

HUBUNGAN ANTARA KONDISI EMOSI SENANG, KONDISI EMOSI SEDIH, DAN KONDISI EMOSI MARAH DENGAN KETEPATAN PENGGUNAAN *EMOTICON* DI *INSTANT MESSAGING*

Annisa Azzahra Santifera & Avin Fadilla Helmi

Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada

INTISARI

Di era saat ini, komunikasi antara manusia banyak dilakukan dengan menggunakan perantara berupa media yang memiliki keterbatasan isyarat nonverbal. *Emoticon* hadir sebagai salah satu bentuk isyarat nonverbal untuk menyampaikan emosi yang dirasakan pada konteks komunikasi tekstual. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kondisi emosi yang dirasakan dalam hal ini kondisi emosi senang, sedih, dan marah dapat mempengaruhi ketepatan seseorang dalam menggunakan *emoticon* di *instant messaging*, serta untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan ketepatan antara laki-laki dan perempuan dalam menggunakan *emoticon*. Subjek dalam penelitian ini ialah 347 mahasiswa yang berusia 18-25 tahun. Uji korelasi *Product-Moment* menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kondisi emosi senang, sedih, dan marah dengan ketepatan *emoticon* yang digunakan ($p < 0,01$). Hasil juga menunjukkan terdapat perbedaan ketepatan yang signifikan antara laki-laki dan perempuan dalam menggunakan *emoticon* senang ($p < 0,05$) dan sedih ($p < 0,05$), sedangkan tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada *emoticon* marah ($p > 0,05$). Analisis tambahan juga mengungkap bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara usia dan jangka waktu penggunaan *instant messaging* dengan *emoticon* yang digunakan.

Kata kunci: kondisi emosi, emosi senang, emosi sedih, emosi marah, *emoticon*, *instant messaging*

Annisa Azzahra Santifera & Avin Fadilla Helmi

Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada

ABSTRACT

In this era, communication between people mostly mediated by media which have limitation in nonverbal cues. Emoticon present as a nonverbal cues to convey emotion in textual communication. The purposes of this study were to determine the influence of happy, sad, and anger emotional state with the accuracy of the use of emoticon in instant messaging, and also to determine the differences in accuracy between male and female in the use of emoticon. The subject in this study were 347 undergraduate student aged 18-25. Product-Moment correlation showed there were a positive and significant relationship between happy, sad, and anger emotional state with the use of emoticon in instant messaging ($p < 0,01$). Another result showed a significant differences in accuracy between male and female in the use of happy ($p < 0,05$) and sad emoticon ($p < 0,05$), while there is no significant differences in anger emoticon ($p > 0,05$). Additional analysis also showed there were no significant differences between age and period of time using instant messaging with the use of emoticon.

Keywords: emotional state, happy emotional state, sad emotional state, anger emotional state, emoticon, instant messaging