

INTISARI

Penelitian ini ingin melihat bagaimana kecenderungan penggunaan stiker oleh pengguna LINE, khususnya pengguna pria menggunakan stiker dalam percakapan grup LINE. LINE adalah pionir messaging app yang mempopulerkan stiker. Stiker sebagai bentuk lebih kompleks dari *emoticon* biasanya digunakan untuk menghadirkan isyarat nonverbal dalam komunikasi *online* yang berbasis teks. Penelitian ini berfokus kepada pengguna pria karena pada komunikasi tatap muka pria tidak terlalu banyak mengirimkan pesan nonverbal dibandingkan dengan wanita, begitu pula pada komunikasi CMC, dimana pengguna pria lebih jarang menggunakan *emoticon* dibandingkan dengan pengguna wanita. Oleh karena itu dalam penelitian ini peneliti ingin melihat bagaimana pengguna pria menggunakan stiker, sebagai pengganti isyarat nonverbal, dalam *mobile instant messaging*.

Grup yang diteliti adalah grup The Leader seluruh anggotanya adalah pria dan TN' 15 yang beranggotakan pria dan wanita. Metode dalam penelitian ini adalah analisis isi kualitatif. Metode tersebut mampu membedah pesan yang terkandung dalam dokumen komunikasi yang disampaikan secara laten dan manifes. Hasil penelitian ini adalah tidak semua pengguna pria menggunakan stiker. Pengguna pria lebih cenderung menggunakan stiker saat kondisi senang. Pengguna pria cenderung menggunakan stiker untuk menyatakan persetujuan dan menyindir anggota lainnya. Jenis stiker yang sering digunakan adalah stiker diam dan memiliki pesan verbal didalamnya. Pengguna pria cenderung lebih nyaman menggunakan stiker saat berkomunikasi sesama pria.

Kata Kunci: *Komunikasi online, stiker digital, messaging apps, group chat instant messaging*

Abstract

This study would like to see how the use of stickers by LINE users, especially male users using stickers in LINE group conversations. LINE is a pioneer messaging apps that popularizes stickers. Stickers as a more complex form of emoticons are commonly used to present nonverbal cues in text-based online communication. This research spread to male users because in face-to-face communication, men tend to not send too much nonverbal messages compared to women, so in CMC communications, where male users are less likely to use emoticons with female users. Therefore in this study researchers wanted to see how users use stickers, instead of nonverbal cues, in mobile instant messaging.

The group studied is the group The Leader which all the members are men, and TN' 15 which consist of men and women members. The method in this research is qualitative content analysis. This method is able to dissect the messages contained in the communication document delivered latently and manifest. The results of this study is not all male users use stickers. Male users are more likely to use stickers when they in a happy conditions. Male users tend to use stickers to declare consent and insinuate other members. Types of sticker that are often used are stickers that doesnt move and have a verbal messages in it. Male users tend to be more comfortable using stickers when communication with their fellow men.

Keywords: *Online communication, digital stickers, messaging apps, group chat instant messaging*