

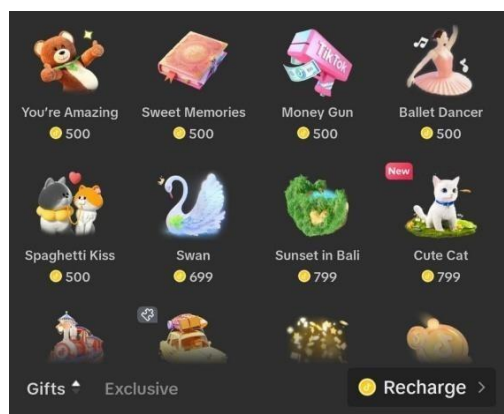
BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini kita memasuki era modern, segala sesuatunya sangatlah mudah untuk berhubungan dengan teknologi dan komunikasi. Dari perkembangan yang kompleks saat ini, muncullah inovasi-inovasi komunikasi baru yang semakin memudahkan semua orang dalam berkomunikasi, termasuk *smartphone*. *Smartphone* ini merupakan sebuah inovasi yang tidak bisa dipisahkan dari masyarakat saat ini. masyarakat dimanapun dan kapanpun, mereka sangat membutuhkan *smartphone* untuk beraktivitas. Oleh karena itu, masyarakat harus terus mengikuti arus perkembangan teknologi yang semakin modern. Teknologi digital memungkinkan manusia berinteraksi melalui perantara medium baru seperti yang kita kenal dengan medial sosial seperti Instagram, Tik-tok, Twitter dan juga aplikasi percakapan seperti LINE, Telegram dan WhatsApp.

Untuk mencapai suatu komunikasi yang terbilang lebih efektif maka kita memerlukan sebuah perantara dalam melakukan komunikasi tersebut, dan perantara itu adalah media. menurut pendapat dari vardiansyah (2004; 24) media komunikasi dapat diartikan sebagai suatu alat perantara yang sengaja dipilih pengguna penyampai pesan (komunikator) untuk mengirimkan pesannya agar sampai ke penerima pesan (komunikan). dalam berinteraksi dengan menggunakan media sosial sebagai perantaranya, maka tidak sama rasanya dengan berkomunikasi bertatap muka ataupun kontak fisik. Dalam berkomunikasi secara langsung tidak memiliki hambatan atau gangguan apapun dalam berinteraksi, beda halnya dengan berkomunikasi melalui perantara media sosial yang banyak memiliki hambatan atau gangguannya, seperti jaringan, ataupun pesan yang tidak ada timbal baliknya.

Seiring perkembangan media sosial sebagai teknologi digital yang memberikan solusi kepada masyarakat agar bisa berkomunikasi jarak jauh. Dilansir dari *Kompas.com* dalam artikelnya menjelaskan media sosial Menurut Merriam Webster, pengertian media sosial adalah bentuk komunikasi elektronik seperti situs web untuk jejaring sosial dan *microblogging* di mana pengguna membuat komunitas *online* untuk berbagi informasi, ide, pesan pribadi, dan konten lainnya seperti video. TikTok adalah aplikasi yang paling banyak diunduh dengan 45,8 juta penayangan. Tren ini lebih tinggi dibandingkan aplikasi populer lainnya seperti Youtube, Whatsapp, Facebook dan Instagram (Fatimah Kartini Bohang, 2018). Aplikasi Tiktok berasal dari negeri tiongkok diluncurkan pada awal september tahun 2016 oleh seorang pengusaha bernama Zhang Yiming yang sekaligus pendiri dari sebuah perusahaan berbasis teknologi yaitu ByteDance. Menurut laporan Firma Riset Statista, jumlah pengguna Tiktok di Indonesia mencapai angka 117 juta pengguna per April 2023. Fitur stiker di Tiktok memungkinkan pengguna untuk berbagi grafis menarik dalam DM ataupun siaran langsung di Tiktok. TikTok juga menawarkan opsi serupa yang memungkinkan pengguna untuk berkreasi. aplikasi Tiktok dapat dijadikan sebagai media untuk berkomunikasi dan media untuk mencari pengetahuan baru.



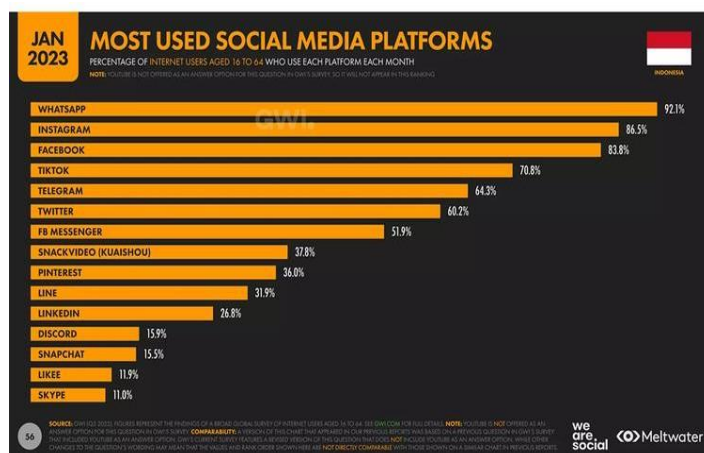
Gambar 1: Stiker hadiah Tik-tok Live

Selain Tiktok sebagai media sosial yang bisa memudahkan seorang untuk mendapatkan informasi, terdapat pula Instagram sebagai media sosial yang banyak digunakan orang-orang untuk mendapatkan informasi baik itu yang bersifat publik ataupun individual. Instagram sendiri pertama kali ditemukan oleh Michel Krieger dan Kevin Systrom pada tahun 2010. Mulanya, Instagram adalah *platform* untuk berbagi foto. Namun dalam perkembangannya banyak dilakukan pembaruan seperti fitur berbagi video,

instastory, dan *avatar* yang membuat nama media sosial ini semakin mendapat banyak pengguna. Dilansir dari *dataindonesia.id* berdasarkan data Napoleon Cat, ada 116,16 juta pengguna Instagram di Indonesia hingga Agustus 2023. Jumlah tersebut meningkat 6,54% dibandingkan pada bulan sebelumnya yang sebanyak 109,03 juta pengguna. Tidak jauh berbeda dengan facebook, Instagram punya *Avatar* sebagai fitur agar membuat penggunanya dapat mewakili diri sendiri untuk muncul di media sosial. Selain digunakan sebagai foto profil di Instagram, *Avatar* juga sering digunakan untuk mengekspresikan perasaan ataupun respons dalam percakapan *direct message*, pengguna dapat memulai percakapan dengan *Avatar* tersebut dan membuat suasana percakapan lebih seru serta menyenangkan.

Salah satu media sosial *Whatsapp* yang sekarang menjadi aplikasi media sosial terbanyak digunakan di Indonesia sebagai sarana komunikasi yang memungkinkan masyarakat dapat berkomunikasi jarak jauh. Dikutip dari artikel *Biro Administrasi Mutu Akademik dan Informasi Universitas Medan Area*, *Whatsapp* didirikan pada tahun 2009 oleh Brian Acton dan Jan Koum, dua mantan karyawan Yahoo. Dengan visi untuk menyediakan solusi komunikasi yang sederhana dan efisien, mereka menciptakan *Whatsapp* sebagai alternatif pengganti SMS tradisional dengan biaya yang lebih rendah atau bahkan gratis. Aplikasi ini pertama kali diluncurkan untuk pengguna iphone pada tahun 2009, dan kemudian diperluas untuk mendukung platform Android, BlackBerry, Windows Phone, dan lainnya (BAMAI UMA;2023).

Dilansir dari website *databoks.katadata.co.id* Indonesia masuk keposisi ketiga dengan jumlah 112 juta pengguna *whatsapp* setelah India yang berada diposisi pertama dan Brasil diposisi kedua serta dilanjutkan oleh Amerika Serikat yang berada diposisi keempat (Erlina F; 2023). Sejalan dengan itu, mengutip *goodstats.id* aplikasi yang berfungsi sebagai pengirim pesan pada ponsel pintar, *Whatsapp* menjadi media sosial dengan pengguna tertinggi di Indonesia sepanjang 2022. *Whatsapp* dipakai oleh sekitar 92,1% warganet Indonesia berusia dari 16 hingga 64 tahun (Raihan H;2023). Dari penjelasan data diatas maka *Whatsapp* layak menjadi salah satu media yang digunakan oleh mahasiswa untuk berkomunikasi baik itu sesama teman, ataupun berkomunikasi dengan dosen dan keluarga. Dari data tersebut juga dapat diketahui bahwa masyarakat Indonesia sudah mengenal aplikasi tersebut dengan nyaman untuk digunakan.



Gambar 2: Data Grafik Media Sosial yang Sering Digunakan Di Indonesia Pada Tahun 2022 (Sumber: tekno.kompas.com 2021)

Aplikasi percakapan *Whatsapp* digunakan untuk berinteraksi baik dengan orang jauh maupun dekat. Walaupun terkadang menggunakan media sosial akan menjauhkan yang dekat dan mendekatkan yang jauh. Meskipun aplikasi *Whatsapp* tidak sepopuler sekarang, dulu orang banyak menggunakan aplikasi percakapan seperti Line, BBM dan Facebook untuk berkomunikasi. Seiring berjalanya waktu *Whatsapp* kini menjadi pilihan alternatif dan banyak digunakan baik dikalangan anak muda, maupun orang dewasa dalam berinteraksi. Pada masa kini *Whatsapp* bukan lagi hanya sebagai wadah untuk mengirim pesan teks, tetapi perkembangannya membuat fitur untuk bisa mengirim pesan suara (*Voice Note*), panggilan video (*Video Call*), mengirim gambar/foto, mengirim *Emoticon*, dan yang populer saat ini adalah menggunakan stiker.



Gambar 3: Stiker Instagram

Hasil observasi diaplikasi media sosial penggunaan stiker pada media sosial menjadi sesuatu yang paling sering dijumpai saat seseorang *Chatting* Agar memudahkan pengguna mengekspresikan pesan yang ingin disampaikan. Penggunaan stiker dalam media sosial ini menjadi sering digunakan karena menyediakan berbagai macam bentuk, seperti stiker-stiker lucu dan bisa juga menggunakan tokoh kartun, ekspresi wajah, dll. Fitur Stiker ini umum dijumpai dalam aktivitas *Chatting* ataupun respon pada kolom komentar suatu Postingan untuk menghidupkan suasana didalam pesan dan juga memberi hiburan tersendiri bagi para penggunanya. Dilansir dari *Kompas.com*, penggunaan stiker di *Whatsapp* hadir pada pertengahan tahun 2018 dengan tampilan yang menarik dan lebih ekspresif. Bahkan para pengembang *Whatsapp* mengemukakan bahwa, stiker merupakan salah satu cara berkomunikasi yang paling sering digunakan dan terus berkembang di platform *Whatsapp* (*Kompas.com*;2018).

Meskipun cukup memudahkan dan banyak digunakan oleh pengguna media sosial, namun penggunaan stiker juga tetap memiliki dampak negatif dari penggunaannya.. Dampak negatif dari penggunaan stiker adalah timbulnya pemahaman yang ditangkap berbeda oleh orang yang menerima pesan dengan apa yang sebenarnya ingin disampaikan oleh orang yang mengirim pesan, sehingga mudah membuat orang tersinggung dan selain itu seseorang hanya fokus untuk mengirim pesan stiker saja sehingga tidak menutup kemungkinan para pengguna *Whatsapp* sudah jarang untuk menyampaikan pesannya secara tertulis.

Dalam hal ini penggunaan media sosial dikalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin jelas memudahkan komunikasi baik itu sesama teman, pacar, keluarga, ataupun dosen. Tak jarang pula Media sosial juga menjadi alat untuk mencari informasi seperti jadwal dan tempat perkuliahan yang disatukan lewat fitur *Grup chat* di *Whatsapp* dengan dosen pengampuh. Menurut laporan dari *We Are Social* jumlah pengguna aktif Media sosial di Indonesia sebanyak 167 juta orang pada Januari 2023. Jumlah tersebut setara dengan 60,4% dari populasi di dalam negeri. Dari data tersebut menjelaskan bahwa hampir sebagian mahasiswa FISIP Unhas juga menggunakan Media sosial sebagai alat komunikasi ataupun untuk mencari informasi. Berdasarkan observasi awal penggunaan stiker dalam berkomunikasi secara digital melalui Media sosial juga diminati banyak mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin agar lebih mudah mengekspresikan perasaan apa yang tak bisa tersampaikan secara tertulis. Meskipun tetap perlu diperhatikan dalam menggunakan media sosial sebagai perantara untuk berkomunikasi, terdapat banyak sekali hambatan-hambatan yang akan sering dijumpai ketika berkomunikasi melalui media sosial, diantaranya jaringan atau koneksi internet yang tidak lancar, tidak adanya respon dari penerima pesan, dan kesalahpahaman dari maksud pesan yang diterima.

Penelitian berfokus kepada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin untuk melihat dan mengetahui serta menganalisis keefektifan dan seberapa sering mahasiswa menggunakan stiker kepada teman, keluarga ataupun dosen dalam aktivitasnya di Media sosial Selain hal tersebut stiker sering diidentikkan dengan hal-hal yang memudahkan dalam menyampaikan emosi dari pesan yang ingin disampaikan, maka peneliti ingin melihat apakah terdapat mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin yang secara pribadi lebih banyak membuat sekaligus menggunakan stiker dalam mengirim pesan ke sesama teman, keluarga atau dosen. Sehingga peneliti ingin mengetahui apa yang mendorong mahasiswa untuk melakukan komunikasi melalui Media Sosial dengan menggunakan stiker. Selain itu alasan peneliti mengambil mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin adalah karena kedekatan peneliti terhadap objek penelitian sehingga

memudahkan kelancaran penelitian dan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin sebagai fakultas yang mempelajari mengenai perkembangan-perkembangan teknologi.

Beberapa mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin sering membuat, ataupun mengirim stiker dan juga stiker-stiker yang telah dikirim tersebut akan disimpan sebagai koleksi, dan kemudian dikirim kembali sesuai konteks ekspresi pesan yang ingin disampaikan. Sehingga hal tersebut sudah bisa menjadi perwakilan perasaan yang ingin ditunjukkan oleh pengguna kepada lawan bicaranya. Hal tersebutlah yang membuat mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin menggunakan stiker pada Media sosial seperti Whatsapp, Instagram, dan Facebook, selain bisa dijadikan koleksi, penggunaan stiker di Media Sosial juga mengembangkan kreatifitas pengguna dalam membuat stiker-stiker yang menarik sehingga bisa disimpan oleh penerimanya sebagai koleksi, selain itu stiker juga menghibur dan menjadi salah satu alternatif yang bisa mewakili ekspresi seseorang. Dalam penelitian yang akan dilakukan, peneliti akan meneliti dan berfokus kepada penelitian stiker berupa gambar dan tulisan yang menunjukkan ekspresi dan peneliti ingin melihat seberapa efektif dan seberapa sering mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin dalam membuat, mengoleksi atau mengirim pesan stiker kepada sesama teman, keluarga dan dosen.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Peran Stiker Dalam Memperkuat Pola Interaksi Mahasiswa Fisip Unhas Di Media Sosial ?
2. Bagaimana Pemaknaan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Terhadap Penggunaan Stiker Di Media Sosial ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Penggunaan Stiker Di Media Sosial Oleh Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.
2. Untuk menganalisis Pemaknaan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Terhadap Penggunaan Stiker Di Media Sosial.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Manfaat akademis dalam penelitian ini adalah sebagai media referensi untuk para peneliti selanjutnya yang akan menggunakan konsep dan dasar penelitian yang sama, yaitu pemaknaan dan media sosial.

Selain itu manfaat akademis lainnya adalah untuk dapat terus menciptakan dan mengembangkan teknologi yang ada, sehingga dapat membantu para generasi yang akan datang tentang penggunaan teknologi komunikasi dengan praktis.

2. Manfaat praktis

- a. Penelitian ini menjadi pertimbangan untuk semua khalayak dalam menggunakan dan memanfaatkan media tersebut dengan baik sebagai alat komunikasi.
- b. Secara praktis agar dapat membantu akademis lainnya dalam penelitian yang ada kaitannya dengan masalah komunikasi yang menggunakan media dan menjadi suatu referensi kedepannya.

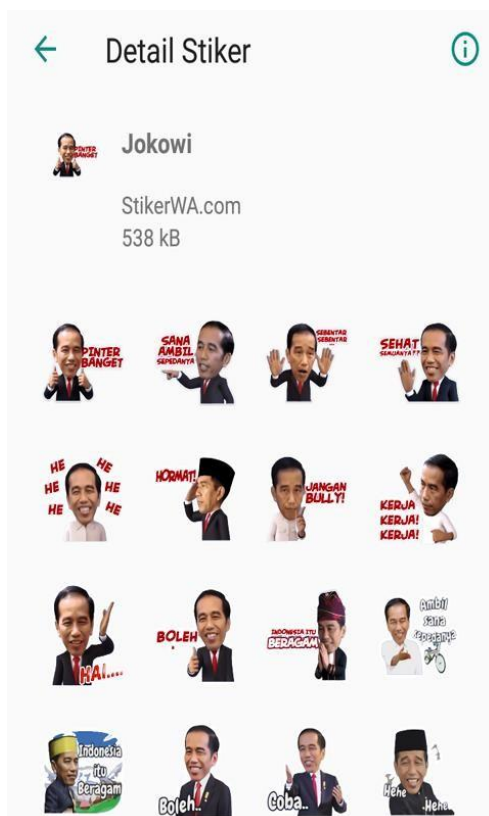
E. Peran Stiker sebagai Bentuk Interaksi Sosial

Manusia adalah makhluk sosial yang tidak bisa hidup sendiri dan interaksi adalah sebuah kebutuhan utama manusia dalam hidupnya. Kehidupan manusia akan semakin dinamis, membuat dirinya tidak bisa lagi berada pada satu titik, karena manusia butuh untuk berinteraksi. Interaksi yang berlangsung ke orang-orang membuat manusia dinamis dalam memperoleh pengetahuan baru.

Sejak awal perkembangan sosiologi sebagai disiplin ilmu pengetahuan. Interaksi sosial menjadi salah satu fokus studi para ahli. Interaksi sosial menurut Soerjono Soekanto (1955:2017) merupakan hubungan-hubungan sosial yang dinamis yang menyangkut hubungan antara orang-perorangan, antara kelompok-kelompok manusia, maupun antara perorangan dengan kelompok manusia. Jika kedua orang bertemu, interaksi akan berlangsung dalam bentuk saling bertegur sapa, berbicara atau bahkan hanya saling menukar tanda-tanda. Proses-proses sosial tersebut adalah cara-cara berhubungan yang dapat dilihat apabila individu dan kelompok saling berkomunikasi dan terjalin hubungan yang pengaruhnya bersifat timbal-balik seperti hubungan kerja sama, persaingan atau bahkan pertikaian.

Interaksi sosial sebagai fokus studi dalam sosiologi mengalami perkembangan pada abad 21 ini, interaksi sosial tidak hanya dapat terjadi secara langsung, melainkan interaksi sosial manusia dimediasi dengan hadirnya teknologi informasi berupa; radio, komputer, televisi, internet yang berguna untuk menghubungkan orang-orang, melampaui jarak antar tempat maupun waktu. Aksesibilitas perangkat teknologi informasi yang digunakan manusia saling terintegrasi satu sama lain dalam dunia maya atau kerap juga disebut “media sosial”.

Dalam perkembangannya, interaksi yang dilakukan di *platform* digital banyak menggunakan simbol-simbol sebagai bentuk untuk menyampaikan pesan melalui interaksi simbolis dengan tulisan dan gambar. Interaksionisme simbolik menunjukkan jenis-jenis aktivitas manusia yang memandang penting untuk memusatkan perhatian dalam rangka memahami kehidupan sosial. Kehidupan sosial yang dimaksudkan ialah “interaksi manusia melalui simbol-simbol”. Teori Interaksionisme simbolik menjelaskan apa yang



Gambar 4: Stiker Whatsapp

disebut “realitas”, “kebenaran”, maupun “budaya manusia” merupakan produk dari interaksi antar-individu dalam satu jalinan yang kompleks, dimana masing-masing individu mendefinisikan dirinya, dan juga mendefinisikan situasi ketika dia berinteraksi pada waktu itu. (Sindung Haryanto;2012). Interaksionisme simbolik melihat cara manusia menggunakan simbol untuk mengungkapkan apa yang mereka maksud, dan untuk berkomunikasi satu sama lain serta akibat interpretasi atas simbol-simbol terhadap pihak-pihak yang terlibat selama interaksi sosial.

Herbert Blumer menjelaskan Interaksionisme simbolik sebagai berikut: manusia itu memiliki “kedirian” (*self*). Ia dapat membuat dirinya sebagai objek dari tindakannya sendiri, atau ia bertindak menuju pada dirinya sebagaimana ia dapat bertindak menuju pada tindakan orang lain (Sindung Haryanto;2012). Pada penggunaan stiker sebagai bahasa yang mendorong manusia untuk mengabstraksikan sesuatu yang berasal dari lingkungannya, dan memberikannya makna sebagai sebuah objek interaksionisme simbolik. Dalam kaitan ini, Herbert Blumer mengemukakan bahwa teori interaksi simbolik secara implisit terdapat tiga unsur yang selanjutnya menjadi pemandu arah perspektif interaksionisme simbolik (Wirawan;2015), diantaranya yakni;

1. Individu melakukan tindakan sosial karena menganggap terdapat suatu pemaknaan didalam tindakan sosial tersebut bagi dirinya.
2. Makna tersebut lahir dari proses interaksi sosial yang dialaminya yang dilakukan individu dengan individu lainnya. Dan

3. Makna-makna tersebut akan terus dikonstruksi dan disesuaikan menjadi satu kesatuan utuh dalam proses interaksi sosial yang berlangsung.

Dilanjutkan dengan pandangan Blumer yang menjelaskan bahwa seseorang memiliki kedirian (*self*) yang terdiri dari unsur *I* dan *Me*. Unsur *I* merupakan unsur yang terdiri dari dorongan, pengalaman, ambisi, dan orientasi pribadi. Sedangkan unsur *Me* merupakan “suara” dan harapan-harapan dari masyarakat sekitar (Sindung Haryanto;2012).

Kedirian (*self*) dikonstruksikan melalui interaksi dan hal itu dilalui oleh beberapa tahap (Sindung Haryanto;2012). Tahap pertama, individu menginternalisasi objek. Seorang individu memahami realitas tempat dia berhubungan dan berusaha melepaskan diri dari tekanannya. Ketika individu menginternalisasi objek fisik dan menguasainya, objek tersebut telah menjadi pengalaman batinnya. Tahap berikutnya, suatu proses transmisi terjadi ketika individu merealisasikan bahwa dia juga merupakan objek bersama dengan objek-objek lain di lingkungannya. Peranan stiker sebagai bentuk simbol dari interaksi di ruang digital membentuk kedirian (*self*) penggunaannya bisa menginterpretasikan identitas pengguna dalam menyampaikan sebuah pesan ataupun respon yang komunikatif dan bersifat non-verbal.

Menurut Herbert Blumer (Ahmadi;2008), kajian analisis interaksi simbolik memiliki lima konsep utama yang harus dipahami, yaitu:

- 1) Konsep diri (*Self*), memandang bahwa manusia memiliki kesadaran akan impuls yang mereka terima sehingga dipertimbangkan terlebih dahulu dan barulah mereka bertindak.
- 2) Konsep objek (*Object*), memandang manusia dikelilingi oleh objek-objek yang sifatnya baik fisik seperti kendaraan mobil dan nonfisik seperti konsep kebebasan, perlu digaris bawahi bahwa objek tidak memiliki makna didalamnya melainkan orang-orang itu sendirilah yang memberikan pemaknaan terhadap objek tersebut.
- 3) Konsep perbuatan (*Action*), memandang bahwa manusia bertindak sosial bukan sepenuhnya ada rangsangan dari luar dirinya melainkan ia punya kendali atas dirinya sehingga dapat bertindak sesuai dengan keputusannya sendiri.
- 4) Konsep interaksi sosial (*Social Interaction*), memandang individu yang bergabung dalam sebuah kelompok/komunitas akan saling berupaya untuk menjadi satu bagian dengan yang lainnya sehingga dapat saling memaknai tindakan yang dilakukan secara bersama-sama.
- 5) Tindakan bersama (*Join Action*), memandang suatu aksi bersama dalam komunitas untuk dapat bertindak dan berperilaku sama sehingga mengkonstruksi suatu pemaknaan yang sama terhadap simbol yang digunakan.

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.

Stiker sebagai bentuk interaksi simbolik dalam berkomunikasi di ruang digital adalah salah satu *fitur* yang berkembang dan menjadi kebiasaan masyarakat dalam mengirim pesan atau hanya sekedar menanggapi *konten* di media sosial. Stiker sebagai model baru berinteraksi dalam *Platform* Digital seperti

Facebook, Instagram dan Whatsapp, menjadi perkembangan media komunikasi sehingga terjadi perubahan besar dalam interaksi sosial manusia. Bila di masa lampau, manusia berkomunikasi dengan bertatap muka satu dengan yang lain, kini komunikasi berkembang lebih kompleks dengan adanya media-media komunikasi berbentuk digital. Jika dulu ekspresi seseorang ketika bertatap muka menjadi bagian yang penting dalam komunikasi, dengan adanya media komunikasi menjadi berubah dengan hal yang bersifat Virtual.

Komunikasi virtual yaitu salah satu sarana yang dimanfaatkan oleh masyarakat untuk melakukan komunikasi satu sama lain. Komunikasi virtual itu sendiri adalah proses menyampaikan pesan dan menerima pesan melalui *cyberspace* dan memiliki sifat interaktif (Ayu Nur Amaliyah;2023). Terdapat berbagai bentuk dalam komunikasi virtual yang pada saat ini memiliki jumlah peminat yang tidak sedikit. Media sosial menjadi salah satu bentuk media komunikasi yang efektif dan efisien, karena terdapat beberapa layanan yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat diantaranya melalui, *Facebook, Instagram dan Whatsapp*.

Stiker adalah salah satu komunikasi pada bentuk gambar ataupun simbol yang dipergunakan untuk melengkapi sebuah komunikasi virtual, dapat juga digunakan untuk mempertegas kalimat, membagikan aktualisasi diri seseorang yang tidak dapat terwakilkan sepenuhnya oleh kata maupun hanya sekedar

melalui komunikasi saja (Ayu Nur Amaliyah;2023). Stiker merupakan gambaran rinci berasal dari karakter yang mewakili perasaan emosi maupun tindakan dalam suatu proses pengiriman pesan, peran stiker sebagai sarana yang efektif untuk menghindari kesalahan interpretasi pesan yang ingin disampaikan oleh para pengguna internet dalam berkomunikasi.

Penggunaan Stiker dalam media digital memiliki elemen-elemen visual tertentu yang membuat pengguna menyukainya kemudian menggunakan dalam komunikasinya. Dari segi desain Stiker memiliki daya tarik ekspresi dan karakter. Ekspresi berkaitan dengan aspek kepuasan pengguna untuk menyampaikan pesan atau perasaan tertentu kepada lawan bicaranya. Karakternya saling berkaitan dengan relasi pengguna dan *image* yang mewakili karakter tersebut. Pengguna akan merasa terwakili secara karakter dari penggunaan jenis stiker tertentu. Stiker yang sering digunakan dalam berkomunikasi adalah stiker yang tentunya terdapat ilustrasi ataupun foto yang menggambarkan perasaan yang akan disampaikan kepada seseorang dan memiliki tipografi sebagai penjelasannya. Stiker yang memiliki ilustrasi atau foto serta tipografi tentunya akan lebih mudah untuk menyampaikan ekspresi dan karakter penggunaannya dalam mengirim suatu informasi.

F. Media Sosial

Berkembangnya kehidupan manusia berlangsung dengan sangat cepat. Dalam kurun waktu 10 tahun terakhir ini, manusia menjadi tidak terpisahkan dengan keberadaan media sosial. Media sosial menjadi bagian dari kehidupan manusia dalam segala aspek, baik sosial, ekonomi, politik, tidak dapat dipisahkan dari keberadaan Media Sosial. Fenomena penggunaan situs jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram dan Whatsapp semakin luas. Sejak tahun 1997 telah ada jejaring sosial yang menjadi cikal bakal adanya situs-situs tadi seperti *SixDegrees.com*, *Livejournal*, *Friendster*, *LinkedIn*, *MySpace* dan *Hi5* (Boyd & Ellison;2007). Perkembangan media sosial ini meningkat dengan begitu pesatnya karena beberapa keunggulannya seperti memungkinkan individu untuk berkomunikasi dengan individu yang lain padahal jarak geografis yang luar biasa jauhnya. Menurut Wellman (dalam Boyd,2007) sebagian besar riset awal mengenai komunitas *daring*, berasumsi bahwa individu menggunakan situs jejaring sosial untuk dapat berhubungan dengan orang lain di luar kelompok sosial dan lokasi tempat mereka berada. Media jejaring sosial memungkinkan penggunaannya membentuk komunitas berdasarkan kesamaan minat.

Media sosial berkaitan dengan struktur sosial antara pelaku, sebagian besar individu, atau organisasi, yang menunjukkan cara mereka terhubung melalui berbagai hubungan sosial seperti persahabatan, rekan kerja, atau pertukaran informasi. Hubungan sosial dalam jaringan sering digambarkan dalam bentuk diagram, yang didalamnya adalah titik pusat, sedangkan media adalah garis konektivitas sosial. Menurut pendapat Wasserman dan Faust (dalam Bimo Mahendra;2017) yang menyatakan bahwa jaringan sosial dapat dipandang sebagai sistem hubungan sosial yang ditandai dengan serangkaian informasi dan komunikasi dalam media sosial. Sehingga menciptakan jaringan sosial satu sama lain.

Media sosial juga menjadi teknologi yang terbagi menjadi beberapa bentuk termasuk majalah, forum internet, *weblog*, *blog* sosial, *micro blogging*, *wiki*, *podcast*, foto atau gambar, video dan *bookmark* sosial. Menurut Kaplan dan Haenlein (dalam A.Rafiq;2020) mengklasifikasikan media sosial menjadi enam jenis yakni:

- 1) **Proyek Kolaborasi.** Website mengizinkan user untuk dapat mengubah, ataupun menghapus konten-konten yang ada di website. Contohnya seperti Wikipedia.
- 2) **Blog dan Microblog.** User lebih bebas dalam mengekspresikan sesuatu di *blog* ini seperti curhat ataupun mengkritik kebijakan pemerintah. Contohnya seperti Twitter.
- 3) **Konten.** Para user dari pengguna website ini saling berbagi konten-konten media, baik seperti video, *e-book*, gambar dan lain-lain. Contohnya seperti Youtube.
- 4) **Situs Jejaring Sosial.** Aplikasi ini mengizinkan User untuk dapat terhubung dengan cara membuat informasi pribadi sehingga dapat terhubung dengan yang lain. Contohnya seperti Facebook.
- 5) **Virtual Game World.** User bisa muncul dalam bentuk avatar-avatars yang diinginkan serta berinteraksi dengan orang lain selayaknya di dunia nyata. Contohnya seperti *Game online*.
- 6) **Virtual Social World.** Dunia virtual yang dimana penggunaannya merasa lebih bebas berinteraksi dengan yang lain serta lebih bebas untuk mengekspresikan dunia virtual sehingga User merasa dunia virtual seperti nyata. Contohnya seperti Whatsapp.

Mudahnya akses untuk dipahami dan fitur menyenangkan yang disuguhkan di dalamnya, menyebabkan banyaknya masyarakat menggunakannya dalam keseharian. Terlebih dalam media sosial juga menuntut seseorang untuk dapat mengekspresikan dirinya serta berbagi sudut pandang melalui gambar, tulisan, video maupun berkenalan dengan orang “asing” di media sosial. Hal tersebut membuat intensitas penggunaan media sosial masyarakat meningkat. Chaplin (2011), menjelaskan intensitas sebagai sifat kuantitatif suatu penginderaan yang berhubungan dengan intensitas perangsangnya. Sedangkan menurut Kartono dan Gulo (dalam Sabekti;2019) intensitas berasal dari kata “*intensity*” yang berarti besar atau kekuatan tingkah laku, jumlah energi fisik yang digunakan untuk merangsang salah satu indera. Ajzen (2011) mengemukakan aspek-aspek intensitas bermedia sosial sebagai berikut;

1. **Perhatian**, Merupakan ketertarikan individu terhadap suatu objek yang menjadikan target perilaku.
2. **Penghayatan**, Merupakan penyerapan dan pemahaman terhadap informasi sebagai pengetahuan yang baru bagi individu.
3. **Durasi**, Merupakan kebutuhan individu dalam jangka waktu tertentu untuk melakukan perilaku yang menjadi target dalam hitungan satuan jam.
4. **Frekuensi**, Merupakan banyaknya pengulangan tindakan yang menjadi target yang dihitung dalam kurun waktu satu hari.

G. Masyarakat Jaringan dan Sosiologi Digital

Dewasa ini masyarakat modern kontemporer atau *post-industrial* perkembangan teknologi informasi dan kekuatan informasi telah melahirkan gaya hidup baru, simbol-simbol yang lebih banyak bergerak pada bidang jasa, terutama pekerjaan dan usaha yang lebih banyak berkaitan dengan proses mengelola informasi dan memanfaatkan untuk kepentingan ekonomi, sosial bahkan politik. Pemahaman pada perubahan tersebut dikemukakan oleh salah satu sosiolog asal Barcelona, Catalonia, bernama Manuel Castells mengemukakan idenya tentang masyarakat jaringan (*Network Society*). Masyarakat jaringan adalah struktur sosial yang didasarkan pada jaringan yang dioperasikan oleh teknologi informasi dan komunikasi berbasis mikroelektronika dan jaringan komputer digital yang menghasilkan, memproses, dan mendistribusikan informasi berdasarkan pengetahuan yang terakumulasi dalam mode jaringan (Castells & Cardoso;2005).

Manuel Castells mengartikan relasi masyarakat dan teknologi sebagai hal yang tak dapat terpisahkan dan saling mempengaruhi serta meninggalkan coraknya pada entitas masing-masing. Menurutnya jaringan adalah pengorganisasian *node* ataupun komponen utama yang menciptakan transfer data antara satu perangkat ke perangkat yang lain dan saling berhubungan. Sejak adanya teknologi informasi, jaringan tetap fleksibel sehingga bersifat adaptif dalam setiap situasi dan kemungkinan sehingga pada saat yang bersamaan jaringan memungkinkan koordinasi serta mengelola suatu sistem timbal balik pada sistem komunikasi dari manapun dan kapanpun (Castells;2010).

Dengan hadirnya teknologi berbasis jaringan informasi ini membuat produktivitas dan efisiensi institusi berkembang menuju kearah yang lebih baik. Pendorong kelahiran masyarakat jaringan adalah berbasis pada komputer, teknologi jaringan, telekomunikasi serta perkembangan nanoteknologi. Kemampuan teknologi informasi dalam beradaptasi pada tingkat kompleksitas yang semakin tinggi sambil mempertahankan sistematis yang ada demi memberi ruang kepada daya kreatif dan logika untuk membuat teknologi ini menjadi begitu fleksibel dalam mencakup ruang dan waktu secara maya. Kondisi ini meningkatkan serta menguntungkan untuk para pengguna jaringan serta mempertegas eksklusivitas jaringan terhadap pihak luar karena keunikan jaringan yang membedakannya dengan sistem luarnya. Kemunculan Media sosial membuktikan bahwa apa yang terjadi pada jaringan internet dewasa ini merupakan hasil dari perkembangan wujud visi penggunaannya sehingga mereka yang mampu mengorganisasi masyarakat melalui sistem teknologi terbaru berupa media sosial yang akan meraup keuntungan finansial, kekuasaan dan pengetahuan pada zaman ini (Castells;2005).

Kehadiran jaringan memudahkan komunikasi berjalan kepada semua arah, secara langsung tanpa perlu diwakilkan. Manuel Castells menjabarkan gagasannya dalam melihat fenomena masyarakat jaringan yaitu *timeless time* dan *space of flows*. Gagasan tentang *timeless time* menjelaskan bahwa waktu menjadi suatu kesatuan yang kekal dan tak terpisahkan, adanya peleburan masa lalu, masa kini dan masa yang akan datang. Ini terjadi karena adanya masyarakat jaringan dalam menerima informasi, sehingga waktu dipadatkan pada hampir segala ranah hidup akibat kemajuan jejaring untuk menghubungkan dunia secara langsung. Sebagai salah satu contoh seseorang mengabadikan momen penting bagi dirinya dan

membagikannya melalui perantara jaringan internet kedalam kesatuan kanal digital yang tidak akan pernah berakhir untuk disaksikan oleh hampir semua orang. Sedangkan *space of flows* menjelaskan bahwa sebenarnya ruang adalah arus besar yang didalamnya terdapat banyak sekali informasi dan interaksi berbasis pada teknologi. *Space of flows* mengurangi ketergantungan serta arti penting dalam sebuah relasi antarkota dan antarwilayah yang berdekatan, sekaligus meningkatkan kesadaran akan ekspansi global demi menciptakan kemungkinan interaksi baru, peniruan model unit kerja baru dalam sistem yang dinamis, serta perluasan dari sekedar pengamatan kelas atas dalam struktur masyarakat menjadi keseluruhan anggota dalam jaringan yang menghubungkan layanan mutakhir, pusat produksi, dan titik kumpul sesuai kebutuhan serta kepentingan (Angga & Pratama;2019).

Sosiologi digital sebagai salah satu bagian dari kajian akademis sosiologi (Tendi;2016) adalah cabang ilmu sosiologi yang memilik perhatian terhadap pemahaman penggunaan media digital dalam segala aktivitas riset untuk mempelajari kehidupan manusia dengan lebih efektif dan efisien. Pada awal kemunculannya “sosiologi digital” tidak terlalu masyhur sebagai sebuah cabang dari ilmu sosiologi yang khusus. Istilah ini hanya dipergunkan sebagai mata kuliah yang diajarkan di sebuah universitas di Inggris. Ada nama Deborah Lupton, sosiolog dan juga peneliti asal Australia yang banyak mengkaji terkait media dan aspek digital,sosial serta kultural yang menyangkut kesehatan publik (Tendi;2016). Pandangan Deborah Lupton (dalam Tendi;2016) menjelaskan sosiologi digital memilik implikasi yang lebih luas dari sekedar mempelajari teknologi digital,mengajukan tentang praktik sosiologis dan penelitian sosial itu sendiri. Sosiologi digital termasuk di dalamnya penelitian mengenai bagaimana sosiolog memakai media sosial dan media digital lain sebagai bagian dari pekerjaan mereka.

Menurutnya (dalam Tendi;2016), sosiologi digital merupakan terminologi yang meliputi berbagai macam istilah kegiatan sosiologis yang bersifat *daring*, seperti sosiologi *cyber*, sosiologi komunitas *online*, sosiologi media sosial, sosiologi internet, sosiologi budaya *cyber*, dan lain-lain. Sosiologi digital merupakan terobosan pemikir kontempore dalam upayanya untuk memaknai berbagai masalah akibat interaksi manusia dengan komputer (*human computer interaction,HCI*) atau teknologi di dalam kehidupan masyarakat *post-industrial*, dan interaksi yang demikian memiliki berkembang yang sangat pesat. Sehingga ruang lingkup kajian sosiologi digital justru begitu luas dari apa yang bisa dibayangkan sebelumnya. Kajian sosiologis ini memperlihatkan bahwa sosiologi digital sangat erat hubungannya dengan bidang teknologi,komunikasi,media dan sosio-kultural. Sehingga Deborah Lupton (dalam Tendi;2016) menjelaskan batasannya tersendiri terkait apa yang menjadi garis-garis definitive konsep sosiologi digital, yaitu:

- 1) *Profesional digital practice* (praktik professional digital), dimana penggunaan media ataupun teknologi yang bersifat digital itu ditujukan untuk aktivitas yang sifatnya professional, seperti untuk memberi pengajaran virtual,menjalin relasi akademis,dan lain-lain;
- 2) *Analyses of digital technology* (analisis teknologi digital), memberi pemahaman yang komperhensif mengenai penggunaan media digital oleh individu-individu untuk mengatur konsep diri dan relasi sosial kehidupan mereka;
- 3) *Digital data analysis* (analisi data digital), pemanfaatan berbagai data yang bersifat digital untuk kepentingan riset atau penelitian sosial ,baik itu penelitian yang berkarakter kuantitatif ataupun kualitatif; dan
- 4) *Critical digital sociology* (sosiologi digital kritis), di mana hal-hal yang didapatkan dari media digital itu dapat disikapi dengan cara yang bijak dengan melakukan tindakan analitis,kritis dan reflektif sesuai bekal teori-teori ilmu sosial serta humaniora yang ada.

Intisari dari kajian sosiologi digital juga didasari pada pemahaman mengenai kebermanfaatan yang bersifat digital untuk memudahkan kelangsungan hidup manusia masa kini, yang bisa meliputi waktu, geografism dan lingkungan. Dalam hal waktu, keuntungan yang didapat ialah keluasaan seseorang dalam melakukan banyak hal karena memang teknologi digital terbukti memudahkan urusan manusia. Secara geografis, semua itu bisa dipangkas dengan mudah karena adanya teknologi internet. Sedangkan dalam masalah lingkungan, maka dunia elektronik dan digital ini berperan pada berbagai pelestarian sumber daya alam seperti halnya *e-book* yang bisa menggantikan buku berbahan kertas yang berasal dari batang pohon yang dimodifikasi sedemikian rupa.

H. Penelitian Terdahulu

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

Penulis dan Tahun Terbit	Judul	Metodologi	Hasil dan Perbedaan
Daniel Kurniawan Salamoon (2016)	“Sticker” LINE, Sebuah Jembatan Simbolik Teknologi Manusia dalam Media Komunikasi	Kualitatif dengan strategi analisis teks	“Sticker” pada aplikasi LINE di satu sisi menjadi jembatan yang “hilang” pada komunikasi manusia yang sebenarnya, tetapi di satu sisi juga melakukan generalisasi terhadap ekspresi dan melakukan pemaksaan untuk sebuah pola komunikasi yang berbeda yang “memaksa” orang untuk meyakini bahwa apa yang digambarkan dari simbol pada “Sticker” tersebut adalah apa yang seseorang hendak lakukan atau ekspresikan. Identitas visual dan imajinasi dalam ekspresi menjadi sebuah pemaksaan yang dilakukan oleh teknologi untuk membuat penggunanya merasa bahwa interaksi yang dilakukannya adalah nyata
Elda Franzia (2019)	ASPEK KEUNIKAN DAN KOMUNIKASI VISUAL PADA STIKER LINE (Studi Kasus: Stiker “Cony Special Edition”, “Soekirman si Tukang Parkir”, dan “Baba Kiko”)	Studi Kasus Eksploratif	Seluruh stiker LINE dapat dipilih oleh pengguna aplikasi LINE sesuai dengan keinginan dan ketertarikannya pada stiker tersebut. Apa yang membuat pengguna merasakan ketertarikan tersebut yang disebut 14% 2% 2% Ekspresi Perasaan Gestur Kondisi sebagai aspek keunikan atau daya tarik pada stiker LINE. Aspek keunikan tersebut merupakan elemen-elemen visual tertentu yang membuat pengguna menyukai, kemudian memilih untuk menggunakan dalam komunikasinya melalui aplikasi LINE. Berdasarkan penelitian terhadap responden, stiker karakter LINE Official

			paling banyak dikenal dan digunakan oleh responden.
Bobby Asran (2021)	Penggunaan Stiker Di Aplikasi Whatsapp Dalam Komunikasi Interpersonal Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Kota Pekanbaru	Kualitatif Deskriptif	Hasil penelitian ini adalah dari 6 dosen yang menggunakan stiker menunjukkan bahwa dasar dari penggunaan stiker whatsapp adalah 1. Untuk mengikuti arus perkembangan, 2. Harus memiliki kedekatan emosional, 3. Menghibur, 4. Dapat mewakili perasaan, 5. Unik atau sesuatu hal yang baru. Dari hasil penelitian tersebut juga menunjukkan tanpa harus melakukan pengetikan stiker whatsapp dianggap lebih praktis tanpa harus melakukan pengetikan chat yang begitu panjang, namun begitu chat menggunakan teks, dianggap menjadi tokoh utama dalam konteks komunikasi menggunakan whatsapp.

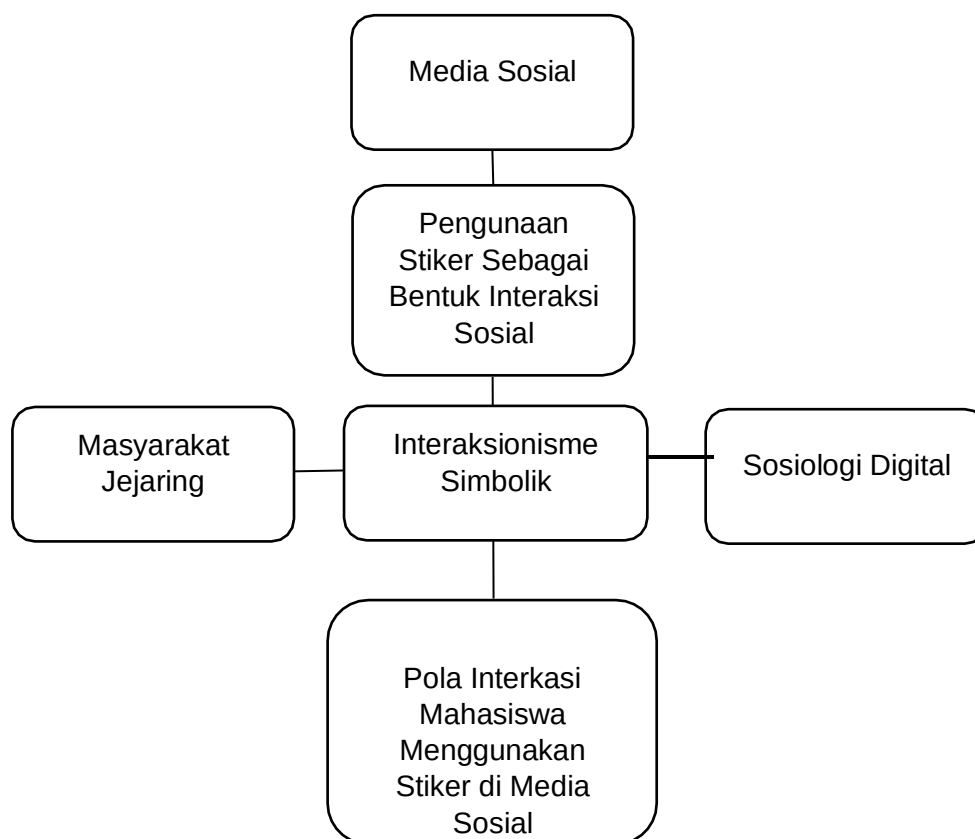
Ketiga penelitian diatas merupakan hasil dari fokus kajian pada bidang ilmu komunikasi sedangkan penelitian ini lebih mengembangkan fokus kajian dari ilmu sosiologi khususnya pada bidang sosiologi digital. Selain itu penelitian diatas lebih banyak berfokus pada pemaknaan terhadap kegunaan stiker pada satu aplikasi di media sosial saja, sedangkan penulis mengembangkan pemaknaan terhadap penggunaan stiker pada beberapa platform media sosial seperti Facebook, Instagram dan Whatsapp.

Penulis juga berfokus pada proses kebermanfaatan fungsi dari penggunaan stiker di media sosial untuk membangun identitas pengguna sebagai bentuk proses interaksi sosial dalam dunia maya. Penelitian ini berfokus untuk mencari tahu bagaimana peran stiker menjadi pola interaksi mahasiswa FISIP Unhas dari tinjauan perspektif sosiologi digital. Jika penelitian sebelumnya lebih banyak menganalisis melalui pendekatan teori ilmu komunikasi, penelitian ini akan berfokus dengan pendekatan teori interaksionisme simbolik dari Herbert Blumer dengan metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian yang dilakukan ini juga berfokus pada pemaknaan mahasiswa secara mendalam terhadap peran stiker sebagai bentuk pola interaksi di dalam media sosial.

I. Kerangka Konseptual

Kerangka pikir yang disusun oleh peneliti berusaha untuk melihat media sosial sebagai wadah yang mempunyai banyak fitur untuk memudahkan terjadinya proses interaksi sosial berlangsung. Stiker sebagai salah satu fitur didalam media sosial memudahkan penggunaanya untuk mengekspresikan kondisi perasaan dalam menyampaikan suatu pesan di media sosial. Situasi ini menjadi sangat relevan dalam kajian masyarakat jejaring, dimana fokusnya bertumpuh pada perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sebagai stimulus terjadinya proses interaksi dalam media sosial.

Pada bagan Interaksionisme simbolik menganalisis pemaknaan individu terhadap penggunaan stiker sebagai simbol dalam menyampaikan ataupun merespon informasi, baik secara personal maupun publik. Sedangkan kajian sosiologi digital menganalisis peran stiker sebagai bentuk pola interaksi sosial yang mendorong perkembangan ilmu sosiologi digital melalui kondisi sosial didalam dunia maya. Sehingga peneliti dapat menemukan keterangan ataupun penjelasan mengenai penggunaan stiker terhadap mahasiswa FISIP Unhas untuk menunjukkan perkembangan pola interaksi manusia pada zaman ini.



BAB II METODE PENELITIAN

A. Pendekatan, Tipe, dan Strategi Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif. Penelitian Kualitatif dapat diartikan sebagai suatu penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur ukuran angka, melainkan melalui pemahaman objek yang diteliti secara mendalam. Pendekatan kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Rukajat;2018).

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan dalam kehidupan riil (alamiah) hal ini bertujuan untuk mencari tahu dan memahami fenomena yang terjadi, mengapa fenomena tersebut bisa terjadi dan bagaimana sehingga fenomena tersebut menjadi suatu permasalahan yang dapat berpengaruh pada tatanan kehidupan masyarakat (Martono;2015).

Menurut suryanto dan Sutinah (2005), penelitian Kualitatif diterapkan sebagai satu-satunya metode apabila: (1) Topik penelitian merupakan hal yang sifatnya kompleks, sensitive, sulit diukur dengan angka, dan berhubungan erat dengan interaksi sosial dan proses sosial; (2) Objek dan sasaran penelitiannya bersifat mikro dan relative sedikit jumlahnya; serta (3) Tujuan penelitiannya merupakan awal penelitian atau merupakan pendahuluan.

2. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Sejalan dengan namanya, penelitian deskriptif ini berusaha mendeskripsikan karakteristik atau ciri-ciri kelompok maupun suatu kejadian atau fenomena (Alwasilah;2011). Tipe penelitian deskriptif dianggap sesuai digunakan dalam penelitian ini karena sejalan dengan tujuan penelitian yang ingin mengetahui dan menggambarkan proses pola interaksi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin serta perilaku yang dimunculkan dari penggunaan stiker di Media sosial

3. Strategi Penelitian

Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus dan bersifat deskriptif. Yin (Martono;2016) mendefinisikan studi kasus merupakan sebuah usaha untuk mencari suatu data yang sifatnya empiris dengan cara menyelidiki fenomena yang terjadi dalam konteks di kehidupan nyata. Pada pelaksanaannya studi kasus bertujuan untuk mengumpulkan dan memberikan analisis konteks sebagai proses yang menerangi isu-isu teoritis yang sedang dikaji. Sehingga pada penelitian ini, peneliti berfokus pada peran stiker sebagai bentuk pola interaksi mahasiswa FISIP Unhas di media sosial dan juga menganalisis pemaknaan dari tujuan setiap individu dalam menggunakan stiker sebagai proses interaksi sosial mahasiswa FISIP Unhas di media sosial.

Studi kasus diarahkan untuk menganalisis kondisi, kegiatan, perkembangan, serta faktor-faktor yang sifatnya penting, terkait dan menunjang kondisi dan perkembangan dari kasus yang diteliti. Sasaran dan objek penelitian pun harus diperhatikan dan dibatasi agar penelitian yang dilakukan tidak melebar (Hardani, Nur Hikmatul Auliyah;2020). Peneliti memilih metode ini tidak terlepas dari upaya yang akan dilakukan oleh peneliti untuk mencari tahu sumber data di lapangan untuk dimintai keterangan secara mendalam dan terperinci tentang bagaimana peran stiker sebagai bentuk pola interaksi yang bisa membentuk identitas mahasiswa FISIP Unhas di media sosial. Usaha untuk menggali informasi terkait pemaknaan mahasiswa FISIP Unhas terhadap peran stiker sebagai fitur untuk memudahkan interaksi dalam media sosial, diharapkan akan memberi gambaran yang jelas dari sudut pandang dalam menilai peran stiker sebagai bentuk pola interaksi di dalam dunia maya.

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama sebelas bulan, dimulai pada bulan Februari 2024 sampai dengan November 2024. Adapun lokasi penelitian yang dipilih adalah Universitas Hasanuddin Fakultas Ilmu Sosial dan Fakultas Ilmu Politik di Jl. Perintis Kemerdekaan No.KM.10, Tamalanrea Indah, Kec. Tamalanra, Kota Makassar, Sulawesi Selatan 90245. Penentuan lokasi dilakukan atas pertimbangan bahwa penggunaan stiker di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin juga marak dijumpai dalam komunikasinya melalui media sosial.

Tabel 1.2 Waktu Penelitian

N o	Kegiatan	Des 2023	Jan 2024	Feb 202 4	Mar 2024	Apr 202 4	Mei 202 4	Jun 202 4	Jul 202 4	Ags /No v 202 4
1	Observasi penelitian									
2	Penyusunan proposal									
3	Seminar proposal									
4	Pengurusan izin penelitian									
5	Pengumpulan data									
6	Pengolahan data									
7	Pengerjaan hasil penelitian									
8	Bimbingan laporan penelitian									
9	Seminar hasil penelitian									

C. Teknik Penentuan Informan

Untuk menentukan informan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Teknik *Purposive Informant Selection* atau didefinisikan oleh Sugiyono sebagai teknik penentuan informan dengan adanya pertimbangan tertentu. Teknik penentuan informan berdasarkan suatu kriteria tertentu yang didasari oleh adanya pertimbangan bahwa informan tersebut dianggap peneliti paling mengetahui mengenai permasalahan yang akan diteliti karena memiliki keterkaitan dengan penelitian yang dilakukan (Sugiono;2017).

Adapun merujuk kepada teknik penentuan informan yang digunakan, maka peneliti menetapkan kriteria informan sebagai berikut:

1. Mahasiswa aktif Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin
2. *Selebgram* dan Pengguna Aktif Media Sosial : *Tiktok,Instagram* dan *Whatsapp*
3. Memiliki jumlah pengikut dimedia sosial sekitar 1.000-keatas *followers*.
4. Pengguna aktif stiker dalam Platform: *Tiktok,Instagram* dan *Whatsapp*
5. Informan yang bertindak sebagai komunikan sekaligus komunikator pengguna stiker *Tiktok,Instagram* dan *Whatsapp*

6. Suka mengoleksi, membuat atau menyimpan berbagai bentuk stiker *Tiktok, Instagram dan Whatsapp*
7. Bersedia menjadi informan dalam penelitian ini.

D. Sumber Data

Data menjadi fakta empiris yang dikumpulkan peneliti guna memecahkan masalah atau menjawab pertanyaan penelitian. berdasarkan sumbernya, data penelitian terbagi dari dua jenis, yakni data primer dan data sekunder (Siyoto&Sodik;2015).

1. Data primer

Data primer adalah data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan fenomena yang diteliti. Untuk itu data primer ini diperoleh melalui informan yang kita jadikan sebagai saran mendapatkan informasi atau data (Sugiyono;2019). Dalam penelitian ini data primer diperoleh secara langsung dari hasil observasi dan hasil wawancara mendalam.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang peneliti peroleh atau kumpulkan melalui berbagai sumber yang telah ada, artinya peneliti bukanlah tangan pertama dalam mengumpulkan data. Data sekunder ini dapat diperoleh dari berbagai sumber, diantaranya ialah buku, laporan, jurnal, dan lain sebagainya.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi menurut Nasution dalam (Sugiono;2017) observasi adalah sebuah dasar ilmu pengetahuan, karena dengan observasi seorang peneliti dapat mempelajari makna realitas dalam suatu kehidupan. Observasi juga dapat diartikan sebagai suatu upaya yang dilakukan oleh peneliti untuk mengamati secara langsung terhadap kondisi permasalahan yang akan diteliti. Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan mengamati kegunaan dan fungsi dari penggunaan stiker di *Whatsapp* oleh mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, serta untuk menggali informasi terkait dorongan dan hambatan dalam proses berinteraksi dengan menggunakan stiker di *Whatsapp*. dalam melakukan observasi, instrument yang digunakan juga dapat berupa rekaman suara dimana sumber data tersebut dapat diamati lebih lama, bahkan berulang-ulang sesuai dengan kebutuhan (Siyoto&Sodik;2015).

2. Wawancara Mendalam

Menurut Susan Staunback dalam (Sugiyono;2019) memberikan penjelasan mengenai wawancara mendalam yaitu pertemuan antara dua orang untuk bisa saling berinteraksi dan bertukar informasi dari kedua belah pihak antara peneliti dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang berlangsung lama, dengan itu peneliti akan mendapatkan pengetahuan dan pemahaman yang mendalam terkait fenomena yang akan diteliti. Wawancara mendalam yang dilakukan oleh peneliti dilakukan untuk bisa mendapatkan informasi dari informan yang terperinci dalam melihat dan bisa menggambarkan fenomena yang terjadi dirasakan langsung oleh informan. Karena sumber segala informasi ada pada informan, untuk metode ini perlu untuk dilakukan agar peneliti bisa mendapatkan informasi benar adanya dan sumbernya yang jelas.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara mendalam secara semi-struktur, yakni wawancara di mana peneliti tidak menggunakan pedoman yang telah disusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya, melainkan hanya berupa pedoman wawancara yang berisi garis-garis besar pertanyaan yang sudah terstruktur yang selanjutnya akan dikembangkan guna memperoleh informasi yang lebih mendalam.

3. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dokumentasi merupakan pengumpulan data berupa catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen juga dapat berupa tulisan, gambar atau karya-karya dari seseorang. Dokumen lain juga dapat berbentuk misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain sebagainya. Metode ini dilakukan oleh peneliti dalam memperoleh dokumentasi untuk pengambilan gambar lebih memperkuat penelitian.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada teknik analisis yang dicetuskan oleh Miles dan Huberman. Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2013) mengemukakan bahwa analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan terus menerus tuntas hingga datanya jenuh. Langkah-langkah dalam menganalisis data terbagi menjadi tiga aktivitas, yakni *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*. Berikut adalah penjelasan dari tiga tahapan dalam analisis data menurut Miles dan Huberman tersebut:

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Reduksi data dilakukan karena data di lapangan yang jumlahnya cukup banyak, kompleks dan rumit sehingga perlu segera dilakukan analisis data dengan mereduksi data tersebut terlebih dahulu. Mereduksi data artinya merangkum, memilih hal-hal yang pokok, atau memfokuskan pada hal-hal yang penting untuk dicari tema dan polanya sehingga data yang telah direduksi pun dapat memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti dalam pengumpulan data selanjutnya (Sugiyono, 2013).

2. *Data Display* (Penyajian Data)

Apabila data telah direduksi, maka langkah yang selanjutnya ialah melakukan penyajian data. Penyajian data dilakukan untuk memudahkan peneliti dalam memahami apa yang terjadi dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. Penyajian data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Dalam penelitian kualitatif, yang paling sering digunakan untuk menyajikan data ialah teks yang bersifat naratif (Sugiyono, 2013).

3. *Conclusion drawing/verification* (Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi)

Terkait hal ini, kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah apabila tidak ditemukan bukti-bukti kuat yang mendukung pada tahap pengambilan data berikutnya. Namun, jika kesimpulan ditemukan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti mengumpulkan data di lapangan, maka kesimpulan yang dikemukakan bersifat kredibel atau dapat dipercaya (Sugiyono, 2013).

Menurut Sugiyono (2013), dalam penelitian kualitatif, kesimpulan mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, namun bisa juga tidak karena seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti berada di lapangan.

G. Pengujian Keabsahan Data

Sugiyono (2019) menyatakan bahwa teknik pemeriksaan keabsahan data adalah derajat kepercayaan atas data penelitian yang diperoleh dan bisa dipertanggung jawabkan kebenarannya. Uji kredibilitas atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian ini di antaranya dapat dilakukan dengan peningkatan ketekunan dalam penelitian, mengadakan *member check*, serta pembicaraan dengan kolega atau teman sejawat.

1. Peningkatan Ketekunan dalam Penelitian

Dalam hal ini berate melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Dengan demikian, kepastian data dan uraian peristiwa pun akan dapat direkam secara pasti dan sistematis. Melalui peningkatan ketekunan ini, maka peneliti dapat melakukan pengecekan kembali pada data yang telah ditemukan sehingga peneliti dapat memberikan deskripsi data yang akurat dan sistematis terkait apa yang diamati (Sugiyono, 2013).

2. Mengadakan *Member Check*

Pengadaan *Member check* dilakukan agar informasi yang diperoleh dan digunakan dalam laporan penelitian sesuai dengan apa yang sebenarnya dimaksud oleh sumber data informan. Kegiatan ini dapat dilakukan di setiap akhir pelaksanaan wawancara dengan cara mengulangi dan menjelaskan garis besar hasil wawancara berdasarkan catatan peneliti atau menyimpulkan hasil wawancara bersama-sama dengan informan. Dengan demikian, apabila ada kekeliruan, informan dapat langsung melatinya (Rukajat, 2018).

3. Pembicaraan dengan Kolega atau Teman Sejawat

Dalam penelitian ini, peneliti menguji keabsahan data dengan membahas catatan-catatan lapangan bersama sesama mahasiswa, ataupun teman lain yang dianggap memiliki banyak pengetahuan terkait masalah yang diteliti maupun terkait dengan metodologi penelitian. Kegiatan ini

dilakukan guna memperkaya wawasan peneliti, terlebih dengan kritik dan pertanyaan-pertanyaan kritis yang dapat dikaji lebih jauh sehingga dapat bermanfaat terhadap tingkat kebenaran dalam penelitian ini (Rukajat;2018).