

**KEKAYAAN MEDIA FITUR STIKER LINE**  
**(Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sriwijaya**  
**Kampus Indralaya)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai derajat sarjana strata 1 (SI) Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Hubungan Masyarakat



Diajukan Oleh :

**GUSTI AGUNG PRATAMA**

**07032181520180**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**2019**

HALAMAN PENGESAHAN  
KEKAYAAN MEDIA FITUR STIKER LINE  
(STUDI PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI FISIP UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
KAMPUS INDERALAYA)

SKRIPSI

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat  
pada tanggal 14 Mei 2019

Ketua :

1. Hoiron Nisyak, S.Pd., M.Pd.  
NIP. 197203022002122002



.....

Anggota :

2. Oegner Madri Rafadhul, M.Si  
NIP. 199208222018031001



.....

Mengetahui,

Dekan FISIP

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Prof. Dr. Kiagus M. Sobri, M.Si.  
NIP. 196311061990031001

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si.  
NIP. 197905012002121005

LMU ALAT PENGABDIAN

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan Kekayaan Media Fitur Stiker Line (Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sriwijaya Kampus Indralaya) telah dieminarkan di hadapan Tim Penguji Ujian Komprehensif Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya pada tanggal

14 Mei 2019

Pembimbing:

1. Hofan Nisyak, S.Pd., M.Pd  
NIP. 1972030220032122002

2. Cemara Maori Safadhal, M.Si  
NIP. 199208222018031061

Penguji:

3. Dr. Ancy Alfath, MPA  
NIP. 197805122002121003

4. Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si  
NIP. 197905012002121005

Ketua Jurusan,

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si

NIP. 197905012002121005

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Gusti Agung Pratama  
Nim : 07031281520180  
Tempat dan Tanggal Lahir : Medan, 15 Agustus 1997  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Kekayaan Media Fitur Stiker Line (Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sriwijaya Kampus Inderalaya)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang,

Yang membuat pernyataan



Gusti Agung Pratama

NIM. 07031281520180

## KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan atas kehadiran Allah Subhanahu wa Ta'ala. yang telah memberikan nikmat hidayah kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan lancar. Sholawat serta salam tercurahkan kepada junjungan serta suri tauladan Nabi Muhammad Shallallahu'alaihi Wa Sallam. yang telah membawa zaman kegelapan kepada zaman yang diridhoi dan penuh berkah ini.

Penggarapan skripsi ini bukan semata-mata selesai atas hasil jerih paya satu dua orang, tetapi banyak sekali pihak-pihak yang memberikan dukungan dan dorongan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan;

- Kepada Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, MSCE., selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
- Kepada Prof. Dr. Kgs. Muhammad Sobri, M.Sc. sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
- Kepada bapak Dr. Andries Lionardo, S.I.P., M.Si., selaku ketua jurusan dan bapak Faisal Nomaini, S.Sos., M.Si., sekretaris jurusan Ilmu Komunikasi, yang mana jurusan ini sudah menjadi rumah kedua bagi saya, di sinilah penulis belajar ilmu pengetahuan, mengenal dosen, staf administrasi, teman, dan juga sahabat.
- Dosen-dosen yang sudah membagikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis, baik itu melalui kegiatan terjadwal belajar-mengajar ataupun di luar dari itu. Ilmu, motivasi, senyuman, amarah, teguran, dan nasehat yang telah bapak-ibu berikan kepada penulis sebagai bagian dari mahasiswa adalah hal yang sangat berharga dari kisah hidup saya.
- Teruntuk kepada dua dosen pembimbing skripsi saya ibu Hoirun Nisyak, S.Pd., M. Pd dan bapak Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si yang telah mengarahkan dan membimbing saya dalam menggarap skripsi ini, mulai dari pemilihan judul, permasalahan, operasionalisasi teori, analisis, sampai penelitian ini selesai. Terima kasih banyak sudah bersedia diganggu waktunya disela kesibukan mengajarnya yang hampir tiap minggu selalu saya temui terhitung sejak surat penunjukan pembimbing keluar.
- Keluargaku tersayang (Bapak, Mamak, Kesi dan Dinda) yang sangat mencintaiku dengan setulus hati dan senantiasa mendoakan aku supaya menjadi pribadi yang baik dan berguna bagi orang lain.

- Teman teman B-Squad, yang diketuai oleh Fajar Siddik, terima kasih untuk semua temanku di Ikom B 2015 yang telah berbagi pengalaman, berbagi kebahagiaan dan berbagi perjalanan bersama
- Teruntuk teman Beta Kos yang sudah berbagi cerita, main gim bareng dan kegiatan lainnya bersama.
- Teman teman SMA saya dahulu yang masih mendukung hingga sekarang.
- Teman-teman Mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2015, sudah delapan semester saya lalui bersosial dengan kalian semua.
- Teman teman saya selama kuliah disini.
- Dan pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga kalian semua senantiasa dirahmati oleh Allah Subhanahu wa Ta'ala, dengan segala kerendahan hati saya, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Indralaya

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
MOTTO.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR BAGAN .....	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	<a href="#">12</a>
1.3. Tujuan Penelitian.....	<a href="#">12</a>
1.4. Manfaat Penelitian.....	<a href="#">12</a>
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b><a href="#">14</a></b>
2.1. Penelitian Yang Relevan.....	<a href="#">14</a>
2.2. Landasan Teori.....	<a href="#">15</a>
2.3. Komunikasi Antar Pribadi.....	<a href="#">15</a>
2.4. Stiker Line sebagai Bentuk Komunikasi Non Verbal .....	<a href="#">17</a>
2.5. CMC ( <i>Computer Mediated Communication</i> ).....	<a href="#">18</a>
2.6. Teori Kekayaan Media.....	<a href="#">21</a>
2.7. Kerangka Teori.....	<a href="#">23</a>
2.8. Kerangka Pemikiran.....	<a href="#">24</a>
2.9. Alur Pemikiran .....	<a href="#">25</a>

<b>BAB 3 METODE PENELITIAN.....</b>	<b><u>26</u></b>
3.1. Desain Penelitian.....	<u>26</u>
3.2. Definisi Konsep.....	<u>26</u>
3.3. Defenisi Operasional.....	<u>27</u>
3.4. Unit Analisis.....	<u>28</u>
3.5. Populasi dan Sampel .....	<u>29</u>
3.6. Data dan Sumber Data.....	<u>30</u>
3.7. Teknik Pengumpulan Data.....	<u>31</u>
3.8. Uji Instrumet .....	<u>32</u>
3.9. Teknik Analisis Data.....	<u>34</u>
<b>BAB 4 GAMBARAN UMUM.....</b>	<b><u>37</u></b>
4.1. Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya.....	37
4.2. Visi dan Misi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya.....	38
4.3. Tujuan Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya.....	38
4.4. Demografi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Indralaya.....	39
<b>BAB 5 PEMBAHASAN.....</b>	<b><u>41</u></b>
5.1. Jumlah Isyarat atau Tanda.....	44
5.1.1. Jumlah Stiker yang Disediakan oleh Pihak Line Banyak.....	44
5.1.2. Jumlah Stiker yang Disediakan Beragam.....	45
5.1.3. Jumlah Stiker yang Dimiliki Banyak.....	46
5.1.4. Memiliki Stiker Berbayar.....	49
5.1.5. Tidak Sulit Didapatkan.....	50
5.2. Kecepatan dari Umpan Balik.....	51
5.2.1. Pesan yang Dikirim Cepat.....	51
5.2.2. Pesan yang Diterima Tepat Waktu.....	54
5.3. Potensi untuk Bahasa Natural.....	55



5.3.1. Variasi Bahasa yang Tersedia (Bahasa di dalam Stiker).....	55
5.3.2. Memahami Makna Stiker.....	57
5.3.3. Penggunaan Stiker yang Hanya Berupa Simbol dan Tanda.....	58
5.4. Personalisasi Pesan.....	61
5.4.1. Stiker yang Merefleksikan Diri si Pengirim.....	61
5.4.2. Stiker yang Merefleksikan Pesan dari si Pengirim.....	62
5.4.3. Stiker yang Tidak Menimbulkan Pemaknaan yang Ambigu.....	66
<b>BAB 6 PENUTUP.....</b>	<b>70</b>
6.1. Kesimpulan.....	70
6.2. Saran.....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>72</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.</b> Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	15
<b>Tabel 2.</b> Defenisi Operasional.....	28
<b>Tabel 3.</b> Sampel Penelitian.....	30
<b>Tabel 4.</b> Daftar mahasiswa aktif Ilmu Komunikasi kampus Indralaya.....	37
<b>Tabel 5.</b> Demografi mahasiswa Ilmu Komunikasi Kampus Indralaya.....	40
<b>Tabel 6.</b> Rentang Skor.....	44
<b>Tabel 7.</b> Jumlah Stiker yang disediakan oleh pihak Line banyak.....	44
<b>Tabel 8.</b> Jumlah Stiker yang disediakan beragam.....	45
<b>Tabel 9.</b> Jumlah Stiker yang dimiliki banyak.....	46
<b>Tabel 10.</b> Memiliki Stiker berbayar.....	49
<b>Tabel 11.</b> Tidak Sulit didapatkan.....	50
<b>Tabel 12.</b> Pesan yang dikirim cepat.....	51
<b>Tabel 13.</b> Pesan yang diterima tepat waktu.....	54
<b>Tabel 14.</b> Variasi bahasa yang tersedia.....	56
<b>Tabel 15.</b> Memahami makna stiker.....	57
<b>Tabel 16.</b> Penggunaan Stiker yang hanya berupa simbol dan tanda.....	59
<b>Tabel 17.</b> Stiker yang merefleksikan diri dari si pengirim.....	61
<b>Tabel 18.</b> Stiker yang merefleksikan pesan dari si pengirim.....	63
<b>Tabel 19.</b> Stiker yang tidak menimbulkan pemaknaan ambigu.....	66
<b>Tabel 20.</b> Rekapitulasi data.....	68

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.</b> <i>Most Active Social Media Platforms</i> .....	<u>3</u>
<b>Gambar 2.</b> Alasan orang orang menggunakan Line di Indonesia .....	3
<b>Gambar 3.</b> Diagram Tingkat Penilaian Aplikasi dari 3 Perangkat .....	4
<b>Gambar 4.</b> Contoh Karakter Stiker di Line .....	5
<b>Gambar 5.</b> Representasi Emoji .....	7
<b>Gambar 6.</b> Diagram Hasil Pra Riset .....	11

## DAFTAR BAGAN

<b>Bagan 1.</b> Model komunikasi termediasi komputer.....	19
<b>Bagan 2.</b> Tingkatan Hirarki kekayaan media dari Draft dan Langel.....	21
<b>Bagan 3.</b> Alur Pemikiran.....	24

## ABSTRAK


Penelitian dengan judul "Kekayaan media fitur stiker Line (studi pada mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sriwijaya Kampus Indralaya)", memiliki rumusan masalah bagaimana kekayaan media fitur stiker line pada mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sriwijaya Kampus Indralaya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kekayaan media fitur stiker line pada mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sriwijaya Kampus Indralaya.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Adapun sumber datanya yaitu primer dan sekunder dari hasil kuesioner, dokumentasi dan observasi. Data data yang sudah terkumpul akan dianalisa dengan metode teknik analisis deskriptif kuantitatif. Landasan teori yang digunakan adalah komunikasi antar pribadi, komunikasi non verbal, CMC (*Computer Mediated Communication*) dan teori kekayaan media.

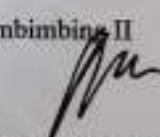
Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diperoleh kesimpulan bahwa kekayaan media fitur stiker *Line* pada mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sriwijaya termasuk tinggi dengan skor 305.7, yang mana dalam dimensi jumlah isyarat atau tanda didapati skor sebesar 300.4 yang termasuk kategori tinggi. Didalam dimensi kecepatan umpan balik didapati skor sebesar 321.5 yang termasuk kategori tinggi. Selanjutnya dimensi potensi untuk bahasa natural didapati skor sebesar 319.6 yang termasuk kategori tinggi. Dan dimensi terakhir yaitu dimensi personalisasi pesan didapati skor sebesar 281.3 yang termasuk kategori cukup.


Kata kunci : Analisis, CMC, kekayaan media, Line


Pembimbing I

  
Houtun Nisyak, S.Pd., M.Pd.  
NIP. 197203022002122002

Pembimbing II

  
Oemar Madri Bafadhal  
NIP. 199208222018031001

  
Palembang, Juli 2019  
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Sriwijaya

  
Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si  
NIP. 197905012002121005

## ABSTRACT

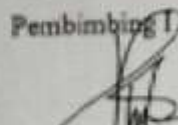
The research entitled "The Media Richness of Sticker Line Feature (Study of Communication Science Students of FISIP Sriwijaya University Indralaya Campus", has a formulation of the problem is how the richness of sticker line features of Communication Students FISIP Sriwijaya University at Indralaya Campus. The purpose of this study was to find out how the richness of sticker line features of Communication Students FISIP Sriwijaya University at Indralaya Campus.

This study uses a quantitative method. The data sources are primary and secondary from the results of questionnaires, documentation and observation. Data collected will be analyzed by the data analysis descriptive quantitative method. The theoretical foundation used is interpersonal communication, non-verbal communication, CMC (Computer Mediated Communication) and media richness theory.

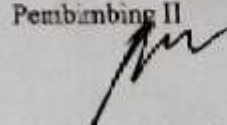
Based on the results of the research conducted, it was concluded that the use of Line sticker features in students of Communication Sriwijaya University in the dimensions of the number of signs or signs is high with a score of 305.7 which in the dimension of the number of signs found a score of 300.4 which is in high category. In the dimension of the speed of feedback found a score of 321.5 which is in high category. Furthermore, the potential dimensions for natural language found a score 319.6 which is in high category. And the last dimension is the message personalization dimension found a score 281.3 which is in normal category.

Key word : analysis, CMC, Media-Richness, Line

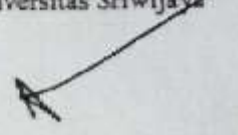
Pembimbing I

  
Hoirun Niyak, S.Pd., M.Pd  
NIP. 197203022002122002

Pembimbing II

  
Oernat Madri Bafadhal  
NIP. 199208222018031001

Palembang, Juli 2019  
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Sriwijaya

  
Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si  
NIP. 197905012002121005

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. LATAR BELAKANG**

Dalam kehidupan bersosial tentu kita sangat membutuhkan orang lain untuk memenuhi apa yang kita butuhkan dan kita inginkan. Untuk mencapainya kita perlu berkomunikasi untuk menyampaikan apa yang kita butuhkan dan kita inginkan tersebut. Komunikasi yang dilakukan tentunya mempunyai tujuan. Tanpa adanya komunikasi sudah pasti seorang manusia tidak dapat bersosialisasi dengan manusia lainnya. Komunikasi dulunya masih menggunakan alat seadanya, dimulai dari penggunaan burung sebagai media penyampaian pesan, asap sebagai komunikasi simbolik, hingga ditemukannya telepon dan mesin faksimile yang memudahkan manusia dalam berkomunikasi. Fasilitas dalam berkomunikasi juga bermacam macam, mulai dari telepon suara, pesan singkat hingga panggilan video.

Pada era globalisasi sekarang perkembangan teknologi komunikasi tidak dapat dihindarkan, salah satu dari bentuk teknologi tersebut ialah internet. Internet sudah seperti kebutuhan pokok masyarakat dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, seperti hanya sekedar mencari informasi, berkomunikasi dengan teman, kerabat dan lain-lain. Beberapa pekerjaan kini dapat dipermudah oleh kehadiran teknologi komunikasi. Demikian juga dengan individu, perusahaan, instansi pemerintahan mereka menggunakan inovasi dari teknologi komunikasi untuk menyebarkan informasi, mengelola kegiatan, mempromosikan atau mengumumkan sebuah berita dan lain sebagainya.

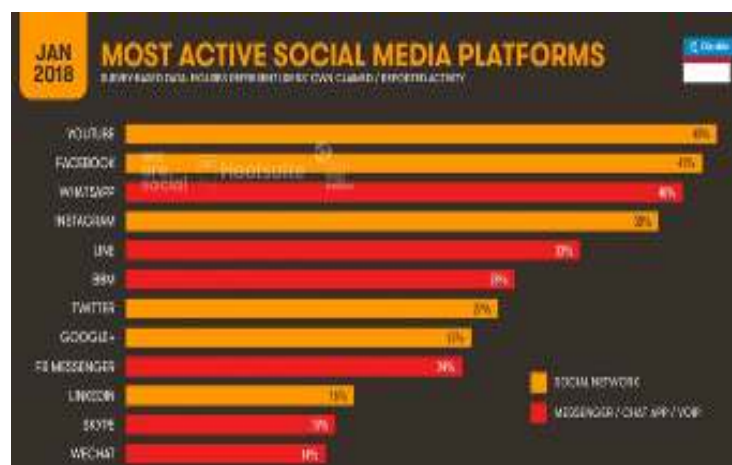
Tren yang berkembang dengan adanya perkembangan teknologi komunikasi salah satunya banyaknya aplikasi perpesanan instan berbasis internet seperti Line messaging, Whatsapp, Kakaotalk, WeChat, dan lainnya. Aplikasi perpesanan instan berbasis internet ini lebih banyak digandrungkan oleh masyarakat Indonesia karena lebih menarik dari segi fitur seperti beragamnya emoji atau stiker, fitur pesan suara, panggilan suara hingga panggilan video. Ini dianggap lebih mencakup semua daripada hanya sekedar pengiriman pesan singkat konvensional seperti SMS dan MMS yang lebih mahal dikarenakan adanya batas huruf dalam sebuah SMS dan MMS. Sehingga dengan adanya aplikasi perpesanan instan berbasis internet ini lebih memudahkan para penggunanya dari segi ekonomis maupun dari segi estetika.

Salah satu aplikasi komunikasi berbasis internet saat ini yang akan penulis bahas adalah Line Messaging. Line adalah aplikasi pengiriman pesan gratis berbasis internet yang pertama kali diluncurkan pada tanggal 23 Juni 2011 oleh Line Corporation. Aplikasi line ini dapat diunduh dalam berbagai platform baik smartphone berbasis sistem operasi Android, iOS maupun Windows dan PC berbasis Windows maupun Mac OS.

Di dalam aplikasi Line tersebut banyak berbagai fitur yang ditawarkan oleh pihak perusahaan kepada penggunaannya. Diantara lain adalah fasilitas *video call*, *voice message*, *emoji*, *sticker*, fasilitas *timeline* yang dapat melihat pembaruan status seseorang atau hanya sekedar melihat kiriman seseorang hingga fasilitas *Line Today*. Dengan fasilitas tersebut tentunya pengguna dapat dimanjakan dan nyaman menggunakan aplikasi Line tersebut. Selanjutnya penulis akan menjelaskan empat alasan mengapa mengambil stiker Line sebagai objek penelitian yaitu:

1. Kepopuleran aplikasi Line.

Aplikasi Line ini cukup populer di kalangan masyarakat Indonesia, ini dapat dilihat dari data yang disajikan dibawah ini :



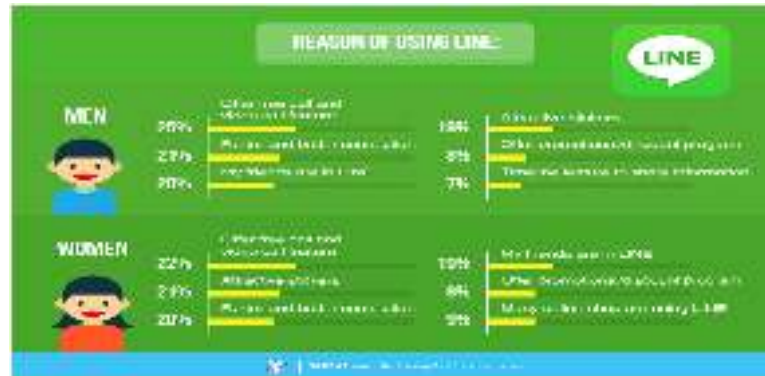
Gambar 1. *Most Active Social Media Platforms*. Sumber : We Are Social & Hootsuite Januari 2018

Dari data yang disajikan diatas dapat dilihat bahwa aplikasi Line mendapat 33% dalam persentase media sosial yang sering diakses oleh masyarakat Indonesia. Hanya kalah dari Youtube di peringkat pertama dengan 43%, Facebook di peringkat kedua dengan 41%, Whatsapp di peringkat ketiga dengan 40% dan Instagram di peringkat keempat dengan 38%.



Dikutip dari situs kumparan.com tanggal 6 Mei 2018 mengatakan, "Kita (LINE Indonesia) punya 90 juta pengguna, dan 80 persen di antaranya adalah pengguna anak muda. Kita harus keep on trend,".

Data dari jakpat.net (2016) mengenai alasan orang menggunakan line di Indonesia :

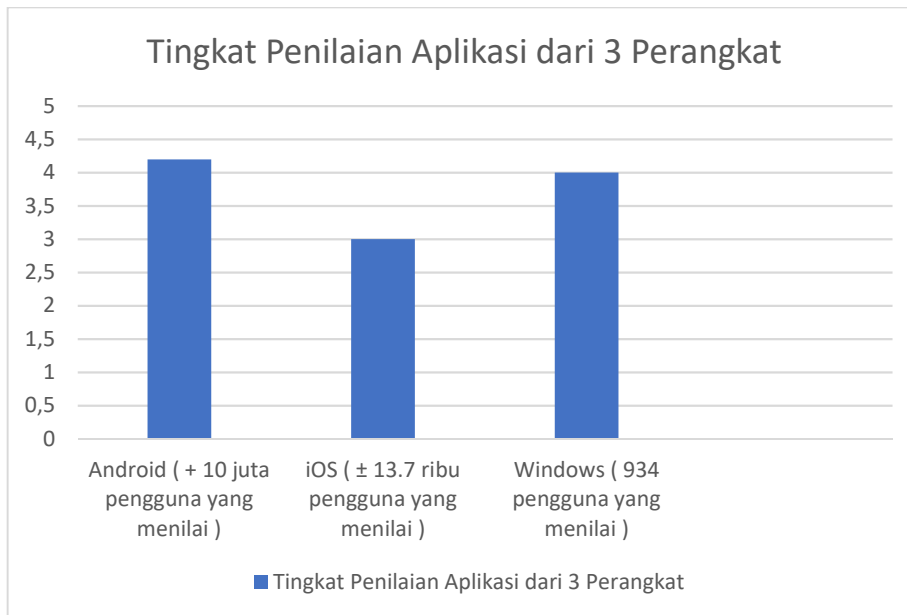


Gambar 2. Alasan orang menggunakan Line di Indonesia.

Sumber : survei jakpat.net tahun 2016

Dari penjelasan gambar diatas dapat ditarik kesimpulan yaitu salah satu alasan seseorang menggunakan line yaitu stiker yang atraktif atau menarik. Alasan tersebut dibagi menjadi 2 katagori yaitu lelaki dan wanita. Pada lelaki alasan stiker yang atraktif atau menarik menempati urutan ke empat dengan sebanyak 19%. Sedangkan pada wanita menempati urutan kedua dengan sebanyak 21%. Ini menunjukkan bahwasannya stiker yang atraktif dan menarik menjadi daya tarik seseorang dalam menggunakan aplikasi perpesanan instan ini.

## 2. Tingkat Penilaian aplikasi Line



Gambar 3. Diagram Tingkat Penilaian Aplikasi dari 3 Perangkat

Sumber : diolah oleh penulis dari masing masing *store* perangkat

Dari gambar diagram diatas dapat dilihat bahwa terdapat lebih dari 10 juta pengguna yang menilai aplikasi Line dengan nilai hasil 4.2 dari 5.0 dan penulis juga mendapati hal menarik berupa lebih dari 500 juta unduhan dan merupakan nomer 1 teratas aplikasi terlaris di bidang komunikasi di perangkat Android. Aplikasi Line ini mendapat nilai 3.0 dari 5.0 dan merupakan aplikasi jejaring sosial nomer 5 di dalam perangkat IOS dengan jumlah 13.7 ribu pengguna yang menilai. Dan aplikasi line di perangkat Windows mendapat nilai 4.0 dari 5.0 dengan jumlah 934 pengguna yang menilai. Dapat disimpulkan bahwasannya aplikasi Line ini cukup populer dikalangan masyarakat Indonesia.

Pengguna Line di kalangan masyarakat Indonesia cukup populer tidak terkecuali di kalangan mahasiswa. Tentunya sebagai mahasiswa, aplikasi Line sangat dibutuhkan untuk menunjang komunikasi diantara mereka, baik secara personal maupun kelompok. Dengan fitur yang disajikan oleh Line tentunya aplikasi tersebut semakin menarik dan bermanfaat bagi penggunanya, salah satunya adalah fitur stiker. Fitur stiker dalam aplikasi Line ini terlihat atraktif dan menarik dipandang mata dengan berbagai ekspresi yang dapat mewakili perasaan si pengirim.



Gambar 4. Contoh karakter stiker di Line.

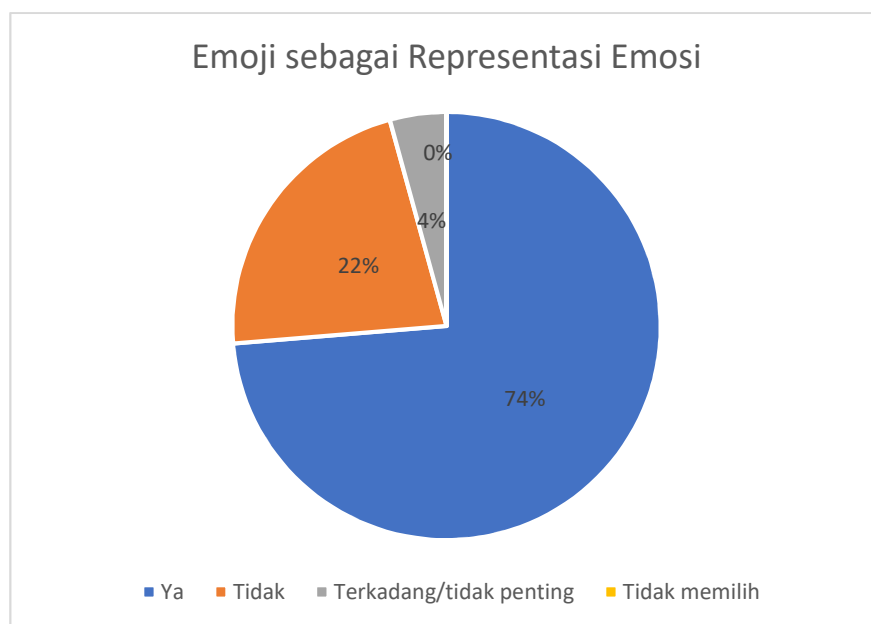
Sumber : Website resmi Line Store

Dikutip dari kompas.com tanggal 9 Februari 2017 pukul 09.30 WIB berjudul “2016, Line Sebar 8,6 Miliar Stiker di Indonesia”. Stiker Line dapat diunduh secara gratis maupun berbayar itu tergantung stiker apa yang dipilih oleh pengguna untuk diunduh.

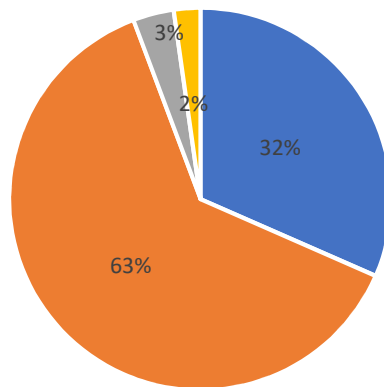
Fitur stiker aplikasi Line merupakan salah satu bentuk kekayaan media yang disajikan oleh Line. Teori kekayaan media adalah teori yang mempelajari tentang seberapa kaya nya sebuah media dalam memfasilitasi penggunaanya dalam hal ini komunikator dan komunikan dalam melakukan kegiatan komunikasi khususnya dalam bentuk komunikasi non verbal dalam hal ini adalah stiker Line.

### 3. Representasi pesan Non verbal

Stiker sejatinya adalah 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 penelitiannya berjudul “Emoji: Representations of Nonverbal Symbols in Communication Technology” mengenai persentase dari topik emoji mengungkapkan:

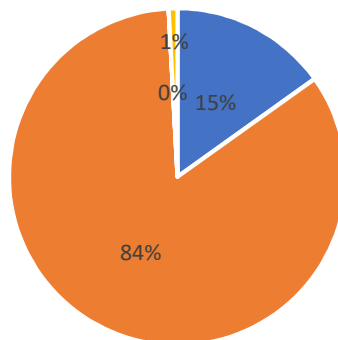


### Emoji Sebagai Sebuah Pergantian Pesan Non Verbal di dalam Komunikasi Tatap Muka

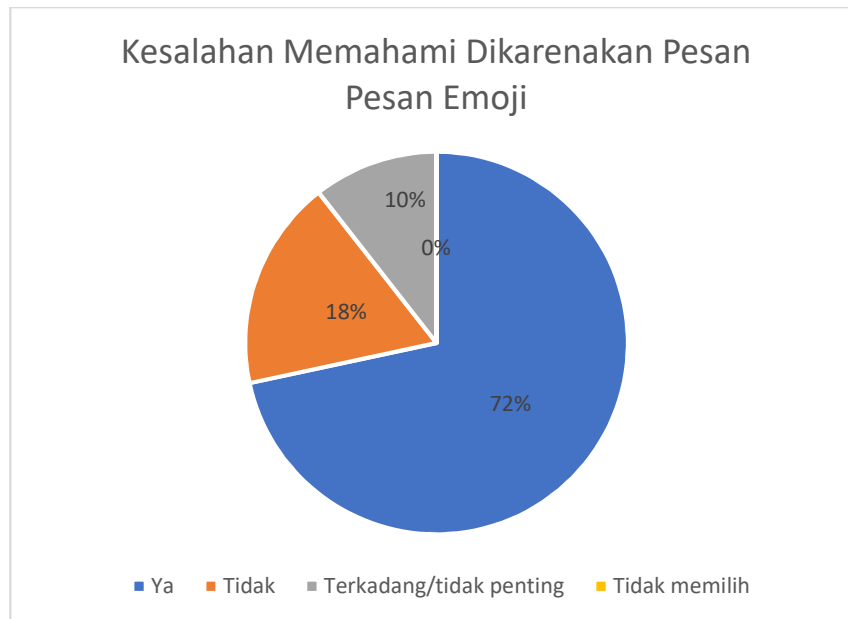


■ Ya ■ Tidak ■ Terkadang/tidak penting ■ Tidak memilih

### Kesamaan Pesan Non Verbal di dalam Komunikasi Tatap Muka dan Emoji dalam Aplikasi Perpesanan Ponsel



■ Ya ■ Tidak ■ Terkadang/tidak pernah ■ Tidak memilih



Gambar 5. Representasi Emoji. Sumber : jurnal karya D Tandyonomanu dan Tsurroyya

Pengalaman dari para responden dalam menggunakan emoji terjadi dalam kerangka yang luas, fungsi fungsi, persepsi dan metode dalam menerima makna dari si pengirim. Pertama, responden mendiskusikan fungsi yang hilang dari emoji termasuk ekspresi emosional didalam konteks yang berbeda, mencairkan suasana dan penambah hubungan interpersonal. Kedua, persepsi mereka dalam menggunakan emoji terdiri dari kepura puraan, servis bibir, gemas, menyenangkan dan seru serta praktis. Satu responden menerima emoji sebagai sebuah fitur aplikasi perpesanan ponsel memang diambil dan diklaim bahwa tidak ada yang spesial dari emoji. Ketiga, pengalaman pengalaman responden yang mana emoji membantu mereka mencerahkan penerima untuk memahami makna makna yang mereka maksudkan. Bagaimanapun, penggunaan yang berlebihan didalam sebuah grup percakapan online mungkin menyebabkan kebingungan dan ambiguitas.

Dengan jumlah stiker yang disajikan di Indonesia lebih dari 8,6 Miliar buah stiker dan pernyataan dari Revie Sylviana, Strategic Partnership Director LINE Indonesia yang mengatakan pengguna Line didominasi oleh anak muda dengan persentase 80% dari 90 juta pengguna serta mendapat 33% dalam persentase media sosial yang sering diakses oleh masyarakat Indonesia maka sangat mungkin aplikasi Line disini digunakan oleh mayoritas mahasiswa Universitas Sriwijaya sebagai salah satu media komunikasi mereka.

Akan tetapi dari hasil pra riset yang dilakukan oleh penulis menunjukkan data yang penulis dapatkan dari 51 mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya terdapat beberapa fakta yang terjadi terhadap penggunaan fitur stiker aplikasi Line sebagai kekayaan media dalam komunikasi berbasis komputer, diantaranya sebagai berikut:

#### Pernahkah Anda menggunakan fitur stiker dalam chatting?

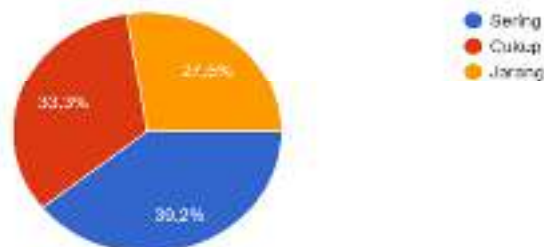
51 tanggapan



Dari pertanyaan pernahkah anda menggunakan fitur stiker dalam *chatting*, menunjukkan 100% responden menjawab ya. Dengan hasil yang menunjukkan 100% jawaban ya ditemukan bahwa mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya sudah memakai aplikasi tersebut dan sudah cukup populer untuk digunakan sebagai aplikasi perpesanan instan di kalangan mahasiswa Universitas Sriwijaya khususnya Ilmu komunikasi dalam menunjang komunikasi berbasis komputer di antara mereka.

#### Seberapa sering anda menggunakan stiker di dalam chatting?

51 tanggapan

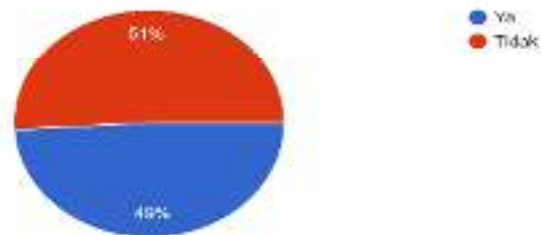


Dari pertanyaan seberapa sering anda menggunakan stiker di dalam *chatting*, menunjukkan 39,2% menjawab sering, 33,3% menjawab cukup sering, 27,5% menjawab jarang. Dengan hasil 39,2% menjawab sering berarti mahasiswa Ilmu

Komunikasi dapat dikatakan sering dalam menggunakan fitur stiker dalam menunjang komunikasi berbasis komputer khususnya komunikasi non verbal di antara mereka.

**Pernahkah Anda mengalami kesalahan komunikasi dalam penggunaan fitur stiker?**

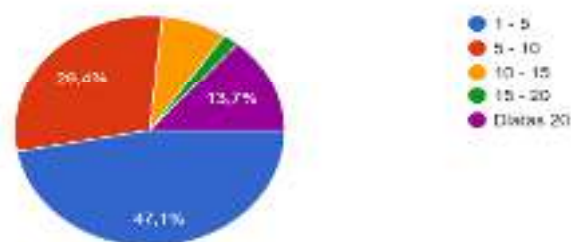
51 tanggapan



Dari pertanyaan pernahkah anda mengalami kesalahan komunikasi dalam penggunaan fitur stiker, menunjukkan 51% responden menjawab ya sedangkan 49% responden menjawab tidak. Berarti masih terdapat kendala atau masalah komunikasi yang terjadi diantara komunikasi berbasis komputer mahasiswa Ilmu Komunikasi khususnya dalam memahami makna dari stiker tersebut.

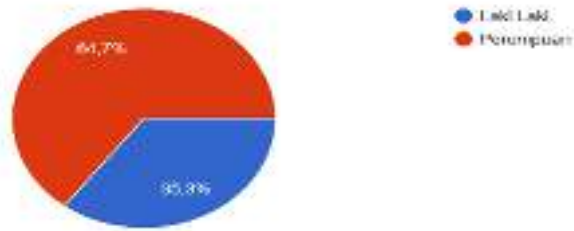
**Seberapa banyak stiker yang Anda punya di dalam aplikasi Line?**

51 tanggapan



Dari pertanyaan seberapa banyak stiker yang anda punya di dalam aplikasi line, menunjukkan 47,1% menjawab 1-5 buah, 29,4% menjawab 5-10 buah, 7,8% menjawab 10 – 15 buah, 2% menjawab 15 – 20 buah, dan 13,7 menjawab diatas 20 buah. Ini menunjukkan bahwasannya mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya tidak memiliki koleksi stiker yang banyak dalam menunjang komunikasi diantara mereka sehingga di dalam sebuah komunikasi kurang adanya ekspresi dalam sebuah pesan.

Jenis kelamin  
51 tanggapan



Gambar 6. Hasil Pra Riset. Sumber : olahan data penulis.

Dari pertanyaan jenis kelamin, menunjukkan 64,7% menjawab perempuan, sedangkan 35,3% menjawab laki laki. Ini menunjukkan kebanyakan pengguna Line ini adalah perempuan dan apabila dikaitkan dengan alasan menggunakan stiker yaitu stiker yang atraktif maka sudah cocok dengan survei yang dilakukan oleh Jakpat yaitu sebesar 21% bagi perempuan dan 19% bagi laki laki.

Dari hasil pra riset ditemukan fakta bahwa pengguna Line di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sriwijaya Kampus Indralaya ditemukan lebih dari 50% penggunanya masih mengalami kesalahan komunikasi dalam penggunaan fitur stiker Line dan cenderung memiliki stiker yang sedikit dan dalam penggunaannya hampir 40% menjawab sering menggunakan fitur stiker Line tersebut. Dengan kemudahan dalam berkomunikasi di Line dengan fitur stikernya tentunya dapat menunjang dalam hal kekayaan media dalam berkomunikasi berbasis komputer mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya. Dalam penelitian ini penulis akan menjelaskan suatu bentuk komunikasi berbentuk simbol atau gambar ini sebagai bentuk kekayaan media mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sriwijaya Kampus Indralaya.

## 1.2. RUMUSAN MASALAH

Bagaimana kekayaan media fitur stiker line pada mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sriwijaya Kampus Indralaya?

## 1.3. TUJUAN PENELITIAN

Untuk mengetahui bagaimana kekayaan media fitur stiker line pada mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sriwijaya Kampus Indralaya.

## 1.4. MANFAAT PENELITIAN



Secara teoritis, melalui penelitian ini diharapkan akan dapat diketahui bagaimana penggunaan fitur stiker aplikasi line sebagai kekayaan media dalam komunikasi antarpribadi mahasiswa Universitas Sriwijaya. Dari sini diharapkan akan dapat ditemukan suatu konsep kekayaan media dalam komunikasi berbasis komputer, khususnya dalam penggunaan fitur stiker dalam aplikasi line.

Manfaat praktisnya adalah untuk penulis adalah untuk sebagai masukan dan informasi bagi mahasiswa untuk membangun komunikasi berbasis komputer khususnya kekayaan media di dalam penggunaan fitur stiker aplikasi line.

Manfaat akademisnya adalah sebagai referensi bagi civitas akademika untuk dapat menunjang pengembangan ilmu pengetahuan khususnya Universitas Sriwijaya dan menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku :**

- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian kuantitatif, kuanlitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Slamet, Yulius. 2008. Metode Penelitian Sosial. Surakarta: UNS Press
- Sudaryono. 2017. Metode Penelitian. Kota Depok: Rajawali Pres.
- Muhammad Budyatna & Leila Mona Ganiem. 2012. Teori Komunikasi Antar Pribadi. Jakarta: Kencana.
- M Yusup, Pawit. 2010. Komunikasi Instruksional Teori dan Praktik. Jakarta. PT. Bumi Aksara.
- Hidayat, Dasrun. 2012. Komunikasi Antarpribadi dan Mediana Fakta Penelitian Fenomenologi Orang Tua dan Anak Remaja. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Mulyana, Deddy. 2001. *Human Communication 2*. Bandung: Rosda.
- Cangara, Hafied. 2012. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Rajawali Pres.
- Budyatna, Muhammad. 2015. Teori Teori Mengenai Komunikasi Antar-Pribadi. Jakarta: Prenada Media
- Liliweri, Alo. 1991. Komunikasi Antarpribadi. Bandung : Citra Aditya Bakti. hal 67
- R. Berger, Charles & E. Roloff, Michael & R. Roskos-Ewoldsen, David. 2014. Handbook Ilmu Komunikasi. Bandung: Penerbit Nusa Media. hal 213
- Aw, Suranto. 2011. Komunikasi Interpersonal. Yogyakarta: Graha Ilmu. hal 5
- Sobur, Alex. 2013. Semiotika Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Fajar, Marhaeni. 2009. Ilmu Komunikasi: Teori & Praktik. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nasrullah, Rulli. 2014. Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia). Jakarta: Prenadamedia Group.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2011. Psikologi Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

### **Jurnal :**

- Arnus, Sri Hadijah (2015). CMC Pola Baru Berkomunikasi. Jurnal Ilmu Komunikasi, 8(2)
- Pratiwi, Fatma Dian (2014). Computer Mediated Communication (CMC) Dalam Perspektif Komunikasi Lintas Budaya (Tinjauan pada Soompi Discussion Forum Empress Ki TaNyang Shipper). Jurnal Ilmu Komunikasi, 7(1).

Arnus, Sri Hadijah (2018). Pengaplikasian Pola *Computer Mediated Communication* (CMC) dalam Dakwah. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1).

Effendi, Mukhtar (2010). Peranan Internet sebagai Media Komunikasi. *Komunika*, 4(1).

Harmoni, Ati (2014). *Media Richness Theory* dan Potensi Website sebagai Media Komunikasi CSR oleh Perusahaan. *Komunikasi*.

Irawan, Indra (2015). *User Acceptance* dan *Media Richness* pada *Video Conference* dalam Kehadiran Bersama secara Sosial. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 4(1)

Maharani, Nina (-). Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Iphone Di Bandung. *Komunikasi*

### **Skripsi :**

Widiarini, Maya. 2012. *Trust* pada Individu yang Menjalin Hubungan Interpersonal Melalui Jejaring Sosial (Studi Pemaknaan Tentang Konsep *Trust* oleh Dewasa Muda yang Menjalin Hubungan Percintaan melalui Facebook). Skripsi. Depok: Universitas Indonesia.

Dirgayusa, Datta. 2016. Pengaruh Intensitas Komunikasi dengan Aplikasi Line dan Frekuensi Penggunaan Stiker pada Aplikasi Line terhadap Efektifitas Komunikasi Interpersonal (Studi Pengaruh Intensitas Komunikasi dengan Aplikasi Line dan Frekuensi Penggunaan Stiker pada Aplikasi Line terhadap Efektifitas Komunikasi Interpersonal di Kalangan Mahasiswa Transfer Program Studi S1 Ilmu Komunikasi UNS angkatan 2014 dan 2015). Skripsi. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.

Novan, Yonathan. 2013. Kepuasan Remaja Menggunakan Aplikasi Line (Studi Deskriptif Kuantitatif Kepuasan Remaja Menggunakan Aplikasi Line di Surabaya ). Skripsi. Surabaya: Universitas Pembangunan Nasional Veteran.

Nurhadiati, Ayu Lestari. 2016. Pengaruh Mengakses Media Chatting Terhadap Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

### **Internet :**

Walther, Joseph B. ----. *Theories of Computer-Mediated Communication and Interpersonal Relations* di [http://wiki.commres.org/pds/TheoriesInNewMedia/42241\\_14.pdf](http://wiki.commres.org/pds/TheoriesInNewMedia/42241_14.pdf) diakses pada 28 Oktober 2018.

Biro Perencanaan dan Hubungan Masyarakat Universitas Sriwijaya. 2018. Jumlah mahasiswa terdaftar di <http://bapsi.unsri.ac.id/index.php/menu/28> diakses pada 5 Oktober 2018.

Jakpat.net. 2016. *Indonesian LINE User 2016 – Survey Report* di <https://blog.jakpat.net/indonesian-line-user-2016-survey-report/> diakses pada 10 Oktober 2018.

Kumparan. 2018. Pengguna LINE di Indonesia Capai 90 Juta, Didominasi Anak Muda di <https://kumparan.com/@kumparantech/pengguna-line-di-indonesia-capai-90-juta-didominasi-anak-muda> diakses pada 5 Oktober 2018.