. Kedudukan sebuah wacana, jauh dianggap lebih besar dari pada bahasa, yang biasa disebut dengan istilah topik, jadi produksi mana yang ada pada suatu kultur dihasilkan oleh wacana yang diangkat oleh individu - individu yang berinteraksi dalam masyarakat dan diidentifikasi atas kultur yang ditentukan oleh wacana-wacana yang diangkat. Sedangkan pada pendekataan simiotik, akan dijabarkan tentang pembentukan tanda dan makna melalui medium bahasa (Hall,1997:26).

5. Empati

Empati berasal dari kata Yunani yaitu *emphateia* artinya memasuki perasaan orang lain atau ikut merasakan keinginan atau kesedihan seseorang. Baron (dalam Howe, 2015:16) menyatakan empati sebagai kemampuan untuk mengidentifikasi apa yang sedang dipikirkan atau dirasakan oleh orang lain dalam rangka untuk merespons pikiran dan perasaan mereka dengan sikap yang tepat. Senada dengan yang diungkapkan Hurlock (1999) yang mengungkapkan bahwa empati adalah kemampuan seseorang untuk mengerti tentang perasaan dan emosi orang lain serta kemampuan untuk membayangkan diri sendiri di tempat orang lain. Kemampuan empati ini mulai dimiliki seseorang ketika masa akhir kanak-kanak awal (6 tahun) artinya setiap individu telah memiliki dasar kemampuan untuk berempati, hanya saja berbeda tingkat kedalaman dan cara mengaktualisasikannya.

George Herbert Mead dalam Eisenberg (2000) menyatakan bahwa empati adalah suatu bentuk kapasitas mengambil peran orang lain dan mengadopsi perspektif yang dimiliki orang lain lalu menghubungkannya dengan diri sendiri. Mead menambahkan komponen kognitif atau kemampuan untuk memahami dalam definisi empati, dengan penekanan pada kapasitas individu untuk memahami bagaimana seseorang memandang dunia melalui peran orang lain.

Davis (dalam Taufik, 2012:173) mendefinisikan empati sebagai sebuah kemampuan seseorang untuk mengenal, memahami dan merasakan perasaan orang lain secara mendalam. Kemudian ia menunjukkan melalui tindakan seperti belas kasih, perhatian, kecemasan serta kekhawatiran atas kesusahan yang dialami orang lain. Selanjutnya Eisenberg (dalam Taufik, 2012:182) menyatakan bahwa empati adalah sebuah respon afektif yang berasal dari penangkapan atau pemahaman keadaan emosi atau kondisi lain, dan yang mirip dengan perasaan orang lain. Sebuah respon afektif, yaitu sebagai situasi orang lain dari situasi sendiri. Empati juga sebagai kemampuan untuk meletakkan diri sendiri dalam posisi orang lain dan mampu menghayati pengalaman orang lain tersebut. Sedangkan penangkapan atau pemahaman keadaan emosi, yaitu dimana empati terjadi ketika seseorang dapat merasakan apa yang dirasakan orang lain namun tetap tidak kehilangan realitas dirinya.

Taufik (2012) menyatakan empati merupakan sebuah aktivitas seseorang dalam memahami apa yang sedang dipikirkan dan dirasakan oleh orang lain yang bersangkutan terhadap kondisi yang sedang dialami oleh orang lain tanpa kehilangan kontrol dirinya.

Goleman (1999) menyatakan empati merupakan salah satu dari komponen kecerdasan emosi. Empati terinci dan berhubungan erat dengan komponen-komponen lain, seperti empati dasar, penyelarasan, ketepatan empatik dan pengertian sosial. Empati dasar yakni memiliki perasaan dengan

orang lain atau merasakan isyarat-isyarat emosi non verbal. Penyelarasan yakni mendengarkan dengan penuh reseptivitas, menyelaraskan diri pada seseorang. Ketepatan empatik yakni memahami pikiran, perasaan dan maksud orang lain dan pengertian sosial yakni mengetahui bagaimana dunia sosial bekerja.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti menyimpulkan bahwa empati adalah salah satu komponen dari kecerdasan emosi. Empati adalah rasa yang dimiliki setiap orang sebagai kemampuan untuk mengidentifikasi apa yang sedang dipikirkan dan dirasakan orang lain, mengerti dan memahami tentang perasaan dan emosi orang lain yang kemudian menunjukkannya melalui tindakan seperti belas kasih, perhatian, kecemasan serta kekhawatiran atas kesusahan yang dialami orang lain.

5.1 Aspek Empati

Baron dan Byrne (2005) menyatakan bahwa dalam empati terdapat aspek-aspek, yaitu:

- a. Kognitif Individu yang berempati: dapat memahami apa yang orang lain rasakan dan mengapa hal tersebut dapat terjadi pada orang tersebut.
- b. Afektif Individu yang berempati: merasakan apa yang orang lain rasakan.

Davis (dalam Taufik 2012:154) menyatakan bahwa aspek-aspek dari empati, yaitu :

- a. Pengambilan Perspektif/*Perspective Taking*, yaitu kemampuan untuk mengambil sudut pandang orang lain dan kepentingan yang tidak berorientasi pada kepentingan diri sendiri. Dalam pengambilan perspektif terdapat Self Identification (menyentuh kesadaran diri melalui perspektif yang dimiliki oleh orang lain) dan *Self Positioning* (memposisikan diri pada situasi dan kondisi orang lain untuk membantu penyelesaian masalahnya).
- b. Fantasi/*Fantasy*, yaitu kemampuan untuk mengubah diri secara imajinatif dalam mengalami perasaan dan tindakan pada film, buku, cerita atau orang lain disekitarnya. Ketika mengalami fantasi, seseorang akan terstimuli untuk menyampaikan perasaan dan persepsi atas kejadian yang membuat perubahan sikap dan perilaku orang lain. Aspek ini melihat bagaimana individu dapat menempatkan diri dan hanyut dalam perasaan dan tindakan orang lain.
- c. Perhatian/*Empathic concern*, yaitu perasaan yang berpusat pada perhatian terhadap kesusahan yang dialami oleh orang lain. Aspek ini menggambarkan perasaan kehangatan seperti kepekaan dan kepedulian pada orang lain.
- d. Distress Pribadi/*Personal distress*, yaitu reaksi pribadi terhadap penderitaan yang dialami orang lain, meliputi perasaan terkejut, cemas, takut, prihatin dan tidak berdaya. Aspek ini menekankan pada kecemasan pribadi yang berpusat pada diri sendiri.

5.2 Ciri-ciri dan Karakteristik Empati

Empati menekankan pentingnya mengindera perasaan orang lain sebagai dasar untuk membangun hubungan sosial yang sehat antara dirinya dengan orang lain. Bila *self awareness* berfokus pada pengenalan emosi sendiri, dalam empati, perhatiannya dialihkan pada pengenalan emosi orang lain. Semakin seseorang mengetahui emosi sendiri semakin terampil pula ia membaca emosi orang lain. Dengan demikian empati dapat dipahami sebagai kemampuan mengindera perasaan dari perspektif orang lain.

Goleman menyebutkan bahwa ciri-ciri atau karakteristik orang yang memiliki empati tinggi adalah sebagai berikut:

1. Ikut merasakan (*sharing feeling*), yaitu kemampuan untuk mengetahui bagaimana perasaan orang lain. Hal ini berarti individu mampu merasakan suatu emosi dan mampu mengidentifikasi perasaan orang lain.
2. Kesadaran Diri. Semakin seseorang mengetahui emosi diri sendiri, semakin terampil pula ia membaca emosi orang lain. Dengan hal ini, ia berarti mampu membedakan antara apa yang dikatakan atau dilakukan orang lain dengan reaksi dan penilaian individu itu sendiri. Dengan meningkatkan kemampuan kognitif khususnya kemampuan menerima perspektif orang lain dan mengambil alih perannya, seseorang akan memperoleh pemahaman terhadap perasaan orang lain dan emosi orang

lain yang lebih lengkap sehingga mereka lebih menaruh belas kasihan kemudian lebih banyak membantu orang lain dengan cara yang tepat.

3. Kepekaan. Peka terhadap bahasa isyarat. Karena emosi lebih sering diungkapkan melalui bahasa isyarat (non-verbal). hal ini berarti bahwa individu mampu membaca perasaan orang lain dalam bahasa non-verbal seperti ekspresi wajah, bahasa tubuh dan gerak-geriknya.
4. Mengambil peran (role taking). empati melahirkan perilaku konkret. Jika individu menyadari apa yang dirasakannya setiap saat, maka empati akan datang dengan sendirinya, dan lebih lanjut individu tersebut akan bereaksi terhadap isyarat-isyarat orang lain dengan sensasi fisiknya sendiri tidak hanya dengan pengakuan kognitif terhadap perasaan mereka akan tetapi empati juga akan membuka mata individu tersebut terhadap penderitaan orang lain; dalam arti, ketika seseorang merasakan penderitaan orang lain maka orang tersebut akan peduli dan ingin bertindak.
5. Kontrol emosi. Menyadari dirinya sedang berempati dan tidak larut dalam masalah yang sedang dihadapi orang lain

5.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Empati

Shapiro (1997) mengemukakan beberapa faktor yang mempengaruhi empati yaitu :

a. Faktor Kognitif

Bertambah matangnya wawasan dan keterampilan kognitif, individu secara bertahap belajar mengenali tanda-tanda kesedihan orang lain dan mampu menyesuaikan kepeduliannya dengan perilaku yang tepat.

e. Faktor bawaan

Anak laki-laki sama sosialnya dengan anak perempuan tetapi anak laki-laki cenderung lebih suka memberikan bantuan fisik atau bertindak sebagai pelindung. Sedangkan anak perempuan lebih suka memberikan dukungan psikologis misalnya menghibur anak lain yang sedang sedih.

e. Faktor pendidikan

Pendidikan khususnya pendidikan agama mengambil peranan penting dalam pelaksanaan empati tersebut. Penerapan akan pendidikan agama dalam kehidupan sehari-hari justru efektif dalam mempengaruhi anak.

e. Keluarga

Penerapan peraturan keluarga yang jelas, konsisten dan tidak mudah memberikan keringanan kepada anak serta tuntutan akan tanggung jawab kepada anak tanpa adanya imbalan apapun akan mempengaruhi serta

menghasilkan anak yang peduli, tanggung jawab, peka dan lebih penyayang.

e. Pengalaman akan perilaku empati

Praktik akan perilaku empati dapat mempengaruhi hidup manusia. Pelaksanaan kebaikan secara acak dan melibatkan diri dalam kegiatan bermasyarakat akan mengajari anak akan pengalaman untuk melakukan perilaku empati serta lebih peduli pada orang lain.

Menurut Taufik (2012), beberapa faktor yang mempengaruhi empati, yaitu :

d. Gender

Perempuan dikenal lebih mudah merasakan kondisi emosional orang lain dibandingkan dengan laki-laki. Ketepatan empati perempuan jauh lebih baik daripada laki-laki, tetapi ini hanya dalam kondisi-kondisi tertentu saja.

c. Faktor Kognitif

Keakuratan empati berkaitan dengan kecerdasan verbal (bahasa). Orang-orang yang memiliki kecerdasan verbal tinggi akan mudah mengekspresikan perasaan-perasaan dan pikiran-pikirannya sendiri untuk memahami pikiran-pikiran dan perasaan-perasaan orang lain.

c. Faktor Sosial

Individu-individu lebih memungkinkan untuk mengarahkan perhatian mereka terhadap isyarat-isyarat interaksi sosial, termasuk dalam

memahami karakteristik vokal, maka empati yang dilakukan secara akurat dapat memelihara hubungan sosial (Pickett, 2004).

d. Status Sosial Ekonomi

Orang-orang yang berstatus ekonomi rendah kehidupan mereka dipengaruhi oleh karakteristik konteks lainnya, seperti tingkat dukungan yang telah mereka terima. Oleh karena itu, orang-orang dengan status rendah memungkinkan untuk mengubah perhatian mereka dari pengalaman-pengalaman dan pikiran-pikiran personal kepada kondisi lingkungan sekitar.

e. Hubungan Dekat

Para peneliti mengorelasikan antara akurasi empati dengan interaksi suami-istri. Salah satunya disebutkan bahwa akurasi empati memiliki hubungan negatif dengan kekerasan, semakin akurasi empati yang dimiliki maka individu akan semakin jauh dari aktivitas melakukan tindak kekerasan.

B. Tinjauan Teoritis

1. Teori Interaksi Simbolik

"Mind, Self and Society" merupakan karya George Harbert Mead yang paling terkenal (Mead. 1934 dalam West-Turner. 2008: 96), dimana dalam buku tersebut memfokuskan pada tiga tema konsep dan asumsi yang dibutuhkan untuk menyusun diskusi mengenai teori interaksi simbolik.

Tiga tema konsep pemikiran George Herbert Mead yang mendasari interaksi simbolik antara lain:

1) Pentingnya makna bagi perilaku manusia.

Tema pertama pada interaksi simbolik berfokus pada pentingnya membentuk makna bagi perilaku manusia, dimana dalam teori interaksi simbolik tidak bisa dilepaskan dari proses komunikasi, karena awalnya

makna itu tidak ada artinya, sampai pada akhirnya di konstruksi secara interpretatif oleh individu melalui proses interaksi, untuk menciptakan makna yang dapat disepakati secara bersama.

Hal ini sesuai dengan tiga dari tujuh asumsi karya Herbert Blumer (1969) dalam West-Turner (2008: 99) dimana asumsi-asumsi itu adalah sebagai berikut:

1. Manusia bertindak terhadap manusia lainnya berdasarkan makna yang diberikan orang lain kepada mereka.
2. Makna diciptakan dalam interaksi antar manusia.
3. Makna dimodifikasi melalui proses interpretif.

2) Pentingnya konsep mengenai diri

Tema kedua pada interaksi simbolik berfokus pada pentingnya "Konsep diri" atau "*Self-Concept*". Dimana, pada tema interaksi simbolik ini menekankan pada pengembangan konsep diri melalui individu tersebut secara aktif, didasarkan pada interaksi sosial dengan orang lainnya. Tema ini memiliki dua asumsi tambahan, menurut LaRossan & Reitzes (1993) dalam West-Turner (2008: 101), antara lain:

1. Individu-individu mengembangkan konsep diri melalui interaksi dengan orang lain.

2. Konsep diri membentuk motif yang penting untuk perilaku.

3) Hubungan antara individu dengan masyarakat

Tema terakhir pada interaksi simbolik berkaitan dengan hubungan antara kebebasan individu dan masyarakat, dimana asumsi ini mengakui bahwa norma-norma sosial membatasi perilaku tiap individunya, tapi pada akhirnya tiap individu-lah yang menentukan pilihan yang ada dalam sosial kemasyarakatannya. Fokus dari tema ini adalah untuk menjelaskan mengenai keteraturan dan perubahan dalam proses sosial. Asumsi- asumsi yang berkaitan dengan tema ini adalah:

1. Struktur sosial dihasilkan melalui interaksi sosial.

Siregar (2011) dalam jurnal Kajian Tentang Interaksionisme Simbolik menyebutkan definisi singkat dari ketiga ide dasar dari interaksi simbolik, antara lain:

1. Pikiran (*Mind*) adalah kemampuan untuk menggunakan simbol yang mempunyai makna sosial yang sama, dimana tiap individu harus mengembangkan pikiran mereka melalui interaksi dengan individu lain,
2. Diri (*Self*) adalah kemampuan untuk merefleksikan diri tiap individu dari penilaian sudut pandang atau pendapat orang lain, dan teori interaksionisme simbolis adalah salah satu cabang dalam teori sosiologi yang mengemukakan tentang diri sendiri (*The-Self*) dan dunia luarnya

3. Masyarakat (*Society*) adalah jejaring hubungan sosial yang diciptakan, dibangun, dan dikonstruksikan oleh tiap individu ditengah masyarakat, dan tiap individu tersebut terlibat dalam perilaku yang mereka pilih secara aktif dan sukarela, yang pada akhirnya mengantarkan manusia dalam proses pengambilan peran di tengah masyarakatnya.

Manusia akan merespon atau bertindak terhadap sesuatu (simbol) atas dasar pemaknaan, di mana makna tersebut muncul dari proses interaksi satu individu dengan yang lainnya. Atau dengan kata lain interaksionisme simbolik melihat makna akibat penciptaan yang terbentuk melalui aktivitas yang terinterpretasikan saat mereka melakukan interaksi (Putro, 2017).

Interaksi dalam era digital ini berlangsung di media sosial dan aplikasi percakapan. Interaksi yang terjadi dalam bentuk simbol yang diwakilkan dengan meme yang dalam aplikasi percakapan WhatsApp dalam bentuk stiker. Konsep pemikiran (*mind*) dalam interaksi simbolik ini bagaimana individu tersebut bertindak atau memberikan respon berdasarkan pemaknaan yang diberikan terhadap stiker yang mereka dapatkan (Bimo, 2021).

2. Teori Komunikasi Interpersonal

Menurut DeVito (1997:231), Komunikasi Antarpribadi (*interpersonal*) yaitu komunikasi yang berlangsung di antara dua orang yang mempunyai hubungan yang mantap dan jelas. Komunikasi ini yang mempengaruhi elemen-

elemen dan mempunyai kesepakatan, perjanjian untuk mencapai tujuan yang dikehendaki. Harapan dari tujuan tentunya akan merubah pola pikiran dan perilaku menjadi ke arah yang lebih bermanfaat untuk kedepannya. Kesepakatan dalam komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh dua orang atau lebih secara tatap muka untuk mencapai kesepakatan yang akan diperoleh untuk mencapai tujuan.

R. Wayne Pace (1979) mengemukakan bahwa komunikasi antarpribadi atau *communication interpersonal* merupakan proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka dimana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung. (Cangara,1998:32)

Pendapat lain dikemukakan oleh Mulyana (2013:80), Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal Communication*) adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. Dalam penyampaian ide, pesan untuk membina hubungan timbal balik dalam penyampaian informasi.

Effendy (1986) juga mengemukakan bahwa pada hakikatnya Komunikasi Antarpribadi adalah komunikasi antara komunikator dengan komunikan. Komunikasi jenis ini dianggap sangat efektif dalam upaya

mengubah sikap, pendapat, atau perilaku seseorang, karena sifatnya yang dialogis, berupa percakapan. Komunikator mengetahui tanggapan komunikan pada saat komunikasi berlangsung. Komunikator juga mengetahui apakah komunikasi yang dilakukannya itu positif apa negatif, berhasil atau tidak, dan dapat kesempatan pada komunikasn untuk bertanya seluas-luasnya.

2.1 Tujuan Komunikasi Interpersonal

Menurut Yasir Komunikasi Antarpribadi mempunyai tujuan-tujuan yang mana tujuan tersebut tidak selalu dilakukan dengan sadar ataupun dengan satu maksud, tetapi dapat dilakukan dengan tanpa sadar dan tanpa maksud tertentu. Menurut Fajar (2009:78) tujuan Komunikasi Antarpribadi (*interpersonal*) diantaranya:

- a. Mengenal diri sendiri dan Orang lain: Untuk memberikan kesempatan untuk memperbincangkan diri sendiri dan belajar sejauh mana harus membuka diri pada orang lain.
- b. Mengetahui Dunia Luar: Untuk memahami lingkungan secara baik yaitu tentang objek dan kejadian-kejadian orang lain.
- c. Menciptakan dan Memelihara Hubungan Menjadi Bermakna: Untuk menciptakan dan memelihara hubungan sosial dengan orang lain, mengurangi kesepian, dan ketegangan membuat merasa lebih positif tentang diri sendiri.

- d. Mengubah Sikap dan Perilaku: Untuk mempersuasi orang lain melalui Komunikasi Antarpribadi.
- e. Bermain dan Mencari Hiburan: Untuk memperoleh kesenangan karena bisa memberi suasana yang lepas.
- f. Membantu: Untuk menolong dan membantu orang lain mengubah sikap dan perilaku, serta dapat mengenal diri sendiri.

2.2 Fungsi Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal memiliki beberapa fungsi, seperti yang diungkapkan oleh Widjaja (2000:9-10) sebagai berikut :

- a) Informasi : pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta dan pesan opini dan komentar yang dibutuhkan agar dapat dimengerti.
- b) Sosialisai (pemasyarakatan) : penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai masyarakat yang efektif.
- c) Motivasi : mendorong orang menentukan pilihannya dan keinginannya, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar.

- d) Perdebatan dan diskusi : menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah publik.
- e) Pendidikan : pengalihan Ilmu Pengetahuan sehingga mendorong pengembangan intelektual.
- f) Memajukan kebudayaan : penyebaran hasil kebudayaan dan seni dengan maksud melestarikan warisan masa lalu.
- g) Hiburan : penyebarluasan sinyal, simbol, suara dan image dari drama, tari, kesenian dan lain-lain untuk rekreasi, kesenangan kelompok dan individu.
- h) Integrasi : menyediakan bagi bangsa, kelompok dan individu kesempatan untuk memperoleh berbagai pesan yang mereka perlukan agar mereka dapat saling kenal dan mengerti dan menghargai kondisi, pandangan dan keinginan orang lain.

2.3 Unsur-unsur Komunikasi Interpersonal

Beberapa unsur dalam komunikasi interpersonal terdapat unsur penting yang terdapat komponen komunikasi, yang mana unsur itu tidak dapat dipisahkan. Unsur-unsur tersebut menurut Cangara (2006:23-27) adalah:

- a. Sumber (komunikator), semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Sumber sering disebut pengirim, komunikator atau disebut source, sender atau encoder.
- b. Pesan, adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima pesan dapat disampaikan melalui tatap muka atau melalui media komunikasi.
- c. Media, adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima.
- d. Penerima, adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima adalah elemen penting dalam proses komunikasi, karena dialah yang menjadi sasaran proses komunikasi.
- e. Pengaruh atau efek, adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh ini bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang.
- f. Tanggapan balik adalah pesan yang dikirim kembali oleh penerima kepada pembicara. Dalam Komunikasi Antarpribadi selalu melibatkan umpan balik secara langsung. Sering kali bersifat segera, nyata, dan berkesinambungan. Hubungan yang langsung antar sumber dan penerima merupakan bentuk yang unik bagi Komunikasi Antarpribadi (Morissan, 2011: 16).

- g. Lingkungan adalah factor-faktor tertentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi yaitu lingkungan fisik, psikologis, social-budaya dan dimensi waktu.

2.4 Ciri-ciri Komunikasi Interpersonal

Adapun ciri-ciri komunikasi antarpribadi menurut Joseph A.Devito dalam (Liliweri ,1991: 13) mengatakan bahwa ciri Komunikasi Antarpribadi (Interpersonal) yang efektif sebagai berikut:

a. Keterbukaan (*openness*)

Kemauan menanggapi dengan senang hati informasi yang diterima di dalam menghadapi hubungan antarpribadi. Kualitas keterbukaan mengacu pada tiga aspek dari komunikasi interpersonal. Pertama, komunikator interpersonal yang efektif harus terbuka kepada komunikannya. Ini tidaklah berarti bahwa orang harus dengan segera membukakan semua riwayat hidupnya. Memang ini mungkin menarik, tetapi biasanya tidak membantu komunikasi. Sebaliknya, harus ada kesediaan untuk membuka diri mengungkapkan informasi yang biasanya disembunyikan, asalkan pengungkapan diri ini patut dan wajar. Aspek kedua mengacu pada kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang. Orang yang diam,

tidak kritis, dan tidak tanggap pada umumnya merupakan komunikasi yang menjemukan. Bila ingin komunikasi bereaksi terhadap apa yang komunikator ucapkan, komunikator dapat memperlihatkan keterbukaan dengan cara bereaksi secara spontan terhadap orang lain. Aspek ketiga menyangkut kepemilikan perasaan dan pikiran dimana komunikator mengakui bahwa perasaan dan pikiran yang diungkapkannya adalah miliknya dan bertanggungjawab atasnya.

b. Empati (*empathy*)

Empati adalah kemampuan seseorang untuk mengetahui apa yang sedang dialami orang lain pada suatu saat tertentu, dari sudut pandang orang lain, melalui kacamata orang lain itu. Berbeda dengan simpati yang artinya adalah merasakan bagi orang lain. Orang yang berempati mampu memahami motivasi dan pengalaman orang lain, perasaan dan sikap mereka, serta harapan dan keinginan mereka untuk masa mendatang sehingga dapat mengkomunikasikan empati, baik secara verbal maupun non-verbal. Henry Backrack (1976) mendefinisikan empati sebagai kemampuan seseorang untuk mengetahui apa yang sedang dialami orang lain pada suatu saat tertentu, dari sudut pandang orang lain itu, melalui kacamata orang lain itu.

c. Dukungan (*supportiveness*)

Situasi yang terbuka untuk mendukung komunikasi berlangsung efektif. Hubungan interpersonal yang efektif adalah hubungan dimana terdapat sikap mendukung. Individu memperlihatkan sikap mendukung dengan bersikap deskriptif bukan evaluatif, spontan bukan strategik.

d. Sikap Positif (*positiveness*)

Seseorang harus memiliki perasaan positif terhadap dirinya, mendorong orang lain lebih aktif berpartisipasi, dan menciptakan situasi komunikasi kondusif untuk interaksi yang efektif.

3. Interpersonal Mediated Communication

Komunikasi interpersonal, dalam istilah yang sangat sederhana, dapat didefinisikan sebagai proses pengiriman dan penerimaan informasi antara dua orang atau lebih. Komunikasi termediasi, disisi lain, adalah proses dimana pesan, atau informasi, ditransmisikan melalui semacam media. Artinya komunikasi dapat terjadi melalui televisi, surat kabar, radio, dan perangkat media lainnya. Penggunaan komunikasi interpersonal dan termediasi untuk mengembangkan dan memelihara hubungan. Perbedaannya adalah bahwa komunikasi antarpribadi adalah antara dua orang atau lebih, sedangkan

komunikasi yang dimediasi biasanya diciptakan untuk mengembangkan atau memelihara hubungan antara suatu organisasi dengan publiknya.

Setelah revolusi industri 4.0, teknologi terus berkembang. Hampir semua aktivitas manusia kini menggunakan teknologi dalam pekerjaannya, mulai dari pendidikan, ekonomi, politik hingga kesehatan. Komunikasi juga memiliki signifikansi berpengaruh pada perkembangan teknologi. Komunikasi kini bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun dengan siapapun tanpa memandang jarak dan waktu.

Komunikasi di dunia maya mendukung komunikasi interpersonal dari satu orang ke orang lain dan dapat menyebarkan pesan atau informasi ke publik. Ini terjadi karena pengguna lebih mengontrol Internet secara langsung; pengguna menentukan aktivitas yang dilakukan, sehingga interaktivitasnya lebih tinggi. Interaksi yang terjadi juga melibatkan komunikasi asinkron yang tidak dilakukan secara bersamaan, tidak tatap muka, dan jeda dalam umpan balik. Dan juga melibatkan komunikasi sinkron yang terjadi secara real-time, dapat dilakukan melalui tatap muka video conference, dan feedback yang diterima langsung dirasakan oleh yang berinteraksi berpesta.

Komunikasi antara pengguna media sosial atau media interaktif adalah intim bahkan jika pengguna tidak bertemu secara langsung. Biasanya, mereka terikat oleh minat atau kesukaan yang sama untuk membentuk

komunitas virtual. Komunitas virtual juga memiliki tingkat keakraban yang tinggi karena tidak lagi dibatasi oleh ruang dan waktu. Komunikasi antarpribadi yang dibangun di dunia maya juga memiliki tingkat yang tinggi keintiman karena meskipun mereka tidak mengetahui identitas asli pengguna, mereka sering berbagi cerita hidup.

Walther (2011) menyatakan bahwa sebenarnya komunikasi melalui komputer dapat berlangsung seefektif komunikasi tatap muka jika dapat mengoptimalkan dua aspek pendukung, yaitu isyarat verbal, dan isyarat temporal.

a. Isyarat Verbal

Teori Pemrosesan Informasi tidak berpendapat bahwa Computer-Mediated Communication (CMC) memiliki keterbatasan isyarat nonverbal. Teori ini menyatakan bahwa pesan yang diketik pada media komputer adalah setara dengan isyarat verbal pada media tatap muka. Namun, teori ini membantah klaim itu karena kekurangannya akan membuat CMC tidak berguna dalam membentuk impresi dan membangun hubungan. Teori pemrosesan informasi percaya bahwa individu dapat beradaptasi dengan keterbatasan yang ada pada CMC dengan menggunakan isyarat verbal secara maksimal untuk menyampaikan pesan sosial informasi dan pesan relasional.

b. Isyarat Temporal

Teori Pengolahan Informasi Sosial juga menyatakan bahwa temporal atau lamanya waktu komunikator harus bertukar pesan adalah pengaruh utama pada jenis hubungan yang terbentuk. Logikanya, jika komunikator hanya memiliki satu saluran untuk digunakan untuk komunikasi melalui CMC maka akan memakan waktu lebih lama dibandingkan dengan media tatap muka mencapai tujuan yang sama (membangun hubungan).

Walther berpendapat bahwa ketika komunikator diberikan waktu yang terbatas untuk bertukar pesan maka yang terjadi adalah hubungan impersonal. Ini karena tidak ada kedekatan atau hubungan yang erat antara individu-individu yang terlibat. Sebaliknya, ketika individu diizinkan untuk bertukar pesan tanpa kendala waktu, Walther memprediksi itu hubungan interpersonal termediasi dibangun menunjukkan tingkat perkembangan hasil akan sebanding dengan yang dikembangkan oleh komunikasi tatap muka.

C. Penelitian yang Relevan

Pembahasan mengenai penggunaan stiker pada aplikasi chat seperti whatsapp dalam komunikasi saat ini telah menjadi topik penelitian dan pembahasan dalam berbagai disiplin keilmuan. Sastra, psikologi, maupun ilmu komunikasi.

Di Indonesia, artikel mengenai penggunaan stiker pada aplikasi chat sudah banyak dijumpai. Seperti yang dilakukan oleh D Tandyonomanu dan Tsuroyya dalam penelitian nya berjudul *“Emoji: Representations of Nonverbal Symbols in Communication Technology”* (www.scholar.google.com). Rifqi Fauzi melakukan penelitian berjudul *“Perubahan Budaya Komunikasi pada Pengguna Whatsapp di Era Media Baru.”* (repository.unhas.ac.id). Kemudian pada 2021 Aryo Bimo meneliti *“Pemaknaan Meme Stiker Whatsapp Sebagai Bentuk Ekspresi Milenial”* (www.jos.unsoed.ac.id). Theofilus, L. E., Studi, P., Komunikasi, I., & Jaya, U. P. (2020). *Pengaruh Penggunaan Fitur Stiker Whatsapp Terhadap Kepuasan Pengguna Whatsapp.*

D. Kerangka Konseptual

Seperti yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, bahwa penelitian ini akan membahas mengenai penggunaan stiker Whatsapp sebagai representasi ungkapan belasungkawa dan pergeseran esensi rasa empati pada era baru berkomunikasi di Indonesia. Hal ini merupakan konsekuensi logis dimana perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat pesat juga mempengaruhi komunikasi interpersonal individu yang saat ini justru lebih banyak dilakukan lewat *handphone*.

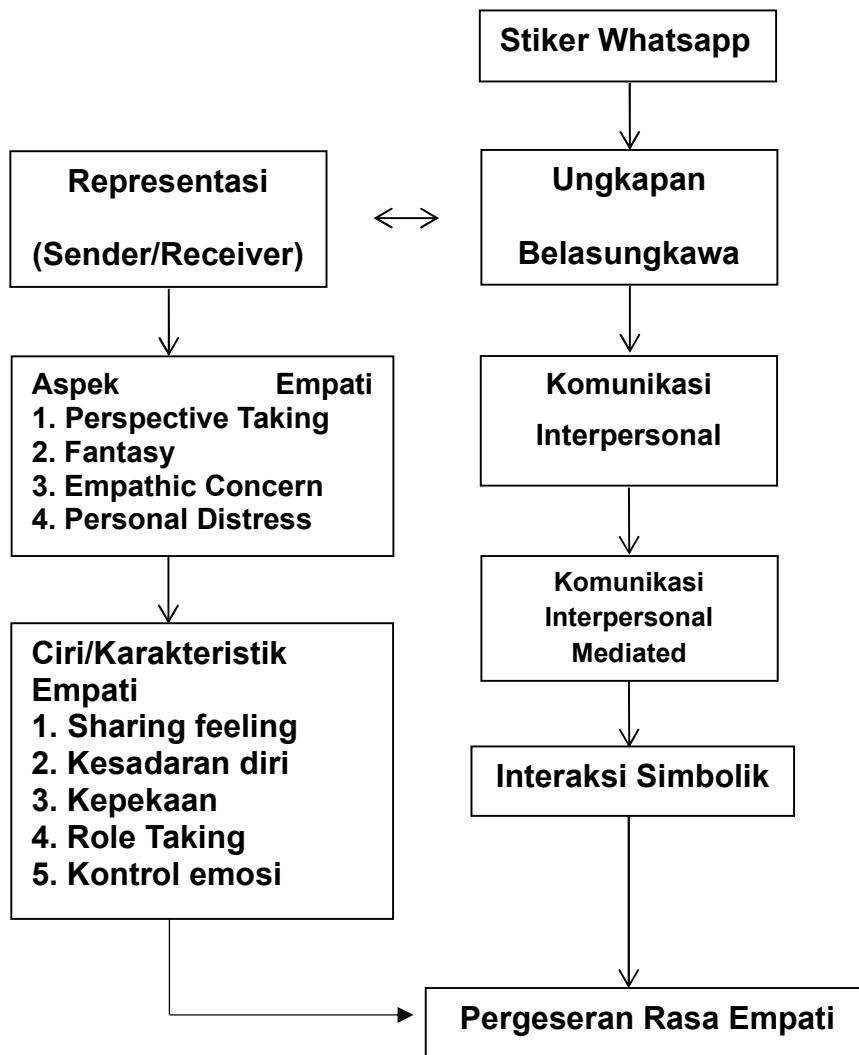
Kerangka pikir diperlukan untuk memberikan gambaran penelitian yang dilakukan sehingga mendapatkan hasil yang baik. Dalam hal ini peneliti berfokus pada penggunaan stiker Whatsapp sebagai representasi ungkapan

belasungkawa dan pergeseran esensi rasa empati pada era baru berkomunikasi di Indonesia.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang diteliti, yaitu:

1. Variabel bebas (*independent variable*) yang diwakili oleh X yaitu penggunaan stiker whatsapp sebagai representasi ungkapan belasungkawa.
2. Variabel terikat (*dependent variable*) yang diwakili oleh Y yaitu pergeseran rasa empati.

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, landasan teori serta variabel-variabel yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dikemukakan alur pikir untuk menjelaskan masalah yang dijadikan kerangka pikir pada penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 1. Diagram Alur Kerangka Pikir Penelitian

E. Hipotesis

Berdasarkan teori yang telah dijelaskan pada tinjauan pustaka diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah diduga terdapat pengaruh penggunaan stiker whatsapp sebagai representasi ungkapan belasungkawa terhadap pergeseran rasa empati di era new media.

F. Definisi Operasional Variabel

Defenisi operasional variabel merupakan petunjuk tentang bagaimana suatu variabel diukur. Dengan adanya defenisi operasional dalam suatu penelitian maka dapat diketahui pengukuran suatu variabel. Berikut defenisi operasional dalam penelitian ini:

1. Variabel Independen (X): Penggunaan Stiker WhatsApp sebagai Representasi Ungkapan Belasungkawa

Definisi Operasional:

Penggunaan stiker WhatsApp dalam komunikasi belasungkawa mengacu pada cara individu menggunakan stiker sebagai pengganti atau pelengkap teks dalam menyampaikan simpati terhadap orang yang berduka.

Indikator:

Indikator pada variabel X pada penelitian ini diantaranya; frekuensi penggunaan stiker dalam pesan belasungkawa, Preferensi pengguna dalam memilih stiker dibanding teks atau emoji, dan intensitas penggunaan dalam satu percakapan belasungkawa yang diramu dalam 11 pertanyaan pada kuesioner.

Skala Pengukuran:

Skala pengukuran pada penelitian ini diantaranya; Frekuensi penggunaan: Ordinal (Rendah, Sedang, Tinggi) dan Preferensi serta intensitas: Skala Likert (1–5).

2. Variabel Dependen (Y): Pergeseran Rasa Empati

Definisi Operasional:

Pergeseran rasa empati mengacu pada perubahan dalam cara individu merasakan dan mengekspresikan empati akibat penggunaan stiker dalam komunikasi belasungkawa di media digital.

Indikator:

Indikator pada variabel dependen (Y) ini diantaranya; Efektivitas komunikasi empati melalui stiker dibanding teks, Kesan emosional penerima pesan (misalnya, apakah merasa didukung atau kurang dihargai), Perubahan pola

interaksi emosional akibat media digital pada aspek empati. Indikator pada variabel pergeseran rasa empati ini diramu dalam 13 pertanyaan pada kuesioner.

Skala Pengukuran:

Mengukur efektivitas komunikasi empati, kesan emosional penerima melalui aspek empati menggunakan Skala Likert (1–5). Dan untuk frekuensi perubahan pola interaksi emosional: Ordinal (Rendah, sedang, tinggi).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Instrument dalam metode survei ini adalah kuesioner dalam bentuk google form untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi, menggunakan angka dalam proses perhitungan dan analisis hasil penelitian dengan tujuan membuktikan hipotesis yang dibuat.

B. Lokasi dan Waktu

Penelitian ini dilakukan melalui media Whatsapp. Pengumpulan data oleh peneliti akan dilakukan di Makassar dengan mengumpulkan hasil survei pengguna dan penerima pesan belasungkawa menggunakan stiker Whatsapp. Adapun waktu penelitian akan berlangsung sekitar dua bulan terhitung November 2023 hingga Februari 2024.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono. 2014). Dalam penelitian ini, populasi yang akan diteliti adalah penduduk Kota Makassar.

Menurut We Are Social jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 205 juta pada Januari 2022 atau sekitar 73,7% dari total penduduk Indonesia.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin diteliti oleh peneliti. Sehingga sampel merupakan bagian dari populasi yang ada dan untuk menentukan sampel harus menggunakan cara tertentu yang didasarkan oleh pertimbangan-pertimbangan yang ada. Teknik yang dipakai dalam penelitian ini adalah *probability sampling*. Teknik ini adalah teknik penentuan sampel yang memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode yang digunakan adalah *stratified random sampling*, yaitu pengambilan sampel acak bertingkat atau disebut sampel acak proporsional dengan pengelompokan kedalam klasifikasi yang berbeda. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah:

1. Pengguna aktif aplikasi WhatsApp
2. Mengalami momen krusial berupa kedukaan atau kehilangan keluarga inti atau dekat selama rentang waktu 1 Januari 2022 hingga penelitian ini dilakukan.
3. Pernah mengirim stiker whatsapp **“Turut berduka cita / Innalillah Wa Innalillahi Rojiun / Rest In Peace”** pada percakapan grup maupun pesan pribadi aplikasi whatsapp.

4. Pernah menerima stiker whatsapp **“Turut berduka cita / Innalillah Wa Innalillahi Rojiun / Rest In Peace”** pada percakapan grup maupun pesan pribadi aplikasi whatsapp.
5. Pengguna whatsapp (kriteria poin1-4) dengan keterwakilan dari setiap generasi (Baby boomers, Gen X, Gen Y atau Milenials, dan Gen Z.

Dalam menentukan besar sampel yang diperlukan, peneliti menggunakan rumus Slovin (Siregar, 2013;34) yakni sebagai berikut:

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

dengan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = tingkat kesalahan

Kota Makassar Dalam Angka Tahun 2022 yang dirilis Badan Pusat Statistik, jumlah penduduk di Makassar berusia 12 tahun keatas sebanyak 1,199,386 jiwa. Jumlah penduduk ini akan menjadi populasi dari penelitian ini. Penelitian ini menggunakan tingkat kesalahan sebesar 5%, sehingga jumlah sampel yang dibutuhkan adalah:

$$n = \frac{1.199.386}{\frac{1.199.386 * (5\%)^2 + 1}{1.199.386}}$$

$$1.199.386 * 0.0025 + 1$$

$$n = \frac{1.199.386}{2.998 + 1}$$

$$n = \frac{1.199.386}{2.999}$$

$$n = 399,92 \text{ dibulatkan menjadi } 400$$

Pada penelitian ini, peneliti akan memberikan kuisioner kepada 400 responden yang nantinya akan mewakili hasil penelitian dari total populasi yang ada dengan *margin of error* 5%.

Selanjutnya rerponden diklasifikasikan berdasarkan generasi:

1. Baby Boomers (1946 - 1964) berusia 55 tahun keatas sebanyak 191.237, maka sampelnya:

$$\frac{191.237}{1.199.386} \times 400 = 64 \text{ Sampel}$$

2. Generasi X (1965 - 1976) berusia antara 45 - 54 tahun sebanyak 162.075, maka sampelnya:

$$\frac{162.075}{1.199.386} \times 400 = 54 \text{ Sampel}$$

3. Generasi Y atau Milenial (1977 -1994) berusia antara 30 - 44 tahun sebanyak 330.768, maka:

$$\frac{330.768}{1.199.386} \times 400 = 110 \text{ Sampel}$$

4. Generasi Z (1995 - 2010) berusia antara 12 - 29 tahun sebanyak 515.306, maka:

$$\frac{515.306}{1.199.386} \times 400 = 172 \text{ Sampel}$$

$$1.199.386$$

D. Instrumen Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu:

1. Data Primer adalah data yang digunakan secara langsung dengan menggunakan teknik :

- a. Kuesioner, merupakan teknik pengumpulan data yang diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuesioner/angket. Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan google forms yang diajukan kepada responden. Bentuk kuesioner yang digunakan adalah angket langsung tertutup dengan pertanyaan pertanyaan tipe skala likert. Dalam skala likert menggunakan lima kategori sebagai berikut:

1. Sangat Setuju = 5

2. Setuju = 4

3. Kurang Setuju = 3

4. Tidak setuju = 2

5. Sangat tidak setuju = 1

- b. Observasi, merupakan teknik yang digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh dengan melihat dan mengamati secara langsung sehingga data yang diperoleh akan lebih lengkap dan valid.

2. Data Sekunder adalah data yang diperoleh melalui kajian pustaka, tesis dan skripsi, jurnal, prosiding dan khususnya data yang berkaitan dengan penelitian mengenai stiker Whatsapp

E. Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Uji validitas dapat dilakukan dengan menghitung korelasi antara masing-masing pernyataan dengan skor total dengan menggunakan rumus teknik korelasi “*product moment*” yang terdapat dalam program SPSS versi 26, yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n\sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{(n\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n\sum y_i^2 - (\sum y_i)^2)}}$$

Dimana, r_{xy} : Koefisien korelasi

X_i : Jumlah skor item

Y_i : Jumlah skor total (seluruh item)

N : Jumlah responden

Menurut Sugiyono (2018), mengatakan bila koefisien korelasi sama dengan 0,5 atau lebih (paling kecil 0,5). Maka butir instrument dinyatakan valid. Sehingga kriteria pengambilan keputusan dalam uji validitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. $r \text{ hitung} \geq \text{kritis (0,5)}$, maka dinyatakan valid
- b. $r \text{ hitung} \leq \text{kritis (0,5)}$, maka dinyatakan tidak valid.

Selanjutnya, uji reliabilitas adalah uji untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dan variabel. Apabila suatu alat ukur memberikan hasil yang stabil maka alat ukur itu handal. Hasil ukur itu diterjemahkan dengan koefisien keandalan yaitu derajat kemampuan alat untuk mengukur perbedaan-perbedaan individu yang ada. Keandalan itu perlu, sebab data yang tidak andal atau biasa tidak dapat diolah lebih lanjut. Pengukuran dilakukan sekali dan reliabilitas dengan uji statistic Cronbach Alpha (α).

Cara menghitung tingkat reliabilitas suatu data yaitu dengan menggunakan rumus Cronbach Alpha.

Rumus penghitungannya adalah sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{k \cdot r}{1 + (r - 1) k}$$

Dengan, α : Koefisien reliabilitas

k : Jumlah item per variabel x

r : Mean korelasi antar item

Untuk menguji tingkat reliabilitas instrument dalam penelitian ini menggunakan koefisien Cronbach Alpha, dengan taraf signifikan 0,05 ($\alpha=5\%$). Menurut Sekaran dalam Helmin (2013), nilai koefisien Cronbach Alpha dikatakan baik jika mempunyai koefisien antara 0,60 sampai 1,00. Sehingga kriteria pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Jika Koefisien Cronbach Alpha $\geq 0,60$, dinyatakan reliabel
- b) Jika Koefisien Cronbach Alpha $\leq 0,60$, dinyatakan tidak reliabel

2. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independent (X) dengan variabel dependen (Y). analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah positif atau negatif. Analisis regresi linear sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan

- Y : variabel terikat (Pergeseran Rasa Empati)
- X : variabel bebas (Penggunaan stiker Whatsapp sebagai representasi)
- a : nilai *intercept* (konstan) atau harga Y bila X = 0
- b : koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel *dependent* yang didasarkan pada variabel *independent*. Bila b (+) maka naik, bila b (-) maka terjadi penurunan.

3. Analisis Koefisien Korelasi (R)

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Tabel 3.1 Kriteria Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi adalah bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dan dapat menentukan arah dari kedua variabel. Untuk kekuatan hubungan, nilai koefisien korelasi berada di antara -1 dan 1, sedangkan untuk arah dinyatakan dalam bentuk positif (+) dan negatif (-).

4. Analisis Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Koefisien determinasi merupakan angka untuk menyatakan atau untuk digunakan untuk mengetahui kontribusi yang diberikan oleh sebuah variabel indepen atau lebih (X) terhadap variabel dependen (Y). Koefisien determinasi adalah mengukur seberapa besar kemampuan variabel independent dalam mempengaruhi variabel dependen. Semakin besar koefisien determinasi maka

semakin baik kemampuan variabel independent mempengaruhi variabel dependen. Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Dimana, Kd = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui apakah koefisien regresi signifikan atau tidak pada masing-masing variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Uji hipotesis menggunakan uji t. Rumus uji t adalah sebagai berikut:

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana, r : koefisien korelasi

N : jumlah data