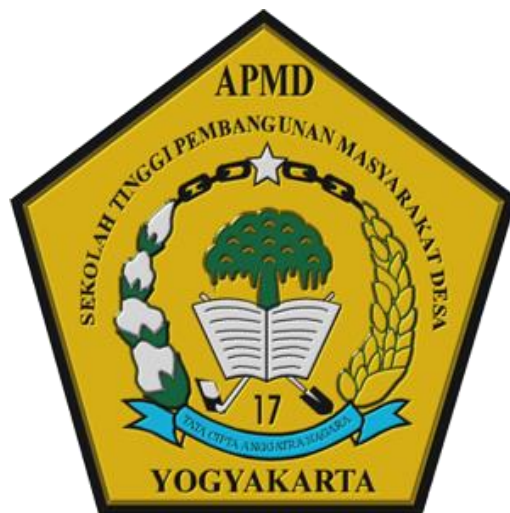


SKRIPSI
PERILAKU KOMUNIKASI MASYARAKAT UNTUK
MENGUNGKAPKAN EMOSI MELALUI STATUS WHATSAPP

(Suatu Penelitian Deskriptif Kualitatif di Kalurahan Banyuraden,
Kapanewon Gamping, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta)



Disusun oleh:

HERFINA

NIM : 18530022

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SEKOLAH TINGGI PEMBANGUNAN MASYARAKAT DESA “APMD”
YOGYAKARTA

2025

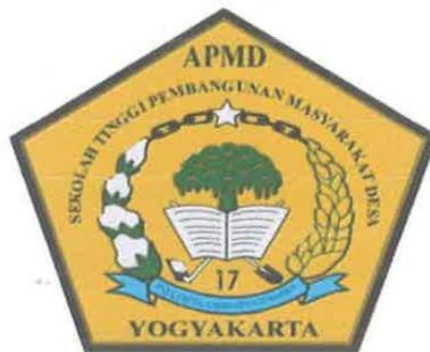
SKRIPSI
PERILAKU KOMUNIKASI MASYARAKAT UNTUK
MENGUNGKAPKAN EMOSI MELALUI STATUS WHATSAPP

(Suatu Penelitian Deskriptif Kualitatif di Kalurahan Banyuraden,
Kapanewon Gamping, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta)

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Pada

Program Studi Ilmu Komunikasi

Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa “APMD” Yogyakarta



Disusun oleh:

HERFINA

NIM : 18530022

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SEKOLAH TINGGI PEMBANGUNAN MASYARAKAT DESA “APMD”
YOGYAKARTA

2025



HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Herfina

NIM : 18530022

Judul : PERILAKU KOMUNIKASI MASYARAKAT UNTUK

Skripsi MENGUNGKAPKAN EMOSI MELALUI STATUS
WHATSAPP

(Suatu Penelitian Deskriptif Kualitatif di Kalurahan
Banyuraden, Kapanewon Gamping, Kabupaten Sleman,
Daerah Istimewa Yogyakarta)

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi sebagai prasyarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Saya menyatakan bahwa bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Yogyakarta, 11 Juli 2025



Herfina

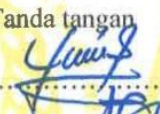


18530022

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di hadapan Tim penguji untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi pada Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa “STPMD APMD” Yogyakarta pada:

Pada hari : Senin
Tanggal : 14 Juli 2025
Pukul : 10.00 WIB
Tempat : Ruang Ujian Skripsi STPMD “APMD” Yogyakarta

TIM PENGUJI

Nama	Tanda tangan
1. Dr. Yuli Setyowati, M.Si Ketua Tim Penguji/Pembimbing	
2. Habib Muhsin, S.Sos, M.Si Penguji Samping I	
3. Fadjarini Sulistyowati, S.I.P, M.Si Penguji Samping II	

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Dr. Yuli Setyowati, M.Si
NIDN : 170 230 197



MOTTO

“Sesungguhnya sesudah sulit itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain.

Hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap.”

(Q.S Al-Insyirah: 6-8)

Man Jadda Wa Jadda

(Barang siapa bersungguh-sungguh maka ia akan berhasil)

Hidup penuh dengan Ketidakpastian

Lepaskanlah Ketakutan dan Kekhawatiranmu

Sungguh yang akan terjadi, Tidaklah berada dalam kuasamu

Maka Berserah Dirilah kamu, dan

Biarkan Tuhan yang menuntun jalanmu

(Penulis)

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa dipanjatkan kepada Allah SWT beserta Rasulnya, karena kasih sayang-Nya, karya sederhana ini dapat terselesaikan. Melalui karya ini, penulis mencoba untuk mengeksplorasi tentang Perilaku Komunikasi Masyarakat untuk Mengungkapkan Emosi melalui Status Whatsapp.

Penyusunan dan penyelesaian tulisan ini tidak terlepas dari banyak pihak yang telah memberikan dukungan dalam segala hal. Oleh karenanya ucapan terimakasih yang tak terhingga penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Ketua STPMD “APMD” Yogyakarta beserta seluruh staf akademika.
2. Ibu Dr. Yuli Setyowati, M. Si., selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi sekaligus pembimbing dari penulis, penulis mengucapkan banyak terimakasih atas bimbingan dan juga kesabarannya sehingga tulisan ini dapat terselesaikan.
3. Bapak Habib Muhsin, S.Sos, M.Si dan Ibu Fadjarini Sulistyowati, S.IP, M.Si, sebagai Dosen Penguji yang telah memberikan banyak masukan demi sempurnanya tulisan ini.
4. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Ilmu Komunikasi dimana penulis menimba Ilmu dan Pengalaman dari beliau.
5. Orang Tua penulis, alm. Bapak Masdi dan Ibu Jam’iyah selaku donatur tetap dan penyemangat hidup penulis.
6. Muzayyanah, Rizkillah, Riza Ahmad, dan Muhammad Suhada selaku saudara-saudari kandung penulis.

7. Habibah Kamila, Rafiqah Anisa, Fitriatul Auliya, Syaqla Azahra, Muhammad Bakhtet, dan Muhammad Azzaky, keponakan-keponakan tersayang penulis.
8. Teman-teman dari Ilmu Komunikasi angkatan 2018 yang telah kebersamai penulis selama menempuh pendidikan di STPMD “APMD” Yogyakarta.
9. Saudara-saudari penulis, seluruh Anggota UKM Musik Ganesha terkhusus Anggota angkatan 2018, dan Alumni UKM Musik Ganesha.
10. Teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu per satu, yang telah memberikan support selama perjalanan kuliah sampai dengan terselesaikannya skripsi penulis.
11. Serta kepada Allah dan Rasul-Nya, yang telah melimpahkan keberkahan untuk kita semua.

Yogyakarta, 11 Juli 2025

Herfina

HALAMAN ABSTRAK
PERILAKU KOMUNIKASI MASYARAKAT UNTUK
MENGUNGKAPKAN EMOSI MELALUI STATUS WHATSAPP
(Suatu Penelitian Deskriptif Kualitatif di Kalurahan Banyuraden, Kapanewon
Gamping, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta)
Herfina
18530022

ABSTRAK

Komunikasi merupakan bagian penting dalam kehidupan sehari-hari. Karena dengan adanya komunikasi manusia menjadi lebih bisa memahami manusia lainnya. Pada masa sekarang ini, komunikasi tidak hanya dapat dilakukan dengan bertatap muka secara langsung, tetapi juga bisa dilakukan secara jarak jauh yaitu dengan menggunakan media sosial yang terkoneksi dengan internet.

Jenis media sosial yang digunakan masyarakat sekarang ini sangat beragam. Salah satu yang paling sering digunakan yaitu media sosial *WhatsApp*. Dalam aplikasi *WhatsApp* itu sendiri, terdapat berbagai macam fitur yang dapat digunakan oleh penggunanya, seperti fitur untuk melakukan obrolan melalui *chatroom*, panggilan telepon, *video call*, dan ada juga status *WhatsApp* serta masih banyak lagi.

Ketika sedang berkomunikasi, seseorang pasti akan melakukan sesuatu tindakan, baik secara verbal ataupun nonverbal. Tindakan tersebut merupakan suatu yang disebut dengan perilaku. Setiap orang pasti memiliki berbagai macam perilaku ketika sedang berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain.

Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan penelitian yang dikaji dalam skripsi ini pada perilaku komunikasi masyarakat selaku pengguna dari media sosial *WhatsApp*, terkhusus Status *WhatsApp*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perilaku komunikasi masyarakat dalam penggunaan Status *WhatsApp*, serta bagaimana perilaku komunikasi masyarakat untuk mengungkapkan emosi melalui Status *WhatsApp*. Penelitian ini merupakan suatu penelitian deskriptif kualitatif. Peneliti menggunakan sepuluh orang informan sebagai sampel dari penelitian ini. Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini adalah emosi yang paling sering diungkapkan masyarakat selaku pengguna Status *WhatsApp*, antara lain yaitu senang atau bahagia, sedih, marah dan kecewa.

Kata Kunci : *Perilaku Komunikasi. WhatsApp, Status WhatsApp, Pengungkapan Emosi. Masyarakat. Banyuraden.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR BAGAN	xi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang.....	1
B. Kebaruan Penelitian	7
C. Rumusan Masalah	12
D. Tujuan Penelitian	12
E. Manfaat Penelitian	12
F. Kajian Teori	13
G. Kerangka Pikir	31
H. Metodologi Penelitian	32
1. Jenis Penelitian.....	32
2. Lokasi Penelitian.....	33

3. Data dan Sumber Data	33
4. Teknik Pengumpulan Data	34
a. Observasi	34
b. Wawancara	35
c. Studi Kepustakaan	36
d. Dokumentasi	37
5. Teknik Pengambilan Sampel	37
6. Teknik Analisis Data	38
BAB II PROFIL KELURAHAN BANYURADEN	41
A. Sejarah Kalurahan Banyuraden	41
B. Visi dan Misi	41
1. Visi	41
2. Misi	42
C. Data Penduduk	42
1. Data Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin	42
2. Data Penduduk Berdasarkan Pekerjaan	42
3. Data Penduduk Berdasarkan Status Perkawinan	43
4. Data Penduduk Berdasarkan Agama	43
D. Letak Geografis	44
E. Potensi yang Ada di Kalurahan Banyuraden	45
1. Potensi Sumber Daya Alam	45
2. Potensi Sumber Daya Manusia	45
3. Potensi Sumber Daya Pembangunan Infrastruktur dan Aset	

Kalurahan	46
4. Potensi Sumber Daya Sosial Budaya	47
F. Strategi Pembangunan Kalurahan	47
1. Tata Kelola Pemerintahan	48
2. Ketahanan Ekonomi	49
3. Ketahanan Sosial	52
4. Ketahanan Lingkungan	54
5. Ketahanan Budaya	55
6. Ketahanan Lembaga Kemasyarakatan Kalurahan (LKK).....	57
BAB III SAJIAN DAN ANALISIS DATA.....	59
A. Informasi informan.....	59
B. Sajian/Hasil Penemuan Penelitian.....	59
1. Perilaku Komunikasi Masyarakat Pengguna Status WhatsApp.....	59
2. Perilaku Komunikasi Masyarakat untuk Mengungkapkan Emosi Melalui Status WhatsApp	68
C. Analisis Data	75
1. Perilaku Komunikasi Masyarakat Pengguna Status WhatsApp.....	75
2. Perilaku Komunikasi Masyarakat untuk Mengungkapkan Emosi Melalui Status WhatsApp	83
BAB IV PENUTUP	90
A. Kesimpulan	90
B. Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	92

LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	96
------------------------	----

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Pikir	31
--------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Data Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 2.2 Data Penduduk Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel 2.3 Data Penduduk Berdasarkan Status Perkawinan	43
Tabel 2.4 Data Penduduk Berdasarkan Agama.....	43
Tabel 3.1 Informaasi tentang Informan.....	59
Tabel 3.2 Tingkat seberapa penting mengupdate status WhatsApp	76
Tabel 3.3 Intensitas dalam mengupdae status WhatsApp.....	77
Tabel 3.4 Momen pemicu untuk mengupdate status WhatsApp.....	77
Tabel 3.5 Faktor penyebab mengupdate status WhatsApp	78
Tabel 3.6 Konten yang biasa diupdate di status WhatsApp.....	80
Tabel 3.7 Tujuan dalam mengupdate status WhatsApp.....	81
Tabel 3.8 oleh masyarakatSasaran dari pengguna status WhatsApp	82
Tabel 3.9 Cara mengungkapkan emosi melalui status WhatsApp.....	85
Tabel 3.10 Cara mengekspresikan diri untuk mengungkapkan emosi melalui status WhatsApp	86
Tabel 3.11 Harapan tentang timbal balik dari postingan luapan emosi	88
Tabel 3.12 Rasa setelah mengungkapkan emosi melalui status WhatsApp.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Status WhatsApp tentang rasa senang, sedang berkegiatan sehari-hari.....	83
Gambar 3.2 Status WhatsApp tentang rasa senang dan rasa syukur.....	84

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ketika melihat atau mendengar kata komunikasi, maka yang akan terbesit dalam pikiran antara lain adalah seseorang yang menyampaikan pesan atau seringkali disebut juga dengan komunikator, pesan itu sendiri, dan orang yang menerima pesan atau komunikan. Komunikasi dapat dilakukan secara langsung (*face to face*) dan juga dapat dilakukan melalui perantara media, baik media cetak maupun elektronik. Berbicara tentang komunikasi pastinya tidak akan terlepas dari kehidupan manusia sehari-hari, karena komunikasi merupakan salah satu aspek penting di dalam kehidupan. Komunikasi biasanya dilakukan di setiap saat dan dimanapun kita berada, entah itu di rumah, di sekolah, tempat kerja, dll. Komunikasi yang dilakukan pun bermacam-macam bentuknya, ada yang berupa komunikasi interpersonal biasanya terjadi saat dua orang sedang berbicara, bercerita atau semacamnya, ada pula yang berupa komunikasi intrapersonal seperti merenung, berdoa, dan berpikir, ada pula yang berbentuk komunikasi kelompok yang biasanya terdiri dari tiga orang atau lebih, lalu ada komunikasi yang berbentuk organisasi yang mana cakupan dari komunikasi ini lebih luas dari komunikasi kelompok, dan yang terakhir ada komunikasi massa yang mana biasanya komunikasi ini mencakup khalayak umum yang sangat luas.

Seperti diketahui bersama bahwa manusia merupakan makhluk sosial, sehingga memerlukan keberadaan orang lain untuk membangun sebuah

hubungan timbal balik dalam berkomunikasi. Pada saat komunikasi itu berlangsung, maka terjadilah sebuah proses pertukaran informasi atau pesan dari komunikator kepada komunikan. Hal tersebut akan dikatakan sebagai komunikasi yang baik apabila di antara komunikator dan komunikan memiliki sebuah pemahaman atau pengertian yang sama terhadap pesan yang disampaikan. Dengan adanya komunikasi dan juga interaksi antara seseorang dengan orang lain yang ada di lingkungan sekitarnya, maka akan menghasilkan yang namanya sebuah perilaku komunikasi.

Suatu perilaku biasanya terbentuk dari interaksi antara seorang individu dengan individu lain atau bisa juga dengan lingkungannya. Dari berbagai macam interaksi yang dilakukan oleh seseorang tersebut, pada akhirnya akan menghasilkan suatu perilaku. Perilaku yang dimiliki seseorang akan sangat mempengaruhi cara seseorang itu dalam melakukan komunikasi. Perilaku seseorang pada saat melakukan komunikasi disebut dengan perilaku komunikasi. Perilaku komunikasi sendiri dapat berupa perilaku verbal maupun nonverbal. Biasanya perilaku komunikasi timbul karena dorongan dari keinginan seseorang untuk memperoleh tujuan tertentu.

Setiap individu pasti memiliki perilaku komunikasi yang berbeda-beda. Perbedaan tersebut biasanya dipengaruhi oleh faktor usia, pendidikan, pekerjaan, pergaulan, serta lingkungan sekitar yang membentuk kepribadian seseorang tersebut. Tentu saja cara berkomunikasi dengan anak-anak atau orang yang lebih belia tidak bisa kita samakan dengan orang yang sepantaran apalagi dengan orang yang lebih tua dari kita. Makin dewasa dan makin tinggi

pendidikan seseorang, maka perilaku komunikasinya juga seharusnya semakin terkendali serta mencerminkan siapa dirinya. Misalkan saja, dalam masyarakat ada orang yang telah mengenyam pendidikan tinggi maka secara otomatis perilaku yang dilakukan orang tersebut tidak akan sama seperti perilaku anak sekolah menengah tingkat pertama ataupun anak yang masih duduk dibangku sekolah dasar. Karena seseorang dimasyarakat yang sudah menempuh pendidikan tinggi pada umumnya sudah berusia delapan belas tahun keatas, yang pada usia tersebut seharusnya manusia sudah memiliki kematangan emosi yang baik serta sudah dapat membedakan antara baik dan buruk. Namun apa yang terjadi kalau orang-orang dimasyarakat tidak berperilaku seperti sebagaimana mestinya. Terutama dalam hal mengungkapkan emosi atau meluapkan emosi melalui media sosial.

Dewasa ini, keberadaan internet merupakan salah satu bukti dari perkembangan teknologi. Perkembangan tersebut tentu saja tidak dapat dipungkiri lagi. Dengan adanya perkembangan internet tersebut, pada akhirnya masyarakat mau tidak mau akan dituntut untuk mengenal serta menggunakan teknologi untuk mempermudah aktivitas sehari-hari. Di dalam internet sendiri terdapat berbagai macam aplikasi, dan diantara aplikasi-aplikasi tersebut adalah aplikasi yang mencakup media sosial. Media sosial merupakan salah satu saluran yang dapat membuat para penggunanya saling terhubung sehingga dapat mencari informasi, berkomunikasi, berinteraksi serta menjalin pertemanan secara *online*.

Aplikasi yang dikategorikan sebagai media sosial pun bermacam-macam, antara lain *Facebook, Line, Instagram, Twitter, Path, WhatsApp, Snapchat, BBM, Tantan, Telegram, Messenger* serta masih banyak lagi yang lainnya. Para penggunaan media sosial dapat dengan praktis menciptakan suatu forum dimana individu satu dengan yang lainnya dapat saling berkomunikasi dan bertukar pikiran satu sama lain. Sehingga dalam hal ini individu tersebut juga dapat membuat asumsi, dan membangun emosi serta kepercayaan melalui respon atau komentar dari individu lain yang memiliki pemikiran dan sudut pandang yang berbeda dari dirinya pada media sosial tersebut.

Adanya media sosial, tentunya dapat mempermudah untuk saling berinteraksi, bersosialisasi dan juga berkomunikasi. Salah satu media sosial yang sering digunakan untuk bersosialisasi dan bertukar informasi atau pesan oleh individu maupun kelompok saat ini adalah *Whatsapp*. *Whatsapp* adalah aplikasi yang dapat mengatur pengguna dalam melakukan obrolan melalui *chat* serta dapat mengatur pengguna untuk membagikan aktivitasnya kepada siapa saja via status *Whatsapp* atau *story*.

Penggunaan media sosial setiap tahunnya selalu mengalami peningkatan. Berdasarkan data dari *Datareportal.com* jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 143 juta pengguna pada awal tahun 2025. Jumlah tersebut mengalami kenaikan sebesar 2,9% dari tahun sebelumnya. Dari 143 juta pengguna media sosial tersebut 126 juta pengguna diantaranya

adalah pengguna yang berusia diatas 18 tahun. Identitas pengguna media sosial Indonesia saat ini adalah 46% perempuan dan 56% laki-laki.

(<https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>)

Indonesia masuk kedalam lima besar negara yang menggunakan *WhatsApp* terbanyak di dunia. Saat ini Indonesia menduduki posisi ketiga dengan total 112 juta pengguna. Posisi pertama ditempati oleh India dengan 853,8 juta pengguna, dan diposisi kedua ada Brasil dengan 148 juta pengguna.

(<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20250502180141-206-1225139/jumlah-pengguna-whatsapp-tembus-3-miliar-berapa-di-indonesia>)

Pengguna aktif *Whatsapp* setiap harinya memiliki persentase yang sangat besar. Menurut data yang dikutip dari We Are Social, 90.9% pengguna internet yang berusia 16-64 tahun mengatakan bahwa *WhatsApp* adalah media sosial yang paling banyak digunakan. Rata-rata dari pengguna tersebut menghabiskan waktu sebanyak 26 jam 13 menit untuk berkomunikasi melalui *WhatsApp* dalam satu bulan.

(<https://www.inilah.com/data-pengguna-media-sosial-indonesia>)

Whatsapp menjadi salah satu media sosial yang paling digemari oleh masyarakat, terlebih lagi dari kalangan remaja dan orang dewasa. Aplikasi *Whatsapp* sekarang menjadi salah satu media utama untuk berkomunikasi. Ditambah lagi dengan adanya fitur Status *Whatsapp* yang mana para pengguna dapat membagikan kegiatan, pengalaman, perasaan, ataupun pemikiran yang mereka miliki di dalam status *Whatsapp* tersebut.

Perilaku untuk membagikan atau memposting kegiatan maupun perasaan tersebut dilakukan oleh berbagai kalangan masyarakat. Setiap individu dari masyarakat memiliki cara tersendiri untuk mengungkapkan atau mengekspresikan sesuatu. Salah satu media yang sering dipergunakan masyarakat untuk mengungkapkan atau mengekspresikan apa yang mereka rasakan tidak lain adalah status *Whatsapp*. Fitur status *Whatsapp* sendiri hampir sama dengan *Instagram story* maupun status *Facebook*, yang membedakan adalah pada status yang dapat melihat atau mengaksesnya hanya orang-orang atau pengguna yang nomor kontakannya tersimpan dalam telepon saja, sedangkan di *Instagram* dan *Facebook* cakupannya lebih luas.

Setiap orang pasti memiliki emosi di dalam dirinya, dan cara mengungkapkan atau mengekspresikannya pun pasti sangat beragam. Pengungkapan emosi tersebut bisa melalui ekspresi wajah maupun perilaku lainnya. Namun sekarang dengan pergeseran zaman serta dengan perkembangan teknologi seperti adanya media sosial membuat perubahan pada perilaku seorang tersebut untuk mengungkapkan emosi yang dimilikinya. Sekarang orang lebih cenderung untuk mengekspresikan diri melalui media sosial.

Perilaku komunikasi via media sosial sudah bukan menjadi hal yang asing lagi kalangan masyarakat. Para pengguna *Whatsapp* acapkali membagikan momen-momen yang telah berlangsung, sedang berlangsung maupun yang akan berlangsung via status *Whatsapp* yang dimiliki. Selain dipergunakan untuk membagikan momen, status *Whatsapp* seringkali

dijadikan media untuk mengekspresikan atau mengungkapkan emosi oleh masyarakat luas. Bentuk dari luapan atau ungkapan emosi tersebut dapat berupa amarah, kesedihan, kebahagiaan, ketakutan, kebingungan dan lain sebagainya. Cara untuk mengungkapkannya pun bermacam-macam, ada yang berbentuk postingan berupa foto, tulisan, bahkan ada juga yang berbentuk video.

Dari latar tersebut, maka penelitian ini ingin menggali dan mempelajari lebih dalam lagi perihal perilaku komunikasi masyarakat melalui media sosial, yakni *WhatsApp*. Dalam kesempatan ini penelitian akan difokuskan pada penggunaan status *Whatsapp*, yang mana status *WhatsApp* tersebut dijadikan sebagai sebuah saluran oleh masyarakat untuk mengungkapkan atau meluapkan emosi. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat di Kalurahan Banyuraden, Kapanewon Gamping, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.

B. Kebaruan Penelitian

Penelitian oleh Irbithul Fikriyah Al-auhi yang berjudul “Pengaruh Kepribadian Terhadap Pengungkapan Diri Melalui *Whatsapp Status* Dikalangan Siswa MAN 02 Kota Serang” publikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta (2020: iv). Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan adanya pengaruh positif dengan tingkat korelasi yang kuat sebesar 0,650 dan kepribadian berpengaruh sebesar 42,3% terhadap pengungkapan diri siswa MAN 02 Kota Serang di *Whatsapp Status*. Penelitian ini hampir sama

dengan penelitian yang dilakukan oleh Irbithul Fikriyah Al-auhi, yaitu sama-sama menggunakan media status *Whatsapp* sebagai bahan kajian. Perbedaan dari penelitian tersebut adalah objek yang diteliti dilakukan pada Siswa SLTA dan lebih berfokus pada pengaruh dari kepribadian terhadap pengungkapan diri siswa tersebut dan penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif. Adapun penelitian ini memilih masyarakat sebagai objek yang akan diteliti dan fokus penelitiannya adalah tentang perilaku komunikasi yang dilakukan masyarakat untuk mengungkapkan emosi, dan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kaulitatif.

Penelitian oleh Paramitha Amanda Rorimpandey J.S. Kalangi yang berjudul “Perilaku Komunikasi Mahasiswa Pengguna Sosial Media Path (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sam Ratulangi)” publikasi Acta Diurna Komunikasi (2016). Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa menggunakan media sosial Path sebagai sarana untuk eksistensi diri, sebagai media pamer, dan juga media untuk berinteraksi. Terdapat tiga perilaku bentuk perilaku yang ditimbulkan oleh pengguna sosial media Path yaitu perilaku *scripted*, perilaku *contrived*, dan perilaku spontan. Penelitian ini hampir serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Paramitha Amanda, yang mana sama-sama mengangkat tentang perilaku komunikasi menggunakan media sosial. Perbedaan dari penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah dalam penelitian tersebut menggunakan media sosial *Path* sedangkan dalam penelitian ini menggunakan media sosial status *Whatsapp*,

dan objek dari penelitian tersebut ialah mahasiswa sedangkan penelitian ini menjadikan masyarakat sebagai objeknya.

Penelitian oleh Ernawati, Muh. Resa Yudianto Suldani yang berjudul “Perubahan Perilaku Komunikasi Kaum Perempuan Pengguna Instagram Stories di Kota Makassar” publikasi KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi (2020: 331). Hasil penelitian tersebut memperlihatkan bahwa layanan *Instagram story* memberi perubahan terhadap perilaku komunikasi pengguna Instagram yang berdampak pada kehidupan sosial pengguna. Perubahan perilaku komunikasi terjadi karena didukung dengan informasi menarik yang diperoleh dari hasil unggahan foto dan video pengguna di *Instastory*. Penelitian yang dilakukan oleh Ernawati, dkk, juga memiliki kesamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama ingin mengungkap perilaku komunikasi melalui media sosial dan sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Adapun perbedaannya, dalam penelitian tersebut lebih menekankan pada perubahan perilaku komunikasi yang terjadi pada kaum perempuan sebagai pengguna Instagram Storis, sedangkan pada penelitian ini lebih terfokus pada perilaku komunikasi masyarakat dalam mengungkapkan emosi melalui status *Whatsapp*.

Penelitian oleh Desy Oktaheriyani, M. Ali Wafa, Shen Shadiqien yang berjudul “Analisis Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial Tiktok (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNISKA MAB Banjarmasin)” publikasi ePrints UNISKA (2020: iv). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Oktaheriyani, dkk, menunjukkan perilaku

komunikasi pengguna media sosial *TikTok* pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNISKA MAB Banjarmasin yaitu mereka menggunakan media sosial *TikTok* karena sedang trend di zaman sekarang. Berbagai macam fitur menarik terdapat pada media sosial *TikTok* sehingga dapat menghilangkan beban pikiran. Membuat konten yang sedang viral, mengedukasi pengguna media sosial *TikTok* dan menyalurkan bakat melalui media sosial *TikTok*, menjadikan media sosial *TikTok* sebagai sarana hiburan dan sumber informasi. Persamaan dari penelitian tersebut dengan penelitian ini sama-sama mengangkat tentang perilaku komunikasi dalam menggunakan media sosial, yang membedakan adalah penelitian tersebut menggunakan media *TikTok* dan objeknya adalah mahasiswa sedangkan penelitian ini berfokus pada media status *Whatsapp* dan objeknya adalah masyarakat. Penelitian tersebut hanya terpaku pada perilaku komunikasi mahasiswa dalam menggunakan media sosial *TikTok* secara umum, sedangkan dalam penelitian ini lebih menjurus kepada perilaku untuk mengungkapkan emosi yang dilakukan oleh masyarakat.

Penelitian oleh Dewi Rosita Sari yang berjudul “Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial *Tinder* Dalam Menjalin Relasi Pertemanan Di Kalangan Mahasiswa UNIKOM (Studi Deskriptif Tentang Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial *Tinder* Dalam Menjalin Relasi Pertemanan di Kalangan Mahasiswa UNIKOM)” publikasi UNIKOM Repository (2015: 1). Hasil dari penelitian tersebut menemukan bahwa interaksi pengguna media sosial *Tinder* dalam menjalin relasi

pertemanan di kalangan mahasiswa yaitu terdiri dari beberapa komponen yaitu *chatting*, bercanda untuk mencairkan suasana obrolan, menggunakan *emoticon*, dan menggunakan bahasa yang santai. Tindakan yang dilakukan pengguna media sosial *Tinder* yaitu mengganti foto profil, isi identitas profil (bio), dan *update* foto ke konten media, di *Tinder*. Hubungan pengguna media sosial *Tinder* memiliki hubungan pertemanan dengan lawan bicara di media sosial *Tinder*. Persamaan dari penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah sama-sama mengangkat atau mengkaji tentang perilaku komunikasi di media sosial. Adapun perbedaannya adalah dalam penelitian tersebut menggunakan mahasiswa sebagai objek dan menggunakan media sosial *Tinder*, sedangkan pada penelitian ini menggunakan media sosial status *Whatsapp* dan objeknya adalah masyarakat, untuk fokus pada penelitian tersebut adalah perilaku pengguna media sosial dalam menjalin relasi pertemanan, sedangkan dalam penelitian ini lebih menitik beratkan kepada perilaku untuk mengungkapkan emosi.

Dari pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa yang menjadi pembeda dari penelitian-penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah pada fokus penelitiannya. Penelitian ini juga dapat dikatakan sebagai pembaharuan dari penelitian-penelitian terdahulu. Fokus dari penelitian ini adalah peneliti ingin mengkaji perihal perilaku komunikasi di kalangan masyarakat terkait dengan cara untuk mengungkapkan emosi melalui media sosial status *Whatsapp*.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan pada latar belakang tersebut, maka rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perilaku komunikasi masyarakat sebagai pengguna status *Whatsapp*?
2. Bagaimana perilaku komunikasi masyarakat untuk mengungkapkan emosi melalui status *Whatsapp*.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah yang pertama, peneliti sangat tertarik untuk membahas lebih lanjut mengenai perilaku komunikasi masyarakat di media sosial terutama pada status *Whatsapp*. Tujuan yang kedua untuk mengetahui bagaimana perilaku komunikasi masyarakat dalam menggunakan media sosial terkhusus status *Whatsapp* sebagai media untuk mengungkapkan emosi.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan oleh peneliti dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya yang akan diteliti oleh teman-teman setelah peneliti dan yang berkaitan dengan ilmu komunikasi,

terutama mengenai perilaku komunikasi untuk mengungkapkan emosi pada media sosial.

2. Secara Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi pembelajaran atau masukan bagi masyarakat luas maupun peneliti perihal penerapan dan pemahaman mengenai perilaku komunikasi yang baik dan bijak untuk mengungkapkan emosi di dalam media sosial terkhusus pada status *Whatsapp*.

F. Kajian Teori

Dilihat dari judul yang akan diteliti dalam penelitian ini, teori yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teori perilaku komunikasi, masyarakat, pengungkapan emosi, media sosial, dan *Whatsapp*.

1. Perilaku Komunikasi

a. Definisi Perilaku Komunikasi

Skinner (Notoatmodjo dalam Nugraha, 2018: 99), seorang ahli psikologi merumuskan bahwa perilaku adalah respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus (rangsangan dari luar). Menurut Mc Donald (Nugraha, 2018: 99), perilaku adalah sebagai sebuah respon atau aksi yang dilakukan seseorang atau segala sesuatu yang dilakukannya.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa perilaku merupakan serangkaian respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus, baik sistem atau organisme lain disekitar lingkungan. Perilaku juga dapat diartikan sebagai segala sesuatu hal yang dilakukan oleh seseorang.

Komunikasi menurut Artika (Ginting, 2021: 6), merupakan proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu, mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara lisan (langsung) ataupun tidak langsung (melalui media). Adapun menurut Sasa Djuara Sendjaja dalam bukunya yang berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi memaparkan bahwa pada dasarnya komunikasi adalah suatu proses siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa, dan dengan akibat atau hasil apa (Ginting, 2021: 5).

Jadi pengertian perilaku komunikasi adalah serangkaian tindakan penyampaian pesan dari seseorang karena adanya stimulus dari organisme lain di sekitar lingkungannya yang kemudian direspon oleh organisme lainnya. Hal tersebut dipengaruhi oleh lima prinsip komunikasi yakni siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa, dan dengan akibat atau efek apa. Komunikasi tersebut akan berhasil dan berjalan dengan baik

jika pesan yang disampaikan komunikator dan pesan yang diterima komunikan memiliki kesamaan makna.

b. Bentuk Perilaku Komunikasi

Adapun bentuk dari perilaku komunikasi menurut Anggitasari (2015: 23-25) terdiri dari dua bentuk yaitu sebagai berikut:

1) Perilaku komunikasi verbal

Perilaku komunikasi verbal menempatkan bahasa atau kata sebagai unsur terpenting. Karena melalui bahasa, pikiran dan tujuan akan terungkapkan. Bahasa yang dimaksudkan dalam hal ini adalah bahasa yang diucapkan dan yang tertulis. Adanya kesamaan bahasa tentu saja akan mempermudah proses dalam berkomunikasi. Begitupun sebaliknya, jika terdapat perbedaan dalam berkomunikasi maka yang terjadi adalah kesulitan untuk mencapai saling pengertian atau pemahaman yang sama.

2) Perilaku komunikasi nonverbal

Perilaku komunikasi nonverbal lebih identik dengan komunikasi yang disampaikan diluar kata-

kata yang terucap dan tertulis. Komunikasi nonverbal meliputi dari ekspresi atau mimik wajah, nada atau intonasi suara, gerak tubuh, serta tindakan-tindakan yang tidak menggunakan kata-kata.

2. Masyarakat

a. Definisi Masyarakat

Masyarakat merupakan suatu keseluruhan kompleks hubungan manusia yang luas sifatnya. Keseluruhan yang kompleks sendiri berarti bahwa keseluruhan itu terdiri atas bagian-bagian yang membentuk suatu kesatuan (Peter L. Berger dalam Margayaningsih, 2018: 76).

Adapun menurut Linton, Masyarakat adalah sekelompok manusia yang telah cukup lama hidup dan bekerjasama sehingga dapat terbentuk organisasi yang mengatur setiap individu dalam masyarakat tersebut dan membuat setiap individu dalam masyarakat dapat mengatur diri sendiri dan berpikir tentang dirinya sebagai suatu kesatuan sosial dengan batas tertentu (Margayaningsih, 2018: 76)

Jadi, berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa masyarakat adalah sekelompok manusia yang telah hidup cukup lama dan bekerjasama hingga terbentuk

organisasi yang dapat mengatur setiap orang dalam anggotanya serta memiliki pemikiran atas dirinya sendiri sebagai satu kesatuan sosial dengan batas tertentu. Masyarakat juga merupakan keseluruhan kompleks dari hubungan manusia yang bersifat luas.

b. Ciri-Ciri Masyarakat

Adapun ciri-ciri dari masyarakat menurut Soerjono Soekanto (dalam Margayaningsih, 2018: 76) antara lain adalah sebagai berikut:

- 1) Manusia yang hidup bersama, sekurang-kurangnya terdiri atas dua orang.
- 2) Bercampur/bergaul dalam jangka waktu yang cukup lama.
- 3) Sadar bahwa mereka merupakan satu kesatuan.
- 4) Merupakan suatu sistem hidup bersama.

c. Peran Masyarakat

Menurut Wulansari, Peran adalah konsep tentang apa yang harus dilakukan oleh individu dan masyarakat. Hal tersebut selaras dengan apa yang dikemukakan oleh Paul dan Chester yang mengartikan peran sebagai perilaku yang diharapkan dari seseorang yang memiliki status. Dari

pemaparan tersebut, peran dimaknai sebagai tindakan seseorang yang dilakukan berkaitan dengan kedudukan dalam suatu struktur sosial (Herdiana, 2019: 77).

Jika peran tersebut dihubungkan dengan masyarakat, maka peran masyarakat ialah suatu tindakan yang dilakukan sekelompok orang yang mencerminkan kesamaan perilaku sebagai sebuah entitas komunal yang berkaitan dengan struktur sosial tertentu.

Adapun sifat-sifat dari peran masyarakat menurut Herdiana (2019) yaitu sebagai berikut:

- 1) Perilaku sekelompok orang dimana tindakan tersebut dilakukan secara bersama-sama oleh individu-individu yang ada dalam suatu kelompok.
- 2) Adanya pembagian peran masing-masing anggota kelompok.
- 3) Adanya kesamaan perilaku dari kelompok tersebut yang meliputi pola pikir dan pola tindak.
- 4) Perilaku tersebut merupakan perwujudan dari ciri atau kehendak kelompok.
- 5) Dilakukan dengan suatu struktur sosial tertentu.

3. Pengungkapan Emosi

a. Pengertian Emosi

Dilihat dari segi etimologi, emosi berasal dari kata *emouvoir* dari bahasa Prancis yang artinya “kegembiraan”. Emosi juga berasal dari bahasa Latin yaitu *emovere* yaitu *e* (varian *eks*) artinya “luar” dan *movere* maknanya “bergerak” (Coky Aditya Z., 2015: 10). Pemaknaan dari kata tersebut mengisyaratkan bahwa kecenderungan dalam bertindak merupakan hal yang mutlak dalam emosi. Menurut De Mijolla (Santoso, 2021: 1), emosi diartikan sebagai bentuk gambaran dari gerak fisik yang dapat diasumsikan sebagai makna yang terasosiasi dari gerak mental diri.

Menurut Sudarsono (Gede, 2021: 4), emosi adalah suatu keadaan yang kompleks dari organism seperti terdugahnya perasaan yang dibarengi dengan perubahan yang terjadi dalam organ tubuh yang bersifat luas, yang biasanya bercampur dengan perasaan yang kuat yang mengarah pada suatu bentuk perilaku atau tingkah laku tertentu. Antara emosi dan kondisi tubuh memiliki hubungan yang erat, juga terhadap denyut jantung, pernafasan, sirkulasi darah, serta biasanya menimbulkan ekspresi seperti tersenyum, menangis, tertawa, marah serta dapat merasa senang dan kecewa juga.

Sedang menurut Chaplin (Gede, 2021: 4), emosi adalah suatu keadaan yang terangsang dari organisme yang mencakup beberapa perubahan yang disadari, yang sifatnya mendalam dari perubahan perilaku. Emosi juga berbeda dengan perasaan, yang mana perasaan merupakan pengalaman yang disadari yang biasanya diaktifkan oleh perangsang eksternal ataupun oleh berbagai macam keadaan jasmaniah.

Dengan bertambahnya usia, maka emosi seseorang pun biasanya akan terus berkembang. Proses pembentukan juga melewati fase-fase dari perkembangan itu sendiri, yang didukung oleh faktor internal seperti usia dan lingkungan keluarga, maupun faktor eksternal seperti lingkungan sekolah, teman sebaya dan masyarakat luas. Perkembangan emosi seseorang juga terpengaruh dari lingkungannya. Dan pola emosi setiap orang berbeda-beda serta memiliki karakteristiknya masing-masing.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa emosi merupakan suatu keadaan yang kompleks dari organisme yang terangsang atau tergugah yang mencakup perubahan yang disadari, sifatnya mendalam dari perubahan perilaku. Emosi dan perasaan adalah hal yang berbeda namun saling berhubungan erat, yang biasanya diekspresikan dengan

tersenyum, tertawa, menangis ataupun marah, dan juga dapat merasakan senang ataupun kecewa.

b. Bentuk-Bentuk Emosi

Adapun bentuk-bentuk dari emosi menurut para ahli yang dikutip oleh Santoso dalam bukunya yang berjudul mengontrol emosi menjadi seni (2021: 5-6), antara lain sebagai berikut:

- 1) Menurut Heider, emosi terdiri dari marah, jemu, takut, gembira, sedih, dan terkejut.
- 2) Menurut McGilloway, emosi meliputi takut, senang, netral, sedih, dan marah.
- 3) Menurut Plutchik, emosi terdiri dari kegembiraan, kepasrahan, ketakutan, keterkejutan, kesedihan, kemuakan, kemarahan, dan antisipasi.
- 4) Menurut Strongman, emosi meliputi marah, kecemasan, ketakutan, senang, sedih, jijik, cemburu, iri, berani, cinta, dan malu.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa bentuk-bentuk dari emosi ada bermacam-macam yaitu bisa berupa marah, takut, sedih, senang/gembira, muak/jijik/jemu, terkejut, malu, cinta dll.

c. Karakteristik Emosi

Menurut Syamsu yusuf (Styaka, 2011: 23), ciri-ciri emosi adalah:

- 1) Bersifat lebih subjektif daripada peristiwa psikologis lainnya, seperti berfikir dan pengamatan.
- 2) Bersifat fluktuatif (tidak tetap).
- 3) Lebih banyak sangkut pautnya dengan peristiwa pengenalan panca indra.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa karakteristik emosi antara lain, bersifat lebih subjektif daripada peristiwa psikologis lainnya, bersifat tidak tetap atau fluktuatif, dan banyak berkaitan dengan peristiwa pengenalan panca indra.

d. Ekspresi Emosi

Dalam bukunya yang berjudul “Berbagai Terapi Jitu Atasi Emosi Sehari-hari” Coky Aditya Z (2015: 35-36), menyatakan bahwa ada beberapa jenis ekspresi yang menunjukkan kepribadian seseorang, antara lain sebagai berikut:

- 1) Ekspresi Wajah

Cara mudah untuk mengetahui seseorang sedang gembira, marah, sedih atau semacamnya

adalah melalui ekspresi wajah seseorang tersebut. Hanya dengan melihat ekspresi wajah seseorang saja, maka sudah dapat menebak emosi apa yang sedang dirasakan seseorang tersebut. Karena raut wajah ketika sedang marah dan sedih pasti sangat berbeda. Begitu pula dengan ekspresi atau raut wajah ketika orang sedang gembira, takut dan sebagainya pasti dapat dibedakan dengan jelas.

2) Ekspresi Vokal

Emosi yang dialami seseorang akan mempengaruhi nada suara orang tersebut. Ketika sedang marah nada suara seseorang pasti akan meninggi, sementara orang yang sedang gembira akan berbicara dengan lepas dan bebas. Pada seseorang yang sedang mengalami guncangan jiwa atau mengalami kesedihan, nada suaranya kemungkinan besar akan terbata-bata dan bahkan tidak bisa dan tidak sanggup untuk berkata-kata.

3) Perubahan Fisiologis

Pada saat perubahan emosi terjadi, maka juga terjadi perubahan suasana fisiologis, baik dirasakan

maupun tidak dirasakan. Saat sedang takut, perubahan yang dirasakan biasanya detak jantung mengalami peningkatan, berdebar-debar, kaki serta tangan menjadi gemetaran. Perubahan-perubahan semacam itu biasanya akan dilihat juga oleh orang lain.

4) Gerak dan Isyarat Tubuh

Emosi seseorang sering kali diekspresikan melalui gerak dan isyarat tubuh. Dari gerak atau isyarat tubuh yang dilakukan seseorang juga dapat menggambarkan emosi yang sedang dirasakan atau dialami oleh seseorang tersebut. Misalnya ketika seseorang sedang merasa gugup, maka orang tersebut akan cenderung untuk melakukan hal-hal atau gerak yang tidak perlu, kurang berhati-hati, sering melakukan kesalahan, berkeringat dan sebagainya.

4. Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Menurut Meike dan Young (Nasrullah, 2017: 11) menyatakan bahwa kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (*to be share one-to-one*) dan media umum

untuk berbagi kepada siapa saja tanpa kekhususan individu. Dan menurut Van Dijk (Nasrullah, 2017: 11) menyebutkan bahwa media sosial merupakan *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Oleh sebab itu, maka media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai ikatan sosial.

Menurut Mayfield (Nugraha, 2018: 96), media sosial dapat dipahami sebagai sebuah grup dari jenis-jenis baru media online, yang membagikan sebagian besar atau semua dari beberapa karakteristik, yaitu: Partisipasi (Participation), Keterbukaan (Opened), Percakapan (Conversation), Komunitas (Community), dan Keterhubungan (Connectedness). Menurut Kaplan dan Haenlein (Nugraha, 2018: 96), media sosial merupakan sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*. Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, dan bukan oleh editor sebagaimana di instansi media massa. Jadi, kesimpulannya adalah media sosial merupakan sebuah

platform media yang memungkinkan setiap orang maupun komunitas untuk saling terhubung dan bisa berkomunikasi, berkumpul, berbagi, ataupun berkolaborasi secara *online*.

b. Karakteristik Media Sosial

Berikut ini adalah beberapa karakteristik dari media sosial menurut Nasrullah (2017: 16), yaitu antara lain:

1) Jaringan (*Networking*)

Jaringan merupakan sarana untuk menghubungkan peralatan elektronik seperti komputer dengan perangkat keras lainnya. Karena komunikasi hanya bisa terjadi apabila antara perangkat elektronik atau komputer tersebut saling terhubung satu sama lain, maka dari itu perlu yang disebut koneksi jaringan, termasuk di dalamnya untuk perpindahan data. Adanya jaringan ini memungkinkan para pengguna dari media sosial untuk saling terhubung antara satu dan yang lainnya.

2) Informasi (*Information*)

Informasi menjadi entitas penting di media sosial. Hal tersebut disebabkan oleh pengguna yang mengkreasikan representasi identitasnya, membuat

konten dan saling berinteraksi berdasarkan informasi yang terdapat di media tersebut tersebut.

3) Arsip (*Archive*)

Arsip merupakan sebuah *icon* yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan kemudian dapat diakses kembali oleh para pengguna media sosial.

4) Interaksi (*Interactivity*)

Dengan adanya media sosial, maka para penggunanya dapat berinteraksi secara daring sehingga dapat membentuk sebuah jaringan dan memperluas hubungan pertemanan.

5) Simulasi Sosial (*Simulation of Society*)

Dengan media sosial kita dapat bersosialisasi dengan pengguna lain secara virtual sebagaimana layaknya kita bersosialisasi dan berkomunikasi dengan masyarakat di dunia nyata.

6) Konten oleh pengguna (*User-generated content*)

Seperti yang kita tahu pengguna media sosial tidak hanya dapat memperoleh informasi dari media itu saja, akan tetapi pengguna juga dapat berpartisipasi untuk membuat konten sebagai informasi untuk pengguna lainnya.

5. WhatsApp

Whatsapp menurut Pranajaya dan Hendrik Wicaksono (dalam Rahartri, 2019: 151) adalah aplikasi berbasis internet yang merupakan salah satu dampak perkembangan teknologi informasi yang paling dikenal. Aplikasi berbasis internet ini sangat potensial untuk dimanfaatkan sebagai media komunikasi, karena memudahkan penggunanya untuk saling berkomunikasi dan berinteraksi tanpa menghabiskan biaya banyak dalam pemakaiannya, karena *Whatsapp* tidak menggunakan pulsa, melainkan menggunakan data internet. Menurut Winarso (dalam Rahartri, 2019: 151) *Whatsapp* juga dapat digunakan untuk bertukar informasi dan penyebaran informasi. *Whatsapp* bisa mengirim dan menerima tidak dalam bentuk teks saja melainkan juga bisa dalam bentuk gambar, video, audio, berkas-berkas kantor atau lainnya dalam jumlah tidak terbatas. Aplikasi ini juga menawarkan kemampuan untuk melakukan panggilan yang sederhana, aman, dan reliabel, yang tersedia untuk telepon di seluruh dunia.

Menurut Larasati, dkk (dalam Rahartri, 2019: 151) menerangkan bahwa *Whatsapp* merupakan aplikasi untuk saling berkirim pesan secara instan, dan memungkinkan kita untuk saling bertukar gambar, video, foto, pesan suara, dan dapat digunakan untuk berbagai informasi dan diskusi. Dan pemanfaatan aplikasi

Whatsapp sebagai sarana diskusi pembelajaran termasuk kedalam kategori efektif.

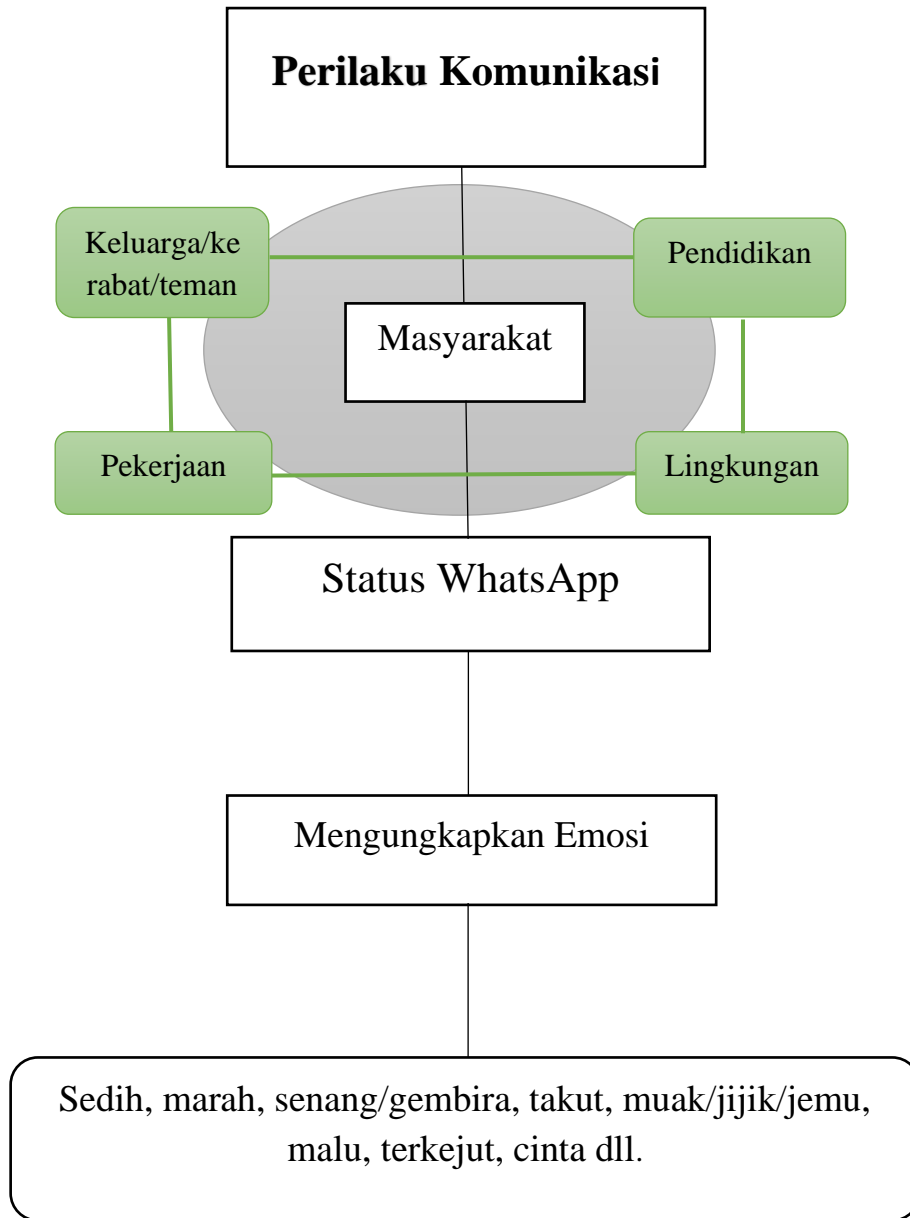
Andi Miladiyah (dalam Rahartri 2019: 151) berpendapat bahwa pemanfaatan program *Whatsapp* sangat efektif dengan dukungan fitur-fiturnya dibandingkan dengan aplikasi pesan instan lainnya. Kecepatan pesan tanpa waktu lama hingga tertunda, mampu berproses dalam kondisi sinyal lemah, kapasitas pengiriman data teks, suara, foto dan video yang besar, tanpa gangguan iklan berikut sifat penyebarannya membuat *Whatsapp* sebagai salah satu media pilihan dalam memberikan informasi dan meningkatkan kinerja.

Jadi, bisa ditarik kesimpulan bahwa *Whatsapp* merupakan sebuah aplikasi yang berbasis internet, yang sangat potensial untuk dijadikan media komunikasi, karena biayanya sangat terjangkau bagi para penggunanya. Dengan aplikasi *Whatsapp* kita dapat saling berkirim pesan dengan instan, bertukar foto, video, dokumen, alamat, pesan suara dll. Dengan adanya *Whatsapp* kita juga bisa saling bertukar informasi dan menyebarkan informasi. Dalam aplikasi tersebut kita juga dapat melakukan panggilan telepon serta panggilan video, baik secara perorangan atau pun grup bahkan hingga panggilan ke seluruh dunia.

Selain bisa digunakan untuk berkirim pesan dan melakukan panggilan baik panggilan suara maupun panggilan video, *Whatsapp* juga memiliki fitur untuk berbagi *moment* yaitu melalui status

Whatsapp. Pada status *Whatsapp* ini para pengguna dapat membagikan apa saja yang sedang pengguna pikirkan, lakukan dan rasakan kepada pengguna lain yang tidak lain adalah kerabat, teman ataupun kenalan dari pengguna tersebut.

G. Kerangka Pikir



Bagain 1.1 Kerangka pikir

Dari gambar di atas dapat dijelaskan secara singkat bahwa berdasarkan kerangka pikir dalam penelitian ini, perilaku komunikasi masyarakat dipengaruhi oleh adanya interaksi dari masyarakat tersebut, dengan keluarga,

teman, maupun kerabat mereka sendiri, dan tentunya juga dipengaruhi dari latar belakang pendidikan dan pekerjaan serta lingkungan sekitar. Hasil dari interaksi tersebut menghasilkan suatu pemikiran atau perasaan dari dalam diri mereka, lalu kemudian disalurkan melalui media berupa status *Whatsapp* untuk mengungkapkan emosi yang dimiliki oleh masyarakat tersebut. Bentuk dari emosi yang diungkapkan dapat berupa perasaan marah, sedih, takut, senang dan lain sebagainya.

H. Metodologi Penelitian

Metode penelitian atau cara pengumpulan data merupakan sebuah teknik untuk mencari, memperoleh, mengumpulkan atau mencatat data, baik data primer maupun data sekunder yang kemudian dipergunakan untuk keperluan penyusunan suatu karya ilmiah dan kemudian menganalisa faktor yang berhubungan dengan pokok-pokok permasalahan, sehingga pada akhirnya akan diperoleh kebenaran data.

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, yang mana nantinya peneliti akan mendeskripsikan, memaparkan dan menafsirkan makna secara faktual, akurat dan sistematis dari suatu peristiwa serta interaksi dan juga tingkah laku manusia dalam sebuah keadaan atau situasi tertentu berdasarkan pada perspektif peneliti. Penelitian kualitatif

didefinisikan sebagai suatu proses yang mencoba untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik mengenai kompleksitas yang ada dalam interaksi manusia (Chatherine Marshal dalam Sarwono, 2018: 189).

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Daerah Istimewa Yogyakarta. Lebih tepatnya dilaksanakan di Kalurahan Banyuraden, Kapanewon Gamping, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Adapun alasan peneliti memilih lokasi penelitian tersebut adalah karena informan atau narasumber yang ada di lokasi penelitian tersebut memiliki latar belakang pendidikan, pekerjaan dan budaya yang sangat beragam, sehingga sampelnya akan lebih bervariasi.

3. Data dan Sumber Data

Data adalah suatu keterangan yang diperoleh dari seseorang yang dijadikan sebagai informan. Data juga dapat diperoleh dari dokumen-dokumen yang dapat menunjang penelitian. Data dalam penelitian kualitatif dapat diambil dari hasil pengamatan, hasil pembicaraan (wawancara), dan bahan tertulis.

Sumber data merupakan subyek darimana data tersebut diperoleh. Dalam penelitian ini sumber data utama berasal dari informan. Adapun kriteria dalam penentuan atau pemilihan

informan yaitu berdasarkan pada keragaman karakteristik latar belakang yang dimiliki informan tersebut. Informan dalam penelitian ini terdiri dari sepuluh orang masyarakat Kalurahan Banyuraden Kapanewon Gamping, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta yang aktif menggunakan status *Whatsapp* sebagai media untuk mengungkapkan emosi. Hasil dari informasi yang diperoleh dari berbagai sumber informan tersebut akan mempunyai akses mengenai permasalahan yang ada dalam penelitian ini. Adapun sumber data pendukung lainnya berasal dari data sekunder.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua teknik pengumpulan data, yakni pengumpulan data primer dan sekunder. Data primer sendiri berasal dari hasil jawaban dari wawancara di lapangan secara langsung. Adapun data sekunder diambil dari Situs web, buku, artikel, jurnal, dll.

Teknik yang akan peneliti gunakan dalam penelitian ini, antara lain adalah observasi dan wawancara mendalam.

a. Observasi

Observasi atau pengamatan merupakan suatu kegiatan atau aktivitas yang bertujuan untuk merasakan yang kemudian memahami suatu pengetahuan dari sebuah

fenomena yang berdasar pada pengetahuan dan gagasan yang diperlukan untuk melanjutkan suatu penelitian. Observasi juga merupakan kegiatan pengamatan yang meliputi pencatatan secara sistematis mengenai kejadian, perilaku atau obyek yang diamati serta hal-hal lainnya yang dibutuhkan untuk mendukung penelitian yang dilakukan (Sarwono, 2018: 218). Pada penelitian ini observasi akan dilakukan kepada masyarakat dari Kelurahan Banyuraden, Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta yang menggunakan media sosial *whatsapp*, dan yang diamati adalah perilaku komunikasi masyarakat dalam menggunakan *whatsapp* dan cara masyarakat tersebut untuk mengungkapkan emosinya melalui status *whatsapp*. Cara yang dilakukan peneliti untuk mengamati yaitu dengan melihat secara langsung update-updatean status yang diunggah oleh masyarakat tersebut.

b. Wawancara

Wawancara atau interview merupakan suatu kegiatan tanya-jawab untuk mendapatkan sebuah informasi. Bentuk dari hasil wawancara dapat berupa sebuah tulisan atau bahkan rekaman berupa audio, atau bahkan audio-visual. Patton menyatakan ada tiga kategori teknik wawancara

dalam penelitian pendekatan kualitatif, yaitu 1) wawancara dengan cara melakukan pembicaraan informal (*informal conversational interview*), 2) wawancara umum yang terarah (*general interview guide approach*), dan 3) wawancara terbuka yang standar (*standardized open-ended interview*) (Catherine Marshal dalam Sarwono, 2018: 218).

Wawancara yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan cara melakukan pembicaraan informal (*informal conversational interview*). Wawancara tersebut akan dilakukan dengan cara tanya-jawab, dimana nantinya peneliti akan mengajukan beberapa pertanyaan kepada informan yang harus dijawab oleh informan yang bersangkutan. Pertanyaan yang akan diajukan adalah pertanyaan seputar perilaku komunikasi informan terhadap pengungkapan emosi melalui media sosial status *whatsapp*.

c. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan salah satu teknik pengumpulan data atau informasi dengan memanfaatkan atau mengacu pada kepustakaan yang ada. Studi kepustakaan juga membahas topik yang ditelaah atau dikaji baik yang bersumber dari buku, jurnal, website, artikel, dan sebagainya. Data yang diperoleh dari studi kepustakaan akan

dijadikan sebagai bahan acuan untuk menentukan fokus penelitian.

d. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu proses untuk mengumpulkan, memilih, mengolah dan menyimpan informasi sebagai bukti dari kegiatan penelitian yang dilakukan. Adapun dokumen yang akan dijadikan sebagai bahan atau data penunjang untuk penelitian ini adalah berupa arsip-arsip, profil dari lokasi penelitian yang berasal dari instansi atau lembaga terkait. Dokumentasi yang dimaksudkan dalam penelitian ini juga berupa foto-foto dari kegiatan penelitian, dan juga hasil rekaman dari proses wawancara yang akan dilakukan nantinya.

5. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik sampel bertujuan atau *purposive sampling*. Sampel untuk narasumber dalam penelitian ini, terdiri dari sepuluh orang informan. Adapun syarat untuk dijadikan sebagai informan adalah memiliki kriteria antara lain sebagai berikut:

- Masyarakat dari Kalurahan Banyuraden
- Berusia antara 18 – 35 tahun

- Jenis kelamin
- Latar belakang pendidikan/pekerjaan
- Aktif menggunakan *WhatsApp*
- Aktif dalam menggunakan Status *WhatsApp*

Alasan peneliti memilih rentang usia 18 – 35 tahun untuk dijadikan sampel pada penelitian ini adalah karena pada usia tersebut seorang individu sedang dan akan mengalami berbagai perkembangan serta perubahan dalam berbagai macam aspek kehidupannya. Usia 18 - 35 tahun juga tergolong dalam masa paling produktif bagi setiap individu. Seseorang yang sedang berada dalam rentang usia tersebut juga sedang memasuki masa dewasa awal, yang mana untuk manajemen emosi atau pengontrolan emosi serta pengontrolan dirinya juga lebih matang.

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang peneliti gunakan adalah menggunakan model interaktif teknik analisis Miles dan Huberman, yang terdiri dari tiga jalur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi (Anggito, 2018: 237). Dalam penelitian kualitatif, peneliti pada dasarnya telah melakukan analisis terlebih dahulu sebelum peneliti masuk di lapangan. Sugiyono (Anggito,

2018: 240) menyatakan bahwa peneliti telah melakukan analisis terlebih dahulu sebelum memasuki lapangan. Jadi, sebelum peneliti melakukan kegiatan penelitian di lapangan dan melakukan analisis data terhadap temuan-temuan di lapangan, peneliti sudah melakukan analisis di luar lapangan, yang mana analisis tersebut didapatkan dari hasil pendahuluan atau data sekunder yang telah didapatkan, yang kemudian hasil analisis tersebut dijadikan sebagai penentu dari fokus permasalahan yang akan diteliti.

Adapun proses analisis yang akan dilakukan dalam penelitian ini meliputi, pertama peneliti akan melakukan pengumpulan data terlebih dahulu, setelah data terkumpul peneliti akan melakukan yang namanya reduksi data yaitu proses memilih, memfokuskan, menyederhanakan, dan mengolah data mentah yang didapati dari catatan-catatan lapangan tertulis. Setelah data direduksi maka langkah yang akan dilakukan selanjutnya adalah penyajian data. Pada tahapan ini peneliti akan melakukan pengorganisasian data kedalam bentuk tertentu, sebagai sekumpulan informasi tersusun yang nantinya akan memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Data penelitian dapat disajikan dalam bentuk uraian yang didukung dengan matriks, grafik atau semacamnya. Tahapan terakhir dari analisis data adalah proses penarikan kesimpulan yang dari hasil penarikan kesimpulan atau verifikasi tersebut adalah hasil penelitian yang menjawab fokus

penelitian berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan. Dalam pelaksanaannya tiga komponen analisis data tersebut saling berkaitan dan berinteraksi.

BAB II

PROFIL KELURAHAN BANYURADEN

A. Sejarah Kelurahan Banyuraden

Kalurahan Banyuraden merupakan kalurahan yang terbentuk dari pengabungan dua kalurahan lama, yaitu Kalurahan Banyumeneng dan Kalurahan Kradenan yang pada tanggal 11 Desember 1946 selanjutnya diberi nama BANYURADEN. Status penggabungan disahkan berdasar pada Maklumat Nomor 5 Tahun 1948 Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta (Kasultanan dan Pakualam) tentang Hal Perubahan Daerah-Daerah Kalurahan dan Nama-Namanya yang ditetapkan pada 19 April 1948. Marjuki Widio Sumarto (Patran) adalah Lurah pertama, beliau menjabat selama 46 tahun, dari tahun 1947-1993. Selanjutnya jabatan Lurah berturut-turut dijabat sebagai berikut: Muh. Abdulkadir (Modinan) 1994-2002, Basuki Rachmat (Modinan) 2002-2007, Muh. Abdulkadir (Modinan) 2007-2013, Sudarisman, S.T. (Modinan) (2013-2019) dan yang terakhir atau menjabat saat ini Sudarisman, S.T. (Modinan) (2021-2026).

B. Visi dan Misi

1. Visi

Terwujudnya Pelayanan Prima Menuju Masyarakat Yang Mandiri dan Sejahtera

2. Misi

- a. Mewujudkan pemerintah Desa Banyuraden yang egaliter, mengelola tata pemerintahan untuk kepentingan rakyat.
- b. Menciptakan masyarakat Desa Banyuraden yang mandiri, tidak bergantung kepada bantuan pihak lain
- c. Meningkatkan kualitas hidup dan kehidupan masyarakat

C. Data Penduduk

1. Data Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

Laki-laki	:	9.141 orang
Perempuan	:	9.001 orang
Total	:	18.142ang

Tabel 2.1 Data Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

2. Data Penduduk Berdasrkan Pekerjaan

Karyawan Swasta	:	2.904 orang
Buruh Harian Lepas	:	1.907 orang
Mengurus Rumah Tangga	:	2.677 orang
Wiraswasta	:	990 orang
Pelajaran/Mahasiswa	:	3.105 orang

Belum/Tidak Bekerja	:	4.054 orang
PNS	:	510 orang
Pensiunan	:	433 orang
TNI	:	240 orang
Lainnya	:	2.142 orang

Tabel 2.2 Data Penduduk Berdasarkan Pekerjaan

3. Data Penduduk Berdasarkan Status Perkawinan

Belum Kawin	:	7.820 orang
Kawin	:	9.074 orang
Cerai Hidup	:	307 orang
Cerai Mati	:	939 orang

Tabel 2.3 Data Penduduk Berdasarkan Status Perkawinan

4. Data Penduduk Berdasarkan Agama

Islam	:	15.966 orang
Kristen	:	1.288 orang
Katholik	:	837 orang

Hindu	:	11 orang
Budha	:	40 orang
Khonghucu	:	0 orang

Tabel 2.4 Data Penduduk Berdasarkan Perkawinan

D. Letak Geografis

Kalurahan Banyuraden memiliki keadaan topografi tanah yang relatif datar, meski ada sedikit kemiringan kearah Selatan. Ketinggalan rata-rata 143 m diatas permukaan laut dengan curah hujan rata-rata 1.776 mm/tahun. Kalurahan Banyuraden memiliki luas 400 Ha, dengan jumlah penduduk yang mencapai 18.142 jiwa, 9.141 jiwa berjenis kelamin laki-laki dan untuk perempuannya berjumlah 9.001 jiwa. Dibanding dengan luas wilayah, dapat dinyatakan bahwa angka kepadatan penduduk rata-rata sebesar 4.535 jiwa/km².

Adapun batas Kalurahan Banyuraden, adalah sebagai berikut:

- Utara: Kelurahan Nogotirto (Kecamatan Gamping, Sleman)
- Timur: Kelurahan Ngestiharjo (Kecamatan Kasihan, Bantul)
- Selatan: Kelurahan Ngestiharjo (Kecamatan Kasihan, Bantul)
- Barat: Kelurahan Ambarketawang (Kecamatan Gamping, Sleman)

E. Potensi yang Ada di Kalurahan Banyuraden

Potensi adalah kemampuan yang dimiliki oleh Kalurahan yang sangat mungkin untuk dikembangkan. Potensi secara umum yang dimiliki oleh Kalurahan Banyuraden berdasarkan hasil pengkajian keadaan Kalurahan, diantaranya sebagai berikut:

1. Potensi Sumber Daya Alam

Sebagian besar alam di wilayah Kalurahan Banyuraden berupa lahan sawah dengan sumber air sungai yang cukup baik. Tanah sawah di wilayah Kalurahan Banyuraden adalah seluas kurang lebih 125 Ha. Selanjutnya lahan pekarangan atau tegalan yang dimiliki masyarakat umumnya ditanami dengan tanaman keras, buah-buahan dan bahan obat-obatan. Kelembagaan pertanian di wilayah Kalurahan Banyuraden terkoordinasi dalam Kelompok Tani di masing-masing padukuhan. Masing-masing kelompok tani tersebut tergabung dan terkoordinasi dalam wadah Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan) Tani Rukun yang terdiri dari 26 kelompok baik kelompok tani, ternak, maupun Kelompok Wanita Tani (KWT). Rincian data potensi SDA hasil pengkajian terlampir dalam dokumen RPJMKal di akhir

2. Potensi Sumber Daya Manusia

Jumlah penduduk kalurahan Banyuraden adalah sejumlah 18.142 jiwa, yang terdiri dari Laki-laki: 9.141 dan Perempuan:

9.001. Jumlah Kepala Keluarga (KK) sejumlah: 5.702 KK terdiri dari KK laki-laki: 4.576 jiwa, perempuan: 1.126 jiwa. Sumber penghasilan penduduk sebagian besar dibidang jasa, pertanian, industri, industri pengolahan dan perdagangan. Sebagian besar penduduk berpendidikan SLTA keatas, sedangkan yang tidak sekolah dan lulusan SD masih cukup tinggi. Rincian data potensi SDM hasil pengkajian terlampir dalam dokumen RPJMKal di akhir.

3. Potensi Sumber Daya Pembangunan Infrastruktur dan Aset Kalurahan

Secara umum kondisi infrstruktur Kalurahan Banyuraden cukup baik, beberapa masih kurang dan perlu mendapatkann perhatian dan menjadi prioritas, seperti: pembangunan Gedung/Implasemen Kantor Kalurahan, Jalan Utama Menuju Kantor Kalurahan, Sarana Audio Visual GOR dan Pemanfaatan Gedung Bekas Puskesmas. Rincian data potensi sumber daya pembangunan hasil pengkajian terlampir dalam dokumen RPJMKal di akhir. Selain itu, sejumlah aset Kalurahan yang juga memiliki potensi untuk dikembangkan dalam memberikan kontribusi pembangunan Kalurahan, misalnya: pengelolaan Tanah Kas Desa, Embung Serut dan sekitarnya dan BUMDes Kalurahan. Aset Kalurahan yang harus segera ditindaklanjuti adalah adanya kerjasama pengelolaan pasar Telogorejo.

4. Potensi Sumber Daya Sosial Budaya

Kalurahan Banyuraden memiliki potensi yang besar dalam bidang sosial budaya. Saat ini status Kalurahan Banyuraden adalah sebagai Rintisan Kantong Budaya. Data potensi sosial budaya yang ada terdiri dari: Gamelan sejumlah 12 pangkon, pengrawit 284 orang, sinden 15 orang, dalang 3 orang, kelompok bergodo 10 kelompok, penari 228 orang, kelompok musik religi 12 kelompok, jathilan 5 kelompok dan ditunjang dengan berbagai kegiatan tradisi budaya diantaranya: Merti Desa/Dusun, Suran Mbah Demang, Nyadran, Mitoni, Tedak Siten, Wiwit, Keduri, Midodareni, Tarub, Sepasaran, Panggih Temanten, Mocopat, Shalawatan, Tahlilan, Cangkakan, Selapanan, Brokuhan dan Jamasan Tosan Aji. Rincian data potensi sumber daya sosial budaya hasil pengkajian terlampir dalam dokumen RPJMKal di akhir.

F. Strategi Pembangunan Kelurahan

Strategi pembangunan Kalurahan Banyuraden 6 (enam) tahun kedepan diuraikan atas dasar tujuan dan sasaran untuk mewujudkan visi dan misi, yang dijelaskan dalam kebijakan melalui langkah-langkah sebagai berikut:

1. Tata Kelola Pemerintahan

a. Pelayanan Prima Kepada Masyarakat

Melalui peningkatan dan pengadaan sarana, prasarana penunjang pelayanan, peningkatan etos kerja pamong dan aparatur Kalurahan lainnya dan termasuk ketertiban jam kerja.

b. Menjunjung Tinggi Prinsip Partisipasi, Transparansi, Akuntabilitas, Koordinasi dan Profesional

Melibatkan semua unsur lembaga, organisasi dan masyarakat Kalurahan dalam kegiatan perencanaan, pelaksanaan dan pertanggungjawaban program kerja pembangunan fisik maupun non-fisik serta menyampaikan hasil, capaian output, dan laporan pelaksanaan kegiatan melalui media informasi Kalurahan.

c. Pengembangan Pelayanan Berbasis Digital

Meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat utamanya pelayanan dalam pengurusan administrasi kependudukan yang berbasis sistim, online dan aplikasi (smartphone), sehingga menjadi mudah, cepat dan akurat.

d. Penguatan Kualitas Sumber Daya Manusia Aparatur Pemerintahan

Meningkatkan kualitas SDM Pamong dan Aparatur Kalurahan lainnya melalui pelatihan-pelatihan, pembinaan, bimbingan teknis dan atau peningkatan kapasitas melalui study tiru. Melaksanakan kegiatan pengisian Pamong secara independen, transparan dan berkualitas untuk menghasilkan kualitas SDM Pamong yang mumpuni.

e. Penguatan Sistem dan Etos Kerja Pamong

Melaksanakan program kegiatan evaluasi dan laporan kinerja setiap tahunnya, absensi berbasis sistem, sanksi kerja serta membuat maklumat pelayanan sebagai landasan kerja.

2. Ketahanan Ekonomi

a. Peningkatan Pelaku Kewirausahaan, UMKM Industri Kreatif dan Kelompok Ekonomi Digital

Melaksanakan kegiatan pelatihan dan atau bantuan modal pendanaan bagi kelompok ekonomi produktif dan digital di Kalurahan sehingga berdaya saing, serta bantuan pemasaran produk.

b. Pembentukan Lapangan Kerja

Fasilitasi kegiatan pemberdayaan, pelatihan, ketrampilan, peningkatan kapasitas masyarakat, serta pengembangan asset potensi Kalurahan yang sebesar-besarnya untuk menciptakan peluang usaha dan lapangan kerja baru.

c. Penyelenggaraan Gelar Potensi Kalurahan

Penyelenggaraan kegiatan rutin tahunan bertajuk Merti Desa/ Gelar Potensi Kalurahan dalam sebagai sarana penggerak perekonomian Kalurahan.

d. Penguatan Peran dan Kontribusi Desa Wisata

Mendorong eksistensi desa wisata atau rintisan desa wisata di Kalurahan Banyuraden melalui pelatihan pengelolaan dan atau pendanaannya sebagai salah satu betuk inovasi pengembangan aset/ potensi, yang sebesar-besarnya untuk kesejahteraan masyarakat.

- e. Pemberdayaan Aset Kalurahan termasuk (Embung Serut & sekitarnya)

Mengoptimalkan potensi aset Kalurahan baik SDA maupun SDAny, serta pengelolaannya yang profesional. Termasuk kawasan Embung Serut Banyuraden untuk dikembangkan sebagai salah satu destinasi wisata keluarga dan Ruang Terbuka Hijau (RTH). Optimalisasi pemasukan Pendapatan Asli Desa/ Kalurahan (PAD) melalui kajian yang matang dalam menentukan kebijakan pengelolaan aset.

- f. Peningkatan Peran BUMDesa

Meningkatkan peranan Badan Usaha Milik Desa, melalui peningkatan kapasitas pengelola, pelaksanaan muskal LPJ BUMDesa, fasilitasi pengembangan unit usaha, penarikan investor dan penyertaan modal.

- g. Pemetaan Wilayah dan Pengembangan Sentra Industri

Fasilitasi pemetaan potensi wilayah sesuai dengan sumber daya yang ada dan peningkatan peran serta kemampuan kelompok-kelompok dan setra industri di Kalurahan, termasuk dalam pemasarannya di era digital.

h. Pembangunan Energi Terbarukan (Mikrohidro, Panel Surya)

Pengembangan dan pemberdayaan masyarakat dalam rangka inovasi pengadaan Teknologi Tepat Guna (TTG) seperti mikrohidro, panel surya dsb, dalam rangka mewujudkan teknologi yang ramah lingkungan serta mendorong usaha kreatif masyarakat.

i. Pengembangan Produk Unggulan Kalurahan (air minum, produk unggulan pertanian terpadu)

Pemaksimalan potensi mbelik atau sumber mata air di Kalurahan untuk dikembangkan usaha air minum milik desa dan pemanfaatan lahan pertanian atau pekarangan milik warga penanaman produk unggulan terpadu baik sayuran atau buah-buahan.

3. Ketahanan Sosial

a. Pendampingan Bagi Anak Putus Sekolah

Fasilitasi pencarian sumber pendanaan bagi anak putus sekolah, kejar paket melalui PKBM dan pembinaan atau konseling serta pelatihan dan atau mendorong pembentukan unit usaha bimbingan belajar oleh BUMDesa.

b. Penanganan Balita Gizi Buruk dan Stunting

Fasilitasi peningkatan peran Kader Pemberdayaan Masyarakat (KPM), Posyandu, pendampingan kesehatan ibu hamil dan bayi baru lahir, Pemberian Makanan Tambahan (PMT) penuh gizi bagi balita dan pemberdayaan forum atau rembuk stunting desa.

c. Penguatan Kemampuan Tenaga Kesehatan Dan Peningkatan Sarana Prasarana Kesehatan

Fasilitasi peningkatan kualitas (SDM) dan peranan Kader Kesehatan Kalurahan serta optimalisasi kegiatan-kegiatan bidang kesehatan termasuk pengadaan sarana dan prsarannya. Pelaksanaan koordinasi rutin dan terpadu terhadap masalah kesehatan masyarakat.

d. Pembuatan Peraturan Kalurahan Tentang Kos-kosan (Pemondokan), Kontrakan dan Homestay

Fasilitasi pembuatan regulasi atau peraturan yang mengatur tentang kos-kosan (pemondokan, kontrakan dan homestay dalam rangka terciptanya keamanan, ketertiban dan mencegah konflik.

- e. Peningkatan Kapasitas Satlinmas dan Jaga Warga di Semua Padukuhan

Fasilitasi peningkatan peran Satlinmas Kalurahan melalui pelatihan-pelatihan dan pemberdayaan. Pembentukan kelompok Jagawarga di semua padukuhan.

- f. Pembentukan Lembaga Konseling Korban KDRT

Fasilitasi pendampingan dan peningkatan kapasitas kelompok Perlindungan Perempuan dan Anak (PPA) Cedak Sanak Banyuraden sebagai upaya pencegahan KDRT dan perlindungan anak. Membuka tempat atau layanan konseling yang difasilitasi oleh Kamituwa.

- g. Pengoptimalan Tim Penanggulangan Bencana Non Alam

Meningkatkan peranan relawan Desa Tangguh Bencana (Destana) dan Satgas Covid Kalurahan atau Tim Posko Covid19, dalam rangka pencegahan, penanganan dan penanggulangan wabah covid19, serta memperkuat koordinasi antar lembaga dan lintas sector yang ada.

4. Ketahanan Lingkungan

- a. Penguatan Peran Relawan Desa Tangguh Bencana (Destana) Kalurahan Banyuraden

Fasilitasi pelatihan relawan Kalurahan, pengadaan sarana dan prasarana dalam rangka pencegahan dan penanggulangan bencana serta sosialisasi mitigasi bencana kepada masyarakat.

b. Pengembangan Wanadesa Sebagai Destinasi Wisata Desa

Fasilitasi pengembangan, pemasaran dan optimalisasi potensi lahan yang ada menjadi pertanian atau perkebunan modern, serta peningkatan kapasitas pengelola melalui pelatihan-pelatihan.

c. Pengelolaan Sampah Dan Limbah Secara Terpadu

Fasilitasi penyusunan regulasi melalui Peraturan Kalurahan tentang pengelolaan sampah Kalurahan dan penyiapan lahan serta pembuatan TPS Desa skala kecil. Memperbanyak pembangun IPAL komunal di wilayah Padukuhan.

5. Ketahanan Budaya

a. Merti Desa/Kalurahan Sebagai Momen Aktualisasi Potensi Seni Dan Budaya

Fasilitasi penyelenggaraan kegiatan bertajuk Merti Desa/ Kalurahan yang dipadukan dengan Gelar Potensi

Kalurahan setiap tahunnya melalui pengembangan potensi sumber daya budaya, menumbuhkan rasa cinta kebudayaan pada generasi muda dan dalam rangka menuju Banyuraden sebagai Kalurahan Budaya.

b. Membangunan Nilai-Nilai Perilaku Utama Prilaku Warga Masyarakat

Kampanyenisasi atau penerapan slogan Banyuraden sebagai Kalurahan yang warga masyarakatnya ramah, rukun, toleran, produktif dan saling membantu. Seruan disampaikan melalui media banner, pamphlet, papan informasi Kalurahan atau di dusun, website, media sosial dan dalam kesempatan acara dimasyarakat melalui sambutan.

c. Penguatan Budaya Gotong Royong Dalam Pembangunan Kalurahan

Penguatan peran LKK Banyuraden dalam upaya meningkatkan pemerdayaan dimasyarakat. Hadir atau turut serta dalam kegiatan-kegiatan masyarakat sebagai wujud apresiasi dan upaya penggalan gagasan, masalah dan menampung masukan-masukan.

d. **Penguatan Tradisi Yang Ada Sebagai Ikon Kalurahan**

Penguatan dan pelestarian adat tradisi yang masih ada sebagai wujud nguri-uri budaya untuk anak cucu kelak. Melestarikan keberadaan sanggar-sanggar seni dan menambah sarana dan prasarana yang ada.

6. Ketahanan Lembaga Kemasyarakatan Kelurahan (LKK)

a. **Penguatan Partisipasi Dan Peningkatan Kapasitas Pengurus LKK**

Meningkatkan peran serta partisipasi pengurus LKK dalam kegiatan pembangunan, mulai dari tahapan perencanaan, pelaksanaan dan pertanggungjawaban. Penguatan LKK melalui bimbingan teknis, pelatihan-pelatihan dan peningkatan kapasitas melalui study tiru.

b. **Pemberian Reward Atau Penghargaan Bagi Pengurus LKK Berprestasi**

Fasilitasi kegiatan pemberian reward atau penghargaan khusus kepada LKK RT dan RW melalui penilaian lomba-lomba di wilayahnya setiap tahun.

c. Penguatan Komunikasi Dan Koordinasi Antar Lembaga Dan Pemerintah Kalurahan

Mewujudkan keharmonisan antar lembaga dengan pemerintah Kalurahan melalui penguatan komunikasi melalui pembetulan paguyuban-paguyuban, perkumpulan rutin dan melalui media komunikasi Grup *Whatsapp*.

BAB III

SAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Informasi Informan

Adapun informasi dari informan pada penelitian ini dimuat sebagaimana dalam tabel di bawah ini:

No.	Nama	Umur	Jenis kelamin	Pendidikan/ Pekerjaan
1.	Ifan Zharqowi	29 tahun	Laki-laki	Fotografer
2.	Baiq Yunita L.	25 tahun	Perempuan	SMA
3.	Nur Ridho	27 tahun	Laki-laki	Penjaga Toko
4.	Tri Ernila W.	18 tahun	Perempuan	SMA
5.	Nurul Huda	25 tahun	Laki-laki	OB
6.	Nur Fadila	29 tahun	Perempuan	Pesantren
7.	Dini Citra L.	19 tahun	Perempuan	SMA
8.	Kevin	27 tahun	Laki-laki	Musisi
9.	Naufal Tansi	31 tahun	Laki-laki	Karyawan Swasta
10.	Endah Supriyatin	30 tahun	Perempuan	Karyawan Swasta

Tabel 3.1 Informasi tentang Informan

B. Sajian/Hasil Penemuan Penelitian

1. Perilaku Komunikasi Masyarakat Pengguna Status WhatsApp

Seperti yang kita ketahui bersama bahwa di zaman modern seperti ini, teknologi bukanlah suatu hal yang asing lagi. Dengan

adanya teknologi maka kemudahan untuk berkomunikasi secara jarak jauh maupun jarak dekat menjadi lebih mudah. Dengan teknologi yang mempuni seperti sekarang, sangat wajar jika sosial media semakin berkembang dengan pesatnya. Maraknya sosial media saat ini, tentu sangat mempengaruhi perilaku dari masyarakat yang menggunakan sosial media.

Diantara sosial media yang digandrungi khalayak umum, *WhatsApp* merupakan salah satu dari sosial media yang wajib dimiliki pada era sekarang ini. Sebab cara penggunaannya yang mudan dan fitur-fitur yang terdapat di aplikasi tersebut pun sangat sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh orang-orang untuk berkomunikasi dengan kerabat terdekat dan juga dunia luar. Salah satu fitur yang ada di *WhatsApp* ialah Status *WhatsApp*, yang mana disana kita dapat membagikan momen ataupun cerita apapun tanpa ada batasan.

Dengan adanya Status *WhatsApp*, siapapun bisa mengekspresikan diri atau berperilaku dengan bebas. Perilaku pengguna *WhatsApp* untuk berkomunikasi juga sangat beragam. Tidak ada yang dapat mengontrol atau mengendalikan hal tersebut.

Perilaku komunikasi pengguna *WhatsApp* yang menggunakan Status *WhatsApp* sebagai media untuk mengekspresikan diri pastilah sering ditemui belakangan ini. Namun seberapa penting mengupdate status di Status *WhatsApp* bagi

khalayak pada umumnya, tentulah jawabannya berbeda-beda. Seperti hasil dari wawancara dengan saudara Ifan Zharqowi pada tanggal 02 Juli 2025 yang mengatakan bahwa meng-upload status *WhatsApp* itu penting untuk dilakukan.

"Penting karna dengan adanya fitur whatsapp yang bisa ngapload status itu bisa jadi diri sendiri gitu, bisa berkreasi sesuka kita, menurut opini saya pribadi".

Pernyataan itu juga disetujui oleh saudara Nur Fadila pada tanggal 02 Juli 2025, yang mengungkapkan pentingnya untuk meng-update status *WhatsApp*.

"Sangat penting ketika maksud dari status memberikan manfaat atau dampak bagi orang yang melihat".

Menurut pendapat saudara Tri Erlina Waro pada tanggal 02 Juli 2025 justru berbanding terbalik dengan pernyataan diatas.

"... Kalau untuk posting status di whatsapp itu, tidak terlalu penting penting amat sih. Karena eee sesuatu yang diposting itu eee sesuai keadaan tergantung apa yang kita rasakan. Jadi tidak terlalu penting penting amat".

Hal tersebut sejalan dengan pemikiran saudara Nur Ridho yang di wawancarai pada tanggal 02 Juli 2025.

"Yahh kalau menurut saya sih gak terlalu penting penting amat yah, yaa karna saya tu Cuma menguploadnya Cuma ada pada saat saat tertentu, yaa paling gak ada keadaan tertentu, misalnya lagi perasaan, sesuai dengan perasaan kita gitu. Ada perasaan senang kadang kadang lagi apa yaa Namanya, gak bisa dikatakan galau juga sih. Terkadang itu orang butuh perhatian juga gitu. Bukan

orang yaa, termasuk saya sih, kebanyakan yaa. Supaya ditangapi, respon, mungkin butuh diperhatikan kayanya heheehhh".

Biarpun pendapatan tentang seberapa penting untuk meng-update status di Status *WhatsApp* ini memiliki jawaban yang beragam. Hal tersebut bukanlah faktor yang menjadikan para pengguna *WhatsApp* menjadi terlalu sering atau terlalu jarang untuk mengupdate status *WhatsApp* setiap harinya. Intensitas para pengguna tersebut dalam mengupdate status *WhatsApp* bisa dikatakan cukup sering dan bisa dikategorikan sering, tergantung dari suasana hati para pengguna tersebut. Sebagaimana yang disampaikan oleh saudara Ifan Zharqowi pada tanggal 02 Juli 2025.

"Dalam sehari itu lebih dari lima kali, tapi kalo kurang dari lima kali itu dua sampai tiga kali lah. Tapi intinya setiap hari upload, pasti".

"... kalo lagi kaya santai santainya gitu kaya terus sepi rasa sunyi gitu ahh pengen upload status. Kadang kalo Lebih sih, banyak. Diatas 5 lah sehari".

Tanggapan saudara Dini Citra Lestari pada tanggal 01 Juli 2025.

Saudara Nur Ridho pada tanggal 02 Juli 2025 mengeluarkan pendapat yang sama.

"Tergantung yaa, kalau moodnya lagi bagus bisa 3 kali, paling banyak aku 3 4 kali, dah tu hapus. Beberapa saat kemudian dihapus. Ada juga yang seharian full".

Jadi seberapa sering untuk mengupdate status di Status *WhatsApp* bisa dikatakan bergantung pada mood atau suasana hati

penggunanya itu sendiri. Adapun untuk konten atau isi dari updatean status *WhatsApp* dari para pengguna, biasanya seputar aktivitas sehari-hari, kegiatan tertentu, perjalanan, perasaan atau bahkan hanya sekedar meneruskan konten yang diambil dari sosial media lain yang kemudian di posting ulang di status *WhatsApp*. Seperti yang disampaikan oleh saudari Tri Erlina Waro pada wawancara 02 Juli 2025 lalu.

"...biasanya kebanyakan tentang aktivitas sehari hari, atau sama kaya misalkan kaya keadaan apa begitu, posting tentang keadaan kaya misalkan sedih, yaa posting yang tentang yang sedih sedih".

"adaaa, tiktok, terus kalo jalan jalan kontennya kaya alam alam gitu".

Pernyataan dari saudari Dini Citra Lestari pada tanggal 01 Juli 2025. Saudara Ridho memiliki pemikirannya sendiri, dia menuturkan pada wawancara 02 Juli 2025 lalu, bahwa dia selain membagikan foto ataupun video, dia juga menyalurkan hobi menulisnya di status *WhatsApp*.

"Yaa kadang kadang foto, video gitu. Tapi dulu tu aku suka nulis, dulu, sekarang jarang. Kaya puitis dulu".

Penyebab pengguna *WhatsApp* bisa mengupdate status *WhatsApp* ialah karna menginginkan pengakuan atas eksistensi dari pengguna tersebut, penyaluran isi hati pengguna, dan sarana untuk membagikan berbagai hal yang dianggap menarik oleh pengguna

WhatsApp tersebut. Sebagaimana perkataan saudara Naufal Tansi pada wawancara tanggal 03 Juli 2025.

"...karnakan orang itu bisa tau, ohh ternyata saya ini masih hidup gitu, dengan saya membuat status, buat eksistensi".

"Ketika sedang sepi, sedang melakukan kegiatan atau pun sedang kecewa".

Tutur Nur Fadila pada tanggal 02 Juli 2025 saat wawancara. Tri Erlina Waro dalam wawancara, juga menyatakan hal yang serupa dengan Nur Fadila, meski berbeda bentuk dari luapan isi hatinya.

"... itu kaya untuk melapiaskan, kaya misal marah untuk menyembunyikan itu kita akan melampiaskan langsung ke status *whatsapp* itu".

Sedangkan menurut saudara Ifan Zharqowi pada tanggal 02 Juli 2025.

"Pengen sekedar sharing aja sih, sharing tentang misalnya kalau video lucu nih, wahh ini tu bikin aku bener bener ngakak gitu kan, yaa pengen aja ngirim ke status terus orang lain tu ngeliat gitu, yaa harapannya sih mungkin bisa ketawa juga sih yaa walaupun enggak yaa gak papa ehheee gitu, sharing aja".

Dapat dikatakan bahwa alasan atau penyebab pengguna *WhatsApp* mengupdate status *WhatsApp* kebanyakan karena mengikuti isi hati dan ingin mengutarakan atau menyampaikan isi hati pengguna tersebut. Terkadang ada saat dimana pengguna *WhatsApp* terpacu untuk mengupdate status *WhatsApp*, seperti

ketika sedang bepergian. Seperti yang disampaikan oleh saudara Baiq Yunita Lestari dalam wawancara pada 03 Juli 2025.

"Saat saya sedang pergi jalan-jalan".

"Yaa kalau saat momen tertentu ada lah yaa, kaya misalnya saya pergi ke malioboro gitu ke mall terus update ahh biar kaya orang orang gitu hehhhehhhh, yaa terkandung gitu".

Kata Nur Ridho saat wawancara pada 02 Juli 2025. Adapun menurut Nur Fadila dalam wawancaranya, mengatakan bahwa monem atau saat yang dapat memicu dia untuk mengupdate status di Status *WhatsApp* adalah perasaan sedih atau marah dan ketika sedang melakukan kegiatan tertentu.

"Ketika sedang sedih, marah atau melakukan kegiatan di tempat kegiatan".

Dari perilaku komunikasi yang ditunjukkan oleh para pengguna *WhatsApp* dari status *WhatsApp* yang dibuat, pastilah tujuan dan sasarannya juga sangat bermacam-macam. Seperti halnya yang disampaikan oleh Nur Ridho pada 02 Juli 2025.

"...yaa tujuannya untuk kenalkan tepat itu kalau saya pernah kesitu gitu, begitu. Tujuannya yaa buat diri senang aja, menghibur. Kebetulan saya suka jalan jalan juga kan, setiap kali jalan tu aishhh paling gak besok uploadnya, padahal hari ini jalan".

"Untuk meluapkan rasa yang sedang dialami atau untuk berbagi cerita dengan teman-teman yang melihat story saya".

Komentar Nur Fadila pada 02 Juli 2025, dan ditanggapi juga oleh saudari Baiq Yunita Lestari saat wawancara pada 03 Juli 2025.

"Hanya kepuasan hati saja kalo misal lagi pergi jalan-jalan terus buat status".

"Tujuannya yaa pengen dilihat orang juga sih, itu aja sih yaa ngepostnya paling itu pas yang tempat-tempat yang jarang kita apa baru kita datangi gitu, itu aja gak ada yang lebih dari itu".

Tutur Kevin pada wawancara 03 Juli 2025.

Adapun sasaran dari status *WhatsApp* yang di buat para penggunanya, antara lain adalah kerabat, teman, keluarga dan kontak yang ada dan saling terhubung pada masing-masing pengguna. Sebagaimana yang dikatakan Baiq Yunita Lestari saat wawancara.

"Keluarga dan teman".

"Semua nomor yang ada di handphone saya".

Tanggapan Nur Fadila saat wawancara pada 02 Juli 2025. Yang kemudian juga ditanggapi oleh Naufal Tansi dalam wawancara tanggal 03 Juli 2025.

"Yaa Cuma siapa yang mau baca yaa yaa udah, ya kamu aja itu, gak ada target-target khusus. Kalo khusus sih mending saya ngomong langsung ngapain saya bikin *story*".

Dari unggahan Status *WhatsApp* yang dibuat para pengguna *WhatsApp*, terkadang ada yang mengharapkan respon atau timbal

balik. Seperti Kevin dalam wawancara pada 03 Juli 2025 yang cukup mengharapkan suatu timbal balik dari postingan yang dia buat di Status *WhatsApp*nya.

"Mungkin beberapa yang saya post ada harapan direspon ada yang gak harus direspon oleh mereka sih, ada beberapa yang harus yang ada harapan gitu untuk mereka respon, gak semua".

Untuk seberapa penting timbal balik yang didapatkan setelah mengupdate status *WhatsApp*, para pengguna *WhatsApp* masih memiliki jawaban yang berbeda-beda. Contohnya Kevin pada tanggal 03 Juli yang menyatakan timbal balik tersebut lumayan penting.

"...lumayan penting lah yaa, karna yang saya harapkan ini yang saya post ini kan berkaitan dengan kepribadian jadi yang penting sih kalau mereka ngerespon, kalau yang kegiatan yang Bersama-sama kalau gak direspon juga gak papa, Cuma kalau berkaitan dengan pribadi yaa ada harapan besarlah kalo mereka ngerespon".

Sedangkan menurut Nur Fadila pada saat wawancara tanggal 02 Juli 2025, adanya timbal balik sangat penting untuk status *WhatsApp* yang dibuat, karna unggahan tersebut memberikan dampak pada pengguna yang menerima atau melihat unggahan di Status *WhatsApp* tersebut.

"Sangat penting, karena dengan adanya respon artinya apa yang saya bagikan bisa untuk menjadi sesuatu yang baru bagi mereka yang melihat".

Apapun respon ataupun tanggapan yang diberikan pengguna *WhatsApp* lainnya terhadap kerabat, teman maupun koleganya yang berperilaku di media sosial *WhatsApp*, semuanya sah saja untuk dilakukan, selama tidak melanggar peraturan dan norma yang berlaku.

2. Perilaku Komunikasi Masyarakat untuk Mengungkapkan Emosi Melalui Status WhatsApp

Menggunakan Status *WhatsApp* untuk dijadikan sebagai saluran pengungkapan emosi tentu boleh dilakukan. Jika ingin menggunakan media status *WhatsApp* untuk mengungkapkan emosi, pengguna tidak harus meminta izin atau semacamnya. Pengguna *WhatsApp* hanya perlu langsung mengetik atau membuat bahan untuk dijadikan status *WhatsApp* kemudian menguploadnya. Adapun bentuk dari luapan emosi yang di lepaskan para pengguna bisa berupa marah, sedih, senang, kecewa, takut dan sebagainya. Dari perkataan Kevin pada wawancara tanggal 03 Juli 2025, Dia pernah mengungkapkan rasa senang/gembira melalui status *WhatsApp*, tetapi tidak untuk kesedihan.

"...kalau lagi senang pernah Cuma kalau lagi sedih gak pernah di post di story whatsapp".

"Kalo sedih sih enggak, enggak kaya masalah masalah tu kaya gak selalu di umbar di sosmed gitu, tapi kalo yang Bahagia Bahagia pasti heheee".

Tanggapan Dini Citra Lestari pada 01 Juli 2025. Sedangkan untuk saudari Baiq Yunita Lestari pada tanggal 03 Juli 2025 mengatakan bahwa dia terkadang pernah melakukan hal semacam itu dengan target atau sasaran yang sudah pasti adalah orang-orang yang bersangkutan atau terkait langsung.

"Kadang-kadang, cuman hanya dibagikan untuk orang yang bersangkutan".

Hal tersebut sejalan dengan yang disampaikan oleh Nur Ridho dalam wawancara tanggal 02 Juli 2025. Dia menjelaskan bahwa dia pernah mengungkapkan emosinya dalam berbagai bentuk melalui status *WhatsApp*. Namun tidak langsung menargetkan pengguna yang bersangkutan untuk menerima luapan emosinya, melainkan dia hanya membagikan secara luas saja kepada semua kontak yang dimilikinya.

"Pernah, biasanya tiga tiganya (marah, sedih, senang), kalau ngekode jarang, pernah sih tapi enggak terlalu sering sih".

Para pengguna *WhatsApp* biasanya mengungkapkan emosi melalui status *WhatsApp* pasti dengan berbagai alasan yang dimiliki. Seperti hasil wawancara dengan Baiq Yunita Lestari pada tanggal 03 Juli 2025, yang mana dia menggunakan status *WhatsApp* agar orang yang membuat dia bersedih mengetahui jika dia sedang bersedih.

"Karena biar orang yang buat saya sedih tau kalo saya lagi gak baik-baik saja".

Saudari Nur Fadila memiliki pendapatlain, dia menyampaikan pada wawancara tanggal 02 Juli 2025, bahwa meluapkan emosinya di status *WhatsApp* adalah sebagai jalan keluar karna dia tidak memiliki atau tidak mempunyai orang yang bisa dia percayai untuk menampung keluh kesah dari emosinya yang ada.

"Ketika saya memiliki masalah yang cukup membuat saya sulit untuk menceritakan kepada orang yang saya percaya".

Adapun cara yang digunakan untuk mengungkapkan emosi melalui status *WhatsApp* sangat bervariasi. Bentuknya bisa hanya sekedar tulisan/kata-kata, foto atau bahkan video yang dijadikan konten dari status *WhatsApp* tersebut. Sebagaimana yang disampaikan oleh Tri Erlina Waro dalam wawancara tanggal 02 Juli 2025.

"Yaa itu palingan ee posting posting eeeee kata-kata, kata-kata yang ee menjerumus ke sesuatu yang kita arah begitu".

Nur Fadila juga memberikan jawaban yang serupa pada tanggal 02 Juli 2025.

"Saya biasanya akan membuat cerita atau story di whatsapp berupa sebuah ungkapan yang tidak langsung. Intinya sedang menggambarkan apa yang sedang dialami".

"Misalnya lewat video video sedih atau video video senang gitu kan, ada video motivasi, ada buat apa rangkayan kata kata yang emchhh yang menyentuh hati orang, emm biasanya kan temen temen kita kan tau wahh pasti teman kita ini lagi punya masalah gitu, biasanya akan ada teman yang, kenapa kau? Ada masalah apa? Kok tiba tiba gini? Begitu".

Tanggapan dari Nur Ridho pada 02 Juli 2025 ketika wawancara.

Pertimbangan atau pemikiran sebelum mengupdate status *WhatsApp* tentang kelayakan isi dari status *WhatsApp* tersebut juga menjadi hal yang cukup diperhatikan oleh para pengguna *WhatsApp*. Seperti yang disampaikan oleh saudara Kevin pada tanggal 03 Juli 2025.

"Iyaa masih (dipikirkan/dipertimbangkn), sebelum saya post pasti saya mikir dulu, kira-kira ini layak gak diupload gitu, walaupun lagi emosi atau apa segala macam. Pertimbangkan dulu".

"Yaa mikir. Jadi kaya orang, siapa sih yang harusnya lihat postingan dari kita gitu, tujuannya siapa (target)".

Ujar Tri Erlina Waro pada tanggal 02 Juli 2025 saat wawancara.

"Ada. Pertimbangannya nanti kalau di upload ehh keliatan sedih gak yaa, orang ngira mungkin sedih atau galau, bingung gitu, mau bercerita ke siapa gitu".

Tanggapan dari Nur Ridho dalam wawancara tanggal 02 Juli 2025.

Tanggapan tersebut sedikit berbeda dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Ifan Zharqowi ketika wawancara tanggal 02 Juli 2025.

"Intinya kalau misalnya videonya tu tentang video-video lucu itu tuh enggak ada pertimbangan sama sekali, ... paling kalau misalnya videonya itu berat gitu yaa, dalam hal misalnya kaya ee tentang agama gitu-gitu, nahh itu tuu kan mungkin ada orang yang punya sudut pandang lain yaaa takutnya tu gitu, eee itu kalau misalnya tentang sara itu mungkin akan jauh lebih punya pertimbangan daripada ngupload video-video yang lucu yang random gitu gak usah sih, gak usah dipertimbangkan gitu".

Bentuk dari luapan emosi yang diunggah di status *WhatsApp* bisa berupa kata-kata, baik itu berupa tulisan, foto atau bahkan video. Bisa juga berupa foto-foto dan video-video lainnya. Dari perkataan Kevin ketika diwawancarai pada tanggal 03 Juli 2025.

"Sedih (gambar), gambar tempat jarang saya foto orang, tempat yang kosong atau apa gitu, saya foto baru tulis captionnya baru di update ke story wa, gak pernah yang apa, beda dari itu sih, gak pernah. Lagi senang (foto, video juga iya yang penting terkait sama orang lain juga, Bersama kebersamaan gitu. Kalau marah enggak pernah. Kecewa gak pernah di update di story, biarin aja patah hati patah hati".

"Kalau lebih sering sih video, jadi postingan postingan video yang ada keterangan kata kata sedih".

Paparan dari saudari Tri Erlina Waro dalam wawancara tanggal 02 Juli 2025.

Dari berbagai macam bentuk luapan atau ungkapan emosi yang diunggah di Status *WhatsApp*, pasti ada harapan bahwa postingan yang diunggah tersebut akan mendapatkan respon atau

timbang balik. Karna yang namanya sedang berkomunikasi tentu perlu yang namanya tanggapan atau timbal balik. Hal ini sejalan dengan pernyataan saudari Nur Fadila, hasil dari wawancara pada tanggal 02 Juli 2025.

"Iya. Menurut saya penting, karena dengan adanya respon orang terhadap story yang saya bagikan maka akan membuat saya semakin membaik atau bahkan bisa untuk membagikan cerita atau curhat".

Dan disetujui pula oleh saudari Tri Erlina Waro dalam wawancara tanggal 02 Juli 2025.

"Eee itu yang pasti ada. Karena tujuan dari posting itu selain untuk pelampiasan yaa butuh saran dan pendapat dari orang lain juga, dukungan dari orang lain".

"Terkadang penting, agar kita punya pandangan lain tentang apa yang kita pikirkan. Jadi saya cukup mengharapkan timbal balik dari postingan saya biasanya".

Adapun menurut Kevin pada 03 Juli 2025 saat wawancara. *Support* atau dukungan adalah respon yang sangat diharapkan.

"*Support* sih ketika sudah diupdate kan ada lah respon support semangat atau apa segala macam, yaa bentunya support sih gak gak ada yang lebih, support aja udah seneng banget, dikasih respon kaya gitu".

Perasaan yang timbul setelah mengungkapkan emosi melalui status *WhatsApp*, yakni perasaan senang, atau lega serta ada rasa ingin tahu dan penasaran saat menunggu respon dari pengguna lain atau orang yang menjadi target dari luapan emosi yang ada tersebut.

Seperti yang dikatakan Kevin pada tanggal 03 Juli 2025 saat diwawancarai.

"... mungkin seneng doang sih, seneng aja gitu. Walaupun gak direspon yang penting udah diliat seneng juga, ada rasaa beda tersendiri di dalam".

Pendapat diatas sejalan dengan perkataan Dini Citra Lestari dalam wawancara pada tanggal 01 Juli 2025.

"Kalo aku sih, pas ngupdate status, palingan yang berubah itu karena sering pantau gitu, siapa yang liat story ku ehmm berapa aja yang udah liat, kaya kepo. Yaahh rasa ingin tau. Iyaa senang karena banyak yang lihat".

"Terasa lebih puas".

Sambung Nur Fadila dalam wawancara tanggal 02 Juli 2025. Ada juga Tri Erlina Waro yang merasa malu setelah mengupdate status di Status *WhatsApp*, seperti ketika di wawancarai tanggal 02 Juli 2025.

"Yang pasti ada, karena kalau masih awal siap siap untuk posting yaa itu biasa tapi pas setelah posting itu kaya rasa malu, terus kaya bimbang mau hapus atau tetap diposting, jadi langsung biarkan hp dulu taruh bebrapa menit dulu baru diabil biar perasaan kembali biasa, terus biarkan target melihat postingan itu, baru di hapus".

"Kadang mikir emang harus banget yaa kek gini dibikin status terus biasanya langsung hapus videonya karna ngerasa gak nyaman sendiri".

Tanggapan dari Baiq Yunita Lestari dalam wawancara tanggal 03 Juli 2025.

Demikianlah pemaparan sajian data tentang perilaku komunikasi masyarakat dalam menggunakan Status *WhatsApp* dan juga perilaku komunikasi masyarakat untuk mengungkapkan emosi melalui Status *WhatsApp*.

C. Analisis Data

1. Perilaku Komunikasi Masyarakat Pengguna Status WhatsApp

Cara berkomunikasi atau berperilaku setiap orang pastilah berbeda-beda. Hal itu bisa terjadi karena perbedaan latar belakang dari setiap individu. Dalam kehidupan sehari-hari, ketika manusia atau individu bersosialisasi dan berkomunikasi, tentunya juga menimbulkan suatu perilaku. Begitu pula dengan komunikasi atau interaksi yang terjadi dengan suatu media, seperti sosial media *WhatsApp*.

Dari pemaparan sajian data di atas, maka dapat kita ketahui bersama bahwa seberapa pentingnya bagi para pengguna *WhatsApp* melakukan atau mengupdate status di Status *WhatsApp*. Walaupun ada juga pengguna yang mengatakan bahwa mengupdate status di *WhatsApp* itu tidak terlalu penting. Namun nyatanya mereka tetap melakukan rutinitas itu. Bahkan dengan intensitas yang dapat dikatakan cukup sering.

Berikut ini adalah jawaban dari tingkat seberapa penting untuk mengupdate Status *WhatsApp* bagi masyarakat.

No.	Jawaban	Jumlah orang
1.	Tidak terlalu penting	7 orang
2.	Penting	1 orang
3.	Penting sekali	2 orang

Tabel 3.2 Tingkat seberapa penting mengupdate Status *WhatsApp*

Intensitas pengguna *WhatsApp* untuk melakukan update status cukup bervariasi, yakni mulai dari sehari sekali. Ada pula yang melakukannya sebanyak dua sampai dengan tiga kali dalam sehari. Bahkan ada yang mengupdate status melebihi lima kali dalam sehari. Walaupun hal tersebut tergantung pada situasi atau momen tertentu.

Berikut adalah hasil dari jawaban untuk intensitas mengupdate status *WhatsApp* dari masyarakat.

No.	Jawaban	Jumlah orang
1.	Jarang	1 orang
2.	1 -2 kali/hari	3 orang
3.	3 kali/hari	2 orang

4.	5 kali/hari	1 orang
5.	Paling banyak 5 kali/hari	2 orang
6.	Diatas 5 kali/hari	1 orang

Tabel 3.3 Intensitas dalam mengupdate Status *WhatsApp*

Momen-momen yang sering dibagikan meliputi kegiatan yang sedang dilakukan ataupun akan dilakukan dan bahkan sudah dilakukan atau berlangsung. Kebanyakan momen yang dibagikan ialah ketika penggunanya sedang melakukan perjalanan, ke tempat baru, unik, terkenal, dan menarik sehingga menimbulkan kesan yang kemudian menimbulkan dorongan dalam diri pengguna *WhatsApp* untuk membagikannya di Status *WhatsApp* mereka.

Di bawah ini merupakan hasil dari momen yang dapat memicu untuk mengupdate Status *WhatsApp*.

No.	Jawaban	Jumlah orang
1.	Jalan-jalan/bepergian	3 orang
2.	Tergantung keadaan/lagi pengen aja	3 orang
3.	Ada kegiatan/ <i>event</i>	3 orang
4.	Sedih, marah atau senang	1 orang

Tabel 3.4 Momen pemicu untuk mengupdate Status *WhatsApp*.

Penyebab atau faktor yang membuat atau menyebabkan pengguna *WhatsApp* terpicu untuk membagikan momen-momen, juga cukup lebar cakupannya. Ada yang hanya ingin menunjukkan eksistensinya saja. Ada pula yang sekedar hanya ingin membagikan tanpa punya tujuan yang pasti ketika mengupdate story tersebut. Tidak sedikit pula pengguna yang menjadikan status *WhatsApp* sebagai media untuk melepaskan emosi yang merayap dalam dirinya, serta pemikirannya yang sedang berkecamuk.

Berikut adalah hasil jawaban dari Faktor yang bisa membuat untuk mengupdate status *WhatsApp*.

No.	Jawaban	Jumlah orang
1.	Suka/senang dengan sesuatu	2 orang
2.	Eksistensi	1 orang
3.	Nemu konten dari medsos lain	2 orang
4.	Pengen <i>sharing</i> aja	1 orang
5.	Lagi sepi/sedang kecewa	1 orang
6.	Untuk melampiaskan emosi	1 orang
7.	Gabut, malas, dan bosan	2 orang

Tabel 3.5 Faktor penyebab mengupdate status *WhatsApp*.

Jadi bisa dikatakan pemicu yang membuat seseorang memiliki dorongan untuk mengupload sesuatu ke status *WhatsApp* mereka, tidak memiliki batasan yang jelas, karna setiap individu pengguna memiliki sifat dan pola pikir yang berbeda, sehingga menimbulkan perilaku yang berbeda-beda pula.

Konten atau isi dari updatean status *WhatsApp* pun juga beragam, ada yang mengunggah tulisan berupa kata-kata, ada yang mengunggah foto bahkan audio dan juga video. Kebanyakan dari informan pada penelitian ini mengupdate tentang kehidupan mereka, seperti kegiatan yang dilakukan, atau sekedar hanya membagikan foto *selfie* atau foto grup/kelompok, dan ada juga yang membagikan video, video kegiatan, video lucu dan banyak lagi. Isi dari updatean status terlalu beragam, hingga tidak sedikit pengguna yang menjadikan status *WhatsApp* sebagai media untuk menyalurkan kekreativitasan serta menyalutirkan luapan emosi. Apapun dapat dituangkan ke dalam status *WhatsApp* untuk dibagikan atau disebarluaskan. Sekali lagi batasan-batasan antara boleh dan tidak bolehnya konten tersebut disebar adalah kembali pada peraturan dan norma yang dipegang oleh pengguna *WhatsApp* masing-masing.

Berkut ini adalah hasil dari jawaban untuk konten yang sering dimuat pada status WhatsApp.

No.	Jawaban	Jumlah orang
1.	Kegiatan bersama (bukan pribadi)	1 orang
2.	Video jalan-jalan, selfie/foto group	3 orang
3.	Puisi/sajak (kata-kata)	1 orang
4.	Video lucu	1 orang
5.	Video, gambar, dan puisi	1 orang
6.	Aktivitas sehari-hari	2 orang
7.	Meneruskan dari sosmed lain	1 orang

Tabel 3.6 Konten yang biasa diupdate di Status *WhatsApp*

Sesuai dengan teori karakteristik media sosial oleh Nasrullah (2017: 6), maka hasil penemuan diatas menunjukkan bahwa pengguna *WhatsApp* tidak hanya dapat memperoleh informasi dari media sosial terkhusus *WhatsApp* saja, melainkan pengguna juga dapat berpartisipasi untuk membuat konten sebagai informasi untuk pengguna lainnya.

Tujuan dan sasaran yang diinginkan oleh setiap pengguna *WhatsApp* dalam menggunakan Status *WhatsApp* sebagai media berkomunikasi terutama ketika dikaitkan dengan kegiatan bepergian

adalah untuk menyenangkan diri sendiri, yang kemudian juga disertai rasa ingin membagi rasa senang tersebut kepada pengguna lain. Semua itu dilakukan demi kepuasan hati pengguna yang mengupdate status tersebut. Adapun sasaran dari status *WhatsApp* tersebut tidak lain adalah kerabat, teman, kolega, dan seluruh kontak yang tersedia dari masing-masing pengguna.

Di bawah ini adalah merupakan tujuan dari mengupdate Status *WhatsApp* di kalangan masyarakat.

No.	Jawaban	Jumlah orang
1.	Pengen dilihat orang	1 orang
2.	Menghibur saja	2 orang
3.	Kepuasan hati	1 orang
4.	Melampiaskan kesenangan	2 orang
5.	Buat menyenangkan diri	2 orang
6.	Meluapkan rasa yang sedang dialami	2 orang

Tabel 3.7 Tujuan dalam mengupdate status *WhatsApp*

Adapun sasaran dari pengguna status *WhatsApp* antara lain adalah sebagai berikut:

No.	Jawaban	Jumlah orang

1.	Semua orang yang ada di kontak	4 orang
2.	Yang mau lihat saja	2 orang
3.	Keluarga dan teman	2 orang
4.	Diprivasi, tergantung postingan	2 orang

Tabel 3.8 Sasaran dari pengguna status *WhatsApp*

Ketika kita melakukan atau membagikan momen pada status *WhatsApp* tentulah kita juga mengharapkan timbal balik ataupun respon dari apa yang kita bagikan. Hal itu merupakan sesuatu yang wajar. Sebagaimana prinsip komunikasi itu sendiri, dimana komunikasi akan berjalan dengan maksimal jika pengirim pesan dan penerima pesan dapat memiliki pemahaman yang sama akan pesan yang disampaikan, dan jika menerima timbal balik maka komunikasi yang terjadi bukan lagi komunikasi satu arah.

Untuk persoalan mengharapkan timbal balik ketika membagikan status di Status *WhatsApp* masih menjadi polemik. Namun pada penelitian ini antara pihak informan yang mengharapkan dan tidak terlalu mengharapkan respon untuk unggahan yang di bagikan, bisa dikatakan netral, yang mana para pengguna yang menjadi informan pada penelitian ini tidak sepenuhnya berharap setiap postingan mereka untuk dikomentari atau mendapatkan respon.

Adapun seberapa penting timbal balik itu, kebanyakan informan menyatakan bahwa respon dari pengguna lain terhadap konten yang mereka upload tergolong ke tingkat tidak penting, lumayan penting, penting, dan sangat penting.

2. Perilaku Komunikasi Masyarakat untuk Mengungkapkan Emosi Melalui Status WhatsApp

Masyarakat yang menjadikan Status *WhatsApp* sebagai saluran untuk mengungkapkan emosi, sangat beragam. Tidak dibatasi oleh jenis kelamin, usia, pendidikan dan juga pekerjaan serta latar belakang lainnya. Semua kalangan dapat menjadikan status *WhatsApp* sebagai media mengekspresikan diri dan juga emosi dalam diri.



Gambar 3.1 Status *WhatsApp* tentang rasa senang, dalam berkegiatan sehari-hari



Gambar 3.2 Status *WhatsApp* tentang rasa senang dan syukur

Emosi yang sering diluapkan atau diekspresikan di status *WhatsApp* antara lain, perasaan sedih, bahagia, marah dan kecewa. Biasanya sasaran dan juga target yang diincar dari unggahan status *WhatsApp* sangat spesifik, bisa jadi orang yang sedang tersangkut suatu urusan atau masalah dengan orang yang mengunggah luapan emosi tersebut di *WhatsApp*. Alasan lainnya kenapa masyarakat para pengguna *WhatsApp* menggunakan status *WhatsApp* sebagai media untuk mengungkapkan emosi ialah agar orang yang bersangkutan yang sedang memiliki urusan ataupun permasalahan dengan pengguna tersebut tahu dan dapat sadar jika si pengguna sedang tidak baik-baik saja, sehingga diharapkan orang yang bersangkutan ini agar dapat memperbaiki dan menyelesaikan permasalahan yang ada.

Berikut adalah hasil dari penelitian tentang cara untuk mengungkapkan emosi melalui status *WhatsApp*.

No.	Jawaban	Jumlah orang
1.	Foto dikasih kata-kata (<i>caption</i>)	2 orang
2.	Video lagu mellow	1 orang
3.	Membuat ungkapan tidak langsung	1 orang
4.	Kata-kata yang punya maksud tertentu	1 orang
5.	Foto dikasih <i>emoji</i>	1 orang
6.	Video (sedih, senang, dan motivasi)	2 orang
7.	Tidak tahu	1 orang
8.	Jarang sekali	1 orang

Tabel 3.9 Cara mengungkapkan emosi melalui status *WhatsApp*

Bentuk dari luapan emosi yang dirasakan pengguna *WhatsApp* tersebut antara lain, jika sedang marah mereka akan membuat kata-kata, tulisan atau foto yang berisikan tulisan atau bahkan video yang bertulisan dan menggambarkan kondisi yang sedang marah. Begitu pula ketidak sedih, maka unggahan yang dibuat akan menggambarkan perasaan sedih dari pengguna tersebut. Begitupun halnya dengan ketika sedang mengungkapkan perasaan

bahagia maka isi konten dari updatean *story WhatsApp* tersebut pasti akan menunjukkan kebahagiaan yang dirasakan penggunanya. Sama halnya ketika sedang marah maka postingannya akan memperlihatkan bahwa si pengguna sedang marah.

Di bawah ini adalah cara mengekspresikan diri untuk mengungkapkan emosi melalui status *WhatsApp*.

No.	Bentuk Emosi	Cara mengungkapkan
1.	Senang	Video jalan-jalan, foto dikasih keterangan yang menggambarkan kebahagiaan, video kegiatan.
2.	Sedih	Video dengan lagu sedih, foto dengan <i>caption</i> sedih.
3.	Marah	Bikin kata-kata yang berapi-api dan menggambarkan bahwa si pengguna sedang dalam keadaan marah.
4.	Kecewa	Video yang mengungkapkan situasi tersebut, atau membagikan kata-kata mutiara/motivasi.
5.	Lainnya	Sesuai dengan apa yang dirasakan.

Tabel 3.10 Cara Mengekspresikan Diri untuk mengungkapkan emosi melalui status *WhatsApp* oleh masyarakat.

Sesuai dengan teori bentuk-bentuk emosi yang dikutip Santoso dalam bukunya yang berjudul mengontrol emosi menjadi seni(2021: 5-6), maka hasil temuan di atas menunjukkan bahwa dari beberapa bentuk emosi yang ditunjukkan atau diungkapkan oleh masyarakat melalui status *WhatsApp*, terdapat beberapa cara untuk mengekspresikan emosi tersebut, antara lain dengan mengunggah tulisan, foto atau bahkan video yang mewakili atau sesuai dengan kondisi emosi yang dimiliki oleh masyarakat yang mengupdate status *WhatsApp*.

Meskipun setiap pengguna dibebaskan untuk mengungkapkan atau mengekspresikan emosinya. Masih ada hal-hal yang perlu dipertimbangkan ketika ingin mengungkapkan emosi melalui status *WhatsApp* tersebut. Contohnya seperti menimbang kelayakan dari postingan yang akan diupdate ke status *WhatsApp*. Intinya semua tergantung pada isi dari unggahan yang akan dibagikan tersebut dan juga kesadaran dan kontrol penuh dari setiap pengguna.

Dari updatean status *WhatsApp* yang dibuat masyarakat sebagai pengguna media sosial, pastinya pengguna tersebut sedikit banyak mengharapkan respon dari apa yang dia utarakan. Dengan adanya respon dari orang terhadap unggahan tersebut, pengguna yang awalnya merasakan emosi negatif kemudian dapat berubah

menjadi lebih baik dan emosinya menjadi stabil karna mendapatkan respon yang sesuai dan tepat.

No.	Jawaban	Jumlah orang
1.	Mengharapkan Support	1 orang
2.	Mengharapkan tapi tidak terlalu	1 orang
3.	Cukup mengharapkan	2 orang
4.	Mengharapkan	3 orang
5.	Tidak terlalu mengharapkan	2 orang
6.	Tergantung konten	1 orang

Tabel 3.11 Harapan tentang timbal balik dari postingan luapan emosi

Jika berbicara tentang perasaan yang timbul setelah pengguna *WhatsApp* meluapkan atau mengungkapkan emosi yang terdapat pada dirinya. Maka ada pengguna yang kemudian merasa lega, senang dan terhibur tidak sedih dan tidak marah lagi, tetapi juga ada pengguna yang mempertanyakan kembali tentang keputusannya yang telah mengungkapkan emosi di status *WhatsApp* itu sebagai tindakan yang tepat atau tidak.

Di bawah ini merupakan hasil dari perasaan setelah mengupdate status di *WhatsApp*.

No.	.Jawaban	Jumlah orang
1.	Senang, ada rasa tersendiri	2 orang
2.	Biasa aja, cukup senang	1 orang
3.	Mempertimbangkan ulang (dilema)	1 orang
4.	Puas	2 orang
5.	Campur aduk, bimbang	1 orang
6.	Senang, dan ingin tahu siapa yang liat status WhatsApp tersebut	1 orang
7.	Biasa	1 orang
8.	Lega	1 orang

Tabel 3.12 Rasa setelah mengungkapkan status *WhatsApp*

Berdasarkan pemaparan-pemaparan diatas, sekali lagi bentuk dari pengungkapan emosi, serta faktor pemicunya, dan cara mengungkapkan emosinya seperti apa dan bagiamananya, di media Status *WhatsApp* tidak terpaku pada jenis kelamin, umur, latar belakang pendidikan dan pekerjaan seseorang. Melaikan bisa dilihat dari seberapa dewasa dan matang sikap dan kontrol emosi yang dimiliki oleh orang tersebut.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Perilaku komunikasi masyarakat dalam menggunakan Status *WhatsApp*, sangat beragam ada yang menggunakannya sebagai media untuk mempublikasikan tentang eksistensinya, ada juga yang menggunakan status *WhatsApp* sebagai sarana untuk membagikan informasi baik bersifat pribadi maupun secara umum, dan ada pula yang menjadikan Status *WhatsApp* sebagai saluran untuk mengekspresikan diri, pikiran, serta perasaan atau emosi.
2. Perilaku masyarakat dalam mengungkapkan emosi melalui status *WhatsApp* tidak dapat diklasifikasikan hanya dengan melihat jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pekerjaan saja. Melainkan juga harus dilihat dari segi kematangan sikap dan kontrol emosi yang dimiliki oleh seseorang tersebut.
3. Dari berbagai jenis emosi yang paling sering diungkapkan masyarakat di status *WhatsApp* adalah Bahagia/Senang, Sedih, Marah dan Kecewa.
4. Bentuk luapan emosi yang disalurkan di status *WhatsApp* biasanya unggahan yang berupa tulisan kata-kata, foto dengan kata-kata atau bahkan video yang menggambarkan suasana hati penggunanya tersebut.

5. Sasaran dan target dari luapan emosi masyarakat tersebut biasanya adalah kerabat, teman, keluarga, kolega dan seluruh kontak yang ada di masing-masing akun *WhatsApp*.

B. Saran

1. Dengan kebebasan yang dimiliki untuk menjadikan status *WhatsApp* sebagai media komunikasi, lebih tepatnya media untuk mengungkapkan emosi. Sangat diharapkan agar setiap pengguna *WhatsApp* dapat mengontrol diri dan memberikan batasan-batasan yang sesuai dengan peraturan dan norma yang berlaku.
2. Jangan sampai *Over Sharing*, sehingga menimbulkan dampak yang kurang baik untuk kedepannya nanti.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-auhi, I. F. 2020. Pengaruh Kepribadian Terhadap Pengungkapan Diri Melalui Whatsapp Status Dikalangan Siswa MAN 02 Kota Serang. *Skripsi*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/54801> diakses tanggal 23 Mei 2022.
- Anggitasari, W. 2015. Perilaku Komunikasi Mahasiswa Jerman dalam Proses Adaptasi di Lingkungan Masyarakat Yogyakarta. *Skripsi*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Pembangunan Masyarakat Desa “APMD” Yogyakarta.
- Anggito, A., dan Johan Setiawan. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Ernawati dan Muh. Resa Yudianto Suldani. 2020. Perubahan Perilaku Komunikasi Kaum Perempuan Pengguna Instagram Stories di Kota Makassar. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 330-340.
<https://journal.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/view/11696> diakses tanggal 29 Mei 2022.
- Gede, A. P., dan Ni Made, P. U. 2021. *Interpretasi Dampak Situasi Pandemi Terhadap Perilaku Manusia dalam Menjalankan Kehidupan*. Makalah.
<http://repo.isi-dps.ac.id/4530/> diakses tanggal 16 Juni 2022
- Ginting, R. 2021. *Etika Komunikasi dalam Media Sosial: Saring Sebelum Sharing*. Cirebon: PENERBIT INSANIA.
- Herdiana, Dian. 2019. Peran Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat. *JUMPA* 6 (1), 63-86.
https://www.researchgate.net/profile/Dian-Herdiana/publication/335635768_Peran_Masyarakat_dalam_Pengembangan_Desa_Wisata_Berbasis_Masyarakat/links/5d71330292851caddb229e29/Peran-Masyarakat-dalam-Pengembangan-Desa-Wisata-Berbasis-Masyarakat.pdf?_cf_chl=tk=.vcb7rLdihJUEK3t82dw7HGz7SJKQUhTLJUOgcXhwuI-1749482715-1.0.1.1-

[b_sza3zsgN.85xnZ3rp7Dnxp1.iu3pm6IKU44nxOB.U](https://journal.unpaed.ac.id/index.php/publiciana/article/view/140) diakses tanggal 03 Juni 2025.

Margayaningsih, Dwi Iriani. 2018. Peran Masyarakat Dalam Kegiatan Pemberdayaan Masyarakat di Desa. *Publiciana* 11(1), 72-88.
<https://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/view/140>
diakses tanggal 03 Juni 2025.

Nasrullah, R. 2017. *MEDIA SOSIAL Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Nugraha, B., M. Fakhruddin Akbar. 2018. Perilaku Komunikasi Pengguna Aktif Instagram. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 2(2), 95-101.
<http://journal.unpad.ac.id/manajemen-komunikasi/article/view/21330>
diakses tanggal 15 Juni 2022.

Oktaheriyani, D. 2020. Analisis Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial TikTok (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNISKA MAB Banjarmasin). *Deploma Thesis*. Banjarmasin: Universitas Islam Kalimantan.
<http://eprints.uniska-bjm.ac.id/3504/> diakses pada 21 Juni 2022

Rahartri. 2019. "Whatsapp" Media Komunikasi Efektif Masa Kini. *Jurnal VISI PUSTAKA*, 21(2), 147-155.
<https://ejournal.perpusnas.go.id/vp/article/view/552> diakses tanggal 8 Juni 2022

Rorimpandey, P.A. 2016. Perilaku Komunikasi Mahasiswa Pengguna Sosial Media Path (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal ACTA DIURNA KOMUNIKASI*, 5(3).
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/12775> diakses tanggal 29 Mei 2022.

Santoso, A. 2021. *Mengontrol Emosi Menjadi Seni*. Surabaya: CV. Global Aksara Pers.

Sari, D. R. 2015. Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial Tinder Dalam Menjaln Relasi Pertemanan Di Kalangan Mahasiswa UNIKOM (Studi Deskriptif Mengenai Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial Tinder Dalam Menjaln Relasi Pertemanan Di Kalangan Mahasiswa UNIKOM). *Skripsi*. Bandung: Universitas Komputer Indonesia Bandung.
<https://repository.unikom.ac.id/23231/> diakses tanggal 21 Juni 2022

Sarwono, J. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Edisi 2*. Yogyakarta: Suluh Media.

Styaka, Y. H. 2011. Hubungan Antara Persepsi Siswa Pada Kemampuan Profesional Guru, Kecerdasan Emosi, dan Sikap Siswa dengan Hasil Belajar Mata Diklat Statistika Bangunan Siswa Kelas X Jurusan Teknik Konstruksi Kayu Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 2 Sragen. *Tesis*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret Surakarta.
<https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/18824> diakses tanggal 16 Juni 2022

Z., Coky Aditya. 2015. *Berbagai Terapi Jitu Atasi Emosi Sehari-hari*. Yogyakarta: FlashBooks.

SUMBER LAIN/INTERNET

<https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia> diakses tanggal 04 Juni 2025

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20250502180141-206-1225139/jumlah-pengguna-whatsapp-tembus-3-miliar-berapa-di-indonesia>
diakses tanggal 04 Juni 2025

<https://www.inilah.com/data-pengguna-media-sosial-indonesia> diakses
tanggal 04 Juni 2025

<http://banyuradensid.slemankab.go.id/home/> diakses tanggal 05 Juni 2025

<http://share.google/qdc2mRh8eFrsWoCzD> diakses tanggal 05 Juni 2025

<http://share.google/tReNSSapyV2vOisZ8> diakses tanggal 05 Juni 2025

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Panduan Wawancara

(Recording/Rekaman)

Nama :

No. WhatsApp :

Usia :

Pendidikan :

Pekerjaan :

Pertanyaan

Pertanyaan untuk perilaku komunikasi masyarakat dalam penggunaan status whatsapp.

1. Menurut anda seberapa penting untuk mengupdate status di status whatsapp?
2. Dalam sehari berapa kali anda mengupdate status whatsapp anda?
3. Apa isi (content) dari status whatsapp yang anda upload?
4. Faktor apa saja yang bisa membuat anda mengupdate status whatsapp?
5. Momen atau saat seperti apa yang dapat memicu anda untuk mengupdate status whatsapp (kapan dan dimana)?
6. Apa tujuan anda pada saat mengupdate status whatsapp?
7. Siapa saja sasaran dari status whatsapp yang anda buat?
8. Dari status yang anda unggah, apakah anda mengharapkan timbal balik atau respon?
9. Seberapa penting respon atau timbal balik yang didapatkan dari status whatsapp yang anda unggah?

Pertanyaan untuk perilaku masyarakat dalam mengungkapkan emosi melalui status whatsapp.

1. Apakah anda pernah menggunakan status whatsapp sebagai media untuk mengungkapkan emosi?
2. Apakah anda adalah tipe orang yang ketika sedang merasakan emosi (marah, sedih, senang, dll), anda akan meluapkannya melalui status whatsapp?
3. Apa faktor yang bisa membuat atau memicu anda untuk mengungkapkan emosi melalui status whatsapp?
4. Bagaimana cara anda untuk mengungkapkan emosi melalui status whatsapp?
5. Ketika anda mengungkapkan emosi via status whatsapp, apakah anda berpikir atau membuat pertimbangan terlebih dahulu?
6. Siapa saja sasaran atau target anda ketika anda mengungkapkan emosi anda melalui status whatsapp?
7. Bentuk emosi seperti apa yang sering anda ungkapan via status whatsapp?
8. Bagaimana cara anda mengungkapkan emosi lewat status whatsapp?
 - 12.Senang
 - 13.Sedih
 - 14.Marah
 - 15.Kecewa, dll
9. Bentuk dari luapan emosi yang anda unggah via status whatsapp biasanya berbentuk seperti apa (tulisan, gambar, video)?
10. Apakah anda mengharapkan respon atau timbal-balik dari postingan luapan emosi yang anda buat di status whatsapp? Seberapa penting itu?
11. Apa yang anda rasakan setelah mengungkapkan emosi melalui status whatsapp?

Foto Bersama Informan

