



Riwayah: Jurnal Studi Hadis

issn 2460-755X eissn 2476-9649

Tersedia online di: journal.stainkudus.ac.id/index.php/Riwayah

DOI: xxx xxx xxx xxx

Resepsi Hadis Anjuran Tersenyum dan Aplikasinya dalam Emoticon Senyum pada Sosial Media

Melati Ismaila Rafi'i

Universias Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Ismailamelati@gmail.com

Abstrak

Tulisan ini membahas mengenai pengaplikasian hadis anjuran tersenyum dalam sosial media sebagai bentuk komunikasi non-verbal. Proses transmisi dan resepsi terhadap hadis anjuran tersenyum diekspresikan melalui emoticon senyum yang digunakan dalam sosial media, salah satunya yakni Whatsapp. Oleh karena itu kajian ini termasuk ke dalam kajian *living hadis*. Adapun teori yang digunakan adalah pendekatan teori semiotika komunikasi Charles Sanders Peirce yang dikenal dengan segitiga makna atau segitiga semiotik. Dengan kajian ini diharapkan dapat diketahui kontekstualisasi hadis dalam komunikasi menggunakan sosial media yang kini tengah berkembang di tengah masyarakat.

Kata Kunci : Emoticon, Living Hadis, Semiotika, Sosial Media

Abstract

This paper discusses about the application of the hadith of recommended smiles traditions in social media as a form of non-verbal communication. The process of transmission and acceptance of smiling recommendations is expressed through emoticons which are also in social media, one of which is Whatsapp. This is included in the study of living hadith. The theory used is Charles Sanders Peirce's theory of communication semiotics known as meaning triangles or semiotic triangles. With this

study, it is expected to be able to know the contextualization of hadith in communication using social media which is now developing in the community.

Keywords : Emoticon, Living Hadis, Semiotic, Social Media

Pendahuluan

Hadis sebagai sumber agama Islam kedua setelah al-Qur'an, perkembangan kajian hadis tetap menarik hingga saat ini. Problematika yang ada dalam bidang kajian hadis diantaranya ialah otentisitas teks, variasi lafadh, hingga rentang waktu yang lama antara masa hidup Nabi SAW hingga masa kodifikasi. Oleh karena itu kajian yang berkembang adalah seputar otentisitas teks, peran Rasulullah ketika menyampaikan sabdanya, hingga *asbab al wurud* hadis. Dalam perkembangannya dikenal istilah living hadis, sebuah kajian yang lebih dekat dengan wilayah matan. Beberapa kajian tersebut memiliki tujuan untuk mendudukan pemahaman hadis pada tempat yang proporsional, kapan dipahami secara tekstual, kontekstual, universal, temporal, situasional, maupun lokal sebagai wujud nyata eksistensi islam yang *salih li-kulli zaman wa makan*.(Suryadi, 2007, p. 88)

Perkembangan kajian hadis juga seiring dengan perkembangan teknologi yang membawa dampak bagi seluruh aspek kehidupan. Kajian hadis di era global semakin mudah ditemui melalui media teknologi, sebagai contoh yakni buku dalam bentuk Pdf yang dapat ditemui di <http://www.omelketab.net/>. Dapat juga dalam bentuk software yang digagas oleh individu maupun pemerhati hadis, seperti software *maktabah syamilah*, *maktabah li al-sunnah an-nabawiyah*. Beberapa kajian hadis dalam jurnal ilmiah juga memuat tentang hadis serta perkembangannya dalam dunia teknologi dan informasi, seperti tulisan Yunus Yusoff yang dimuat dalam *Journal of Computer Science* dengan judul *Adopting Hadith Verification Techniques in to Digital Evidence Authentication*.(Suryadilaga, 2014, p. 202). Selain itu kajian hadis semakin memperluas ranah akses, bukan hanya di buku tetap juga melalui media. Media audio maupun audio visual yang memuat kajian hadis antara lain televisi, radio, youtube, bahkan instagram dan media sosial lainnya.

Dengan adanya perkembangan kajian hadis dalam media, maka kontekstualisasi hadis diperlukan untuk eksistensi hadis itu sendiri. Dalam tulisan ini akan dibahas mengenai kontekstualisasi hadis anjuran tersenyum yang diaplikasikan dalam penggunaan sosial media, salah satunya yakni Whatsapp. Whatsapp merupakan jejaring sosial yang populer digunakan oleh berbagai kalangan tak terkecuali oleh mahasiswa. Penggunaan emoticon sebagai salah satu sarana mengekspresikan emosi dalam *chat* memungkinkan pengguna untuk menggunakan *emoticon* tersenyum untuk mengaplikasikan hadis. Adapun beragam jenis *emoticon* yang digunakan sebagai ungkapan bahagia dianalisa menggunakan teori semiotika, salah satu teori untuk memahami tanda.

Metode Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode kualitatif untuk mengetahui makna tanda ini menggunakan teori Charles Sanders Pierce sedangkan metode penelitian resepsi dan transmisi dijelaskan dalam desain penelitian living hadis.

Beberapa cakupan bidang kajian komunikasi antara lain komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*), (b) komunikasi kelompok (*group communication*), (c) komunikasi organisasi/institusi (*organizational/institutional communication*), (d) komunikasi massa (*mass communication*), dan (e) komunikasi budaya (*cultural communication*). Adapun bidang kajian dalam tulisan ini yakni komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*). Komunikasi antarpribadi pada dasarnya merupakan jalinan hubungan interaktif antara seorang individu dan individu lain di mana lambang-lambang pesan secara efektif digunakan, terutama lambang-lambang bahasa.

Dalam menganalisis lambang atau tanda yang terdapat dalam komunikasi antar pribadi digunakan analisis semiotik. Secara singkat analisis semiotik (*semiotical analysis*) merupakan cara atau metode untuk menganalisis dan memberikan makna-

makna terhadap lambang-lambang pesan atau teks. Pusat perhatian analisis semiotik adalah terhadap lambang-lambang dalam teks.(Pawito, 2007, pp. 155–156)

Adapun analisis yang digunakan dalam penelitian living adalah kontekstualisasi dari resepsi hadis serta transmisi pengetahuan. Penelitian living hadis berbasis pada bagaimana resepsi masyarakat terhadap teks yang ada di balik praktik. Disamping itu, living hadis juga menitikberatkan terhadap kajian transmisi pengetahuan atas sebuah praktik tertentu.

Teknik pengambilan data menggunakan metode sampling dengan menggunakan kuesioner yang disebar pada populasi secara acak, yakni mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang menggunakan aplikasi Whatsapp. Proses pengambilan data berlangsung sejak tanggal 21 September 2018 hingga 24 September 2018 dengan jumlah responden 62. Selain itu, metode wawancara juga digunakan untuk mengambil data dari responden dengan jawaban lebih jelas. Metode observasi juga dilakukan untuk mengamati percakapan yang dilakukan dalam grup maupun chat pribadi di Whatsapp.

Living Hadis dalam Sosial Media

Living Hadis

Living hadis merupakan terma baru dalam kajian hadis. Istilah yang dipopulerkan oleh dosen Tafsir Hadis UIN Sunan Kalijaga ini berasal dari istilah living yang digunakan oleh Barbara Metcalf dalam artikel "*Living Hadith in Tablighi Jamaah*". Namun apabila ditelusuri ke belakang lagi terma ini berasal dari living sunnah, hingga praktik sahabat dan tabiin dengan tradisi Madinah yang digagas oleh Imam Malik. Maka sisi kebaruan living hadis ini hanya dari frasa kata yang digunakan.(Zuhri, Saifuddin, 2018, p. 4)

Fokus kajian living hadis adalah pada satu bentuk kajian atas fenomena praktik, tradisi, ritual, atau perilaku yang hidup di masyarakat yang memiliki landasannya di hadis nabi. Dengan demikian, living hadis merupakan bentuk resepsi (penerimaan, tanggapan, respon) atas teks hadis yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok yang terwujud dalam praktik/ritual/tradisi/perilaku masyarakat. Dalam proses resepsi ini

terdapat jarak yang jauh antara praktik yang ada saat ini dengan realitas teks hadis yang ada pada masa lalu, sehingga kadangkala seseorang atau masyarakat tidak memahami bahwa praktik itu berawal dari teks. Kemudian dalam analisis resepsi jika khalayak berada dalam kerangka budaya yang sama dengan produser teks, maka pembacaan oleh khalayak terhadap teks kemungkinan masih sama dengan produksi tekstual. Sebaliknya, apabila anggota khalayak berada pada posisi sosial yang berbeda dari produsen teks, maka teks itu akan dimaknai secara alternatif atau berbeda. (Zuhri, Saifuddin, 2018)

Living hadis setidaknya memiliki tiga variasi, yang terdiri dari tradisi tulis, tradisi lisan, dan tradisi praktik. Tradisi tulis menulis tidak hanya sebatas bentuk yang tertulis di tempat tertentu saja, melainkan dibaliknya terdapat tradisi kuat yang bersumber dari Rasulullah SAW. Adapun tradisi lisan muncul seiring dengan praktik yang dijalankan oleh umat islam. Praktik yang diilhami oleh hadis ini dijalankan dalam sebuah tradisi lisan. Sedangkan tradisi praktik dalam living hadis ini banyak dilakukan oleh umat islam. (Suryadilaga, 2014)

Sosial Media dan Perkembangannya

Marshall McLuhann (1964) sebagaimana dikutip oleh Apriadi Tamburaka mengemukakan bahwa teknologi komunikasi memainkan peran penting dalam tatanan sosial dan budaya baru membawa perubahan dari media cetak ke media elektronik. Dengan adanya perkembangan teknologi di bidang teknologi informasi juga memicu perubahan besar dalam teknologi digitalisasi dimana semua konten media baik cetak dan elektronik dapat digabungkan dan didistribusikan. Media digital adalah bentuk dari konten media yang menggabung dan mengintegrasikan data, teks, suara, dan berbagai gambar yang tersimpan dalam format digital dan didistribusikan melalui suatu jaringan seperti kabel serat optik, satelit dan sistem transmisi gelombang rendah.

Pergeseran teknologi dari tradisional ke teknologi digital juga membawa perubahan besar dalam cara manusia berkomunikasi. Apabila sebelumnya khalayak media massa dikendalikan oleh informasi dari suatu lembaga ke media massa, maka ketika perubahan teknologi terjadi ke arah digitalisasi maka terjadi pula perubahan pada pola distribusi konten media yang kini dapat berpindah ke posisi khalayak. Sehingga dominasi media sebagai penyedia konten media tidak lagi menjadi satu-satunya sumber

informasi, justru sebaliknya, khalayak juga dapat menciptakan konten media itu sendiri. (Tamburaka, 2013, pp. 73–74)

Dalam hubungan komunikasi antara individu keberadaan media baru memberikan perspektif yang baru. McQuail sebagaimana yang dikutip Apriadi menunjukkan enam perbedaan antara media lama dan media baru yaitu, (1) media lama memiliki konsep satu objek berbicara pada banyak orang, sementara media baru bersifat *decentralized* yang artinya semua memiliki kesempatan berbicara kepada siapapun, (2) media lama adalah *one way communication*, sementara media baru *two way communication* yang memungkinkan adanya *feedback* dari *audience*, (3) media lama di bawah kontrol negara, sementara media baru di luar kontrol negara, bahkan bisa dinikmati siapapun yang ada di dunia tanpa batasan negara, (4) media lama memproduksi lapisan sosial sementara media baru adalah memproduksi konsep demokratisasi, (5) media lama memfragmentasi *audience* sementara media baru meletakkan *audience* pada posisi yang sama, (6) media lama membentuk kebingungan sosial, sementara media baru berorientasi pada individu. (Tamburaka, 2013)

Salah satu bentuk dari keberadaan *new media* adalah fenomena munculnya *Social Network* (jejaring sosial). Disebut jejaring sosial dikarenakan ternyata aktivitas sosial tidak hanya dapat dilakukan di dunia nyata (*real*) tetapi juga dapat dilakukan di dunia maya (*unreal*). Kini jenis jejaring sosial semakin banyak dan beragam, mulai dari konten hingga fitur yang ditawarkan. Beberapa jenis jejaring sosial yang cukup familiar antara lain: *Facebook*, *Twitter*, *You Tube*, *Instagram*, dan *Whatsapp*. (Tamburaka, 2013)

Salah satu jenis aplikasi jejaring sosial yang banyak digunakan pada saat ini adalah *Whatsapp*. Sebagaimana yang dijelaskan dalam *Malaysian Journal of Communication*, *Whatsapp* adalah aplikasi pesan instan yang memiliki beragam fungsi, seperti berbagi pesan teks, gambar, audio, video, dan link untuk akses web di internet. Keunggulan lain yang dimiliki *Whatsapp* adalah aplikasi ini gratis dan memiliki enkripsi end-to-end yang dapat digunakan untuk *smartphone* / *tablet* dan dapat juga digunakan di web. *Whatsapp* menggunakan internet untuk melakukan panggilan suara, panggilan video, mengirim pesan teks, gambar, GIF, video, dokumen, lokasi pengguna, file audio, kontak telepon dan catatan suara kepada pengguna lain dengan nomer telepon standar. Fitur terbaru yang ditambahkan *Whatsapp* adalah status, yang

memungkinkan pengguna mengunggah foto atau video yang bermasa 24 jam ke dalam umpan yang dapat dilihat oleh semua kontak.(Annamalai, 2017, p. 90)

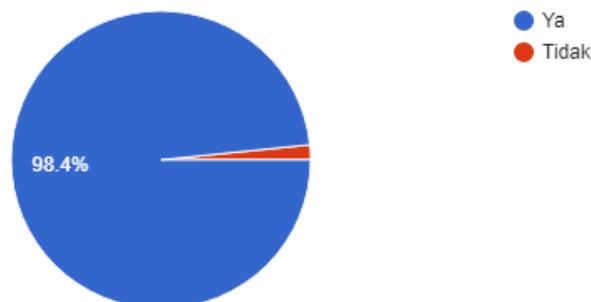
Dengan adanya perkembangan ini, tidak menutup kemungkinan adanya hadis-hadis yang diaplikasikan dalam media sosial. Media sosial sebagai sarana komunikasi masa kini memberikan ruang dan peluang adanya praktik-praktik hadis di dalamnya.

Living Hadis dalam Penggunaan Emoticon Senyum

Sebagaimana yang telah dijelaskan bahwa living hadis merupakan sebuah kajian yang berfokus pada resepsi teks hadis dan transmisi pengetahuan hadis. Dari tanggapan beberapa responden tentang anjuran tersenyum dalam islam, sebanyak 98,44% responden mengetahuinya.

Apakah anda mengetahui anjuran tersenyum dalam islam?

62 responses

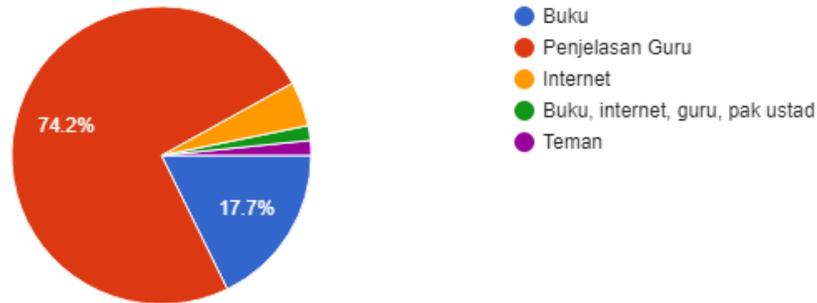


Gambar 1. Grafik jumlah responden yang mengetahui anjuran tersenyum

Selanjutnya, berkaitan dengan proses transmisi pengetahuan, guru masih menjadi agen pengetahuan teks hadis yang paling berperan untuk menyampaikan hadis ini. Sebanyak 74,2% responden mendapatkan pengetahuan anjuran tersenyum dari penjelasan guru. Adapun 17,7% mengetahuinya dari buku, dan selebihnya dari internet, teman, maupun berbagai sumber tersebut. Salah satu responden yang diwawancarai oleh penulis mengatakan bahwa ia sangat mengingat anjuran itu dikarenakan penjelasan gurunya ketika berada di Madrasah Aliyah.

Darimana anda mengetahuinya?

62 responses



Gambar 2. Grafik sumber transmisi pengetahuan hadis anjuran tersenyum

Ragam teks tentang anjuran tersenyum yang dikemukakan oleh responden berbeda-beda. Beberapa ada yang mampu menuliskannya dalam bahasa arab langsung, sebagian yang lain menuliskan intisari dari hadis yang menyebutkannya.

Berikut ini beberapa tanggapan responden tentang teks anjuran tersenyum yang mereka ketahui.

Tabel 1. Tanggapan responden terhadap lafadz teks anjuran tersenyum yang diketahui

No	Lafadz Teks
1	Senyum adalah ibadah (4)
2	Senyum itu ibadah (2)
3	Sedekah yang paling mudah adalah tersenyum
4	Senyum termasuk ibadah yg mudah dilakukan, maka tersenyumlah pada sesama manusia dan pada keadaan yg sesuai
5	تَبَسُّمُكَ فِي وَجْهِ أَخِيكَ صَدَقَةٌ (2)
6	Senyummu kepada saudaramu adalah sedekah
7	Senyum adalah sodaqoh, dan sodaqoh adalah ibadah
8	التَّبَسُّمُ فِي وَجْهِ أَخِيكَ صَدَقَةٌ
9	Tabassumuka fii wajhi akhika shodaqoh
10	Tabassumuka fi wajhi akhoka shodaqoh

-
- 11 Senyum adalah ibadah yang paling mudah
 - 12 "Senyummu di hadapan saudaramu (sesama muslim) adalah (bernilai) sedekah bagimu." (HR at-Tirmidzi (no. 1956), Ibnu Hibban (no. 474 dan 529) dll)
 - 13 Senyum manismu dihadapan saudaramu (sesama muslim) adalah sedekah
 - 14 Senyum adalah ibadah yang paling mudah
 - 15 Menampakkan wajah ceria dan berseri-seri ketika bertemu dengan seorang muslim akan mendapatkan ganjaran pahala seperti pahala bersedekah
-

Berdasarkan penelusuran penulis dalam aplikasi Lidwa Pusaka, hadis yang menyebutkan anjuran tersenyum terdapat dalam Sunan Tirmidzi no. 1879.

حَدَّثَنَا عَبَّاسُ بْنُ عَبْدِ الْعَظِيمِ الْعَنْبَرِيُّ حَدَّثَنَا النَّضْرُ بْنُ مُحَمَّدٍ الْجَرَشِيُّ الْيَمَامِيُّ حَدَّثَنَا عِكْرَمَةُ بْنُ عَمَّارٍ حَدَّثَنَا أَبُو زَمِيلٍ عَنْ مَالِكِ بْنِ مَرْثَدٍ عَنْ أَبِيهِ عَنْ أَبِي ذَرٍّ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ تَبَسُّمُكَ فِي وَجْهِ أَخِيكَ لَكَ صَدَقَةٌ وَأَمْرُكَ بِالْمَعْرُوفِ وَنَهْيُكَ عَنِ الْمُنْكَرِ صَدَقَةٌ وَإِرْشَادُكَ الرَّجُلَ فِي أَرْضِ الضَّلَالِ لَكَ صَدَقَةٌ وَبَصْرُكَ لِلرَّجُلِ الرَّدِيءِ الْبَصْرَ لَكَ صَدَقَةٌ وَإِمَاطَتُكَ الْحَجَرَ وَالشُّوْكَهَ وَالْعَظْمَ عَنِ الطَّرِيقِ لَكَ صَدَقَةٌ وَإِفْرَاطُكَ مِنْ دَلُوكَ فِي دَلْوِ أَخِيكَ لَكَ صَدَقَةٌ قَالَ وَفِي الْبَابِ عَنْ ابْنِ مَسْعُودٍ وَجَابِرٍ وَحَدِيفَةَ وَعَائِشَةَ وَأَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ أَبُو عِيسَى هَذَا حَدِيثٌ حَسَنٌ غَرِيبٌ وَأَبُو زَمِيلٍ اسْمُهُ سِمَاكُ بْنُ الْوَلِيدِ الْحَنْفِيُّ

Telah menceritakan kepada kami Abbas bin Abdul Azhim Al Anbari, telah menceritakan kepada kami An Nadlr bin Muhammad Al Jurasyi Al Yamami, telah menceritakan kepada kami Ikrimah bin Ammar, telah menceritakan kepada kami Abu Zuamail dari Malik bin Martsad dari bapaknya dari Abu Dzarr ia berkata; Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Senyummu kepada saudaramu merupakan sedekah, engkau berbuat ma'ruf dan melarang dari kemungkaran juga sedekah, engkau menunjukkan jalan kepada orang yang tersesat juga sedekah, engkau menuntun orang yang berpenglihatan kabur juga sedekah, menyingkirkan batu, duri dan tulang dari jalan merupakan sedekah, dan engkau menuangkan air dari embermu ke ember saudaramu juga sedekah." Hadits semakna diriwayatkan dari Ibnu Mas'ud, Jabir, Hudzaifah, 'Aisyah dan Abu Hurairah. Berkata Abu 'Tsa: Ini merupakan hadits hasan gharib dan Abu Zumail bernama Simak bin Walid Al Hanafi.

Dalam hadis lain dijelaskan mengenai anjuran menampakkan wajah yang manis ketika bertemu. Dalam kitab Riyadhhus Shalihin karya Imam Nawawi, bab 88 memuat mengenai Sunnahnya berbicara yang baik dan menunjukkan wajah yang manis ketika bertemu. Anjuran untuk menampakkan wajah yang manis ini dijelaskan dalam hadis :

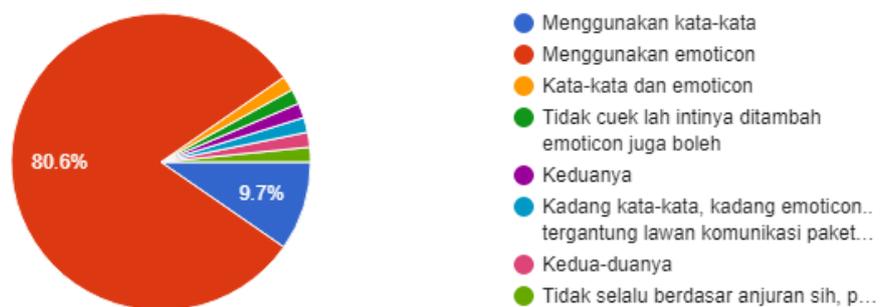
695. Dari Abu Zar r.a., katanya: "Rasulullah s.a.w. bersabda kepada saya: "Janganlah engkau menghinakan sesuatupun dari amal kebaikan-yakni

sekalipun tampaknya kecil, janganlah tidak dilakukan, meskipun andaikata engkau bertemu saudaramu dengan menunjukkan wajah yang manis," - atau berseri-seri tanda bersuka cita ketika bertemu itu. (Riwayat Muslim) (An-Nawawi, 676 H, hal. 217)

Dalam mengaplikasikan hadis-hadis yang berkaitan dengan anjuran tersenyum, responden memiliki beragam langkah. 80,6% diantaranya menggunakan emoticon sebagai sarana menyampaikan ekspresi senyum atau bahagia. 9,7% diantaranya memilih kata-kata sebagai ungkapan senyum dalam komunikasi menggunakan Whatsapp. Sedangkan selebihnya menggunakan keduanya, atau terkadang menggunakan salah satu dari keduanya, yakni emoticon dan kata-kata.

Bagaimana anda mengaplikasikan anjuran tersenyum dalam komunikasi melalui WhatsApp?

62 responses



Gambar 3. Grafik cara responden mengaplikasikan hadis anjuran tersenyum dalam Whatsapp

Emoticon sebagai Simbol Komunikasi

Sebagaimana dijelaskan oleh Walther yang dikutip oleh Alila Pramiyanti, emotikon merupakan akronim dari *emo-tional icon*. Asteroff (1987) mendefinisikan emotikon sebagai *relational icons*, sedangkan Sanderson (1993) menjelaskan emotikon atau *smilleys* merupakan suatu karakter yang dapat dicari dalam komputer yang digunakan ketika berkomunikasi melalui komputer. Danet, Ruedenberg-Wright, dan Rosenbaum-Tamari (1997) juga menjabarkan emotikon sebagai ikon untuk

mengekspresikan emosi atau untuk menandai niat seseorang sebagai hal yang tidak serius. Emotikon yang terkenal adalah senyum, mengedipkan mata, marah, dan kerutan. Sementara Rezabek dan Cochenour (1998) menyatakan bahwa emotikon adalah isyarat visual yang terbentuk dari tipografi simbol biasa yang ketika dibaca terbalik akan mewakili perasaan atau emosi.

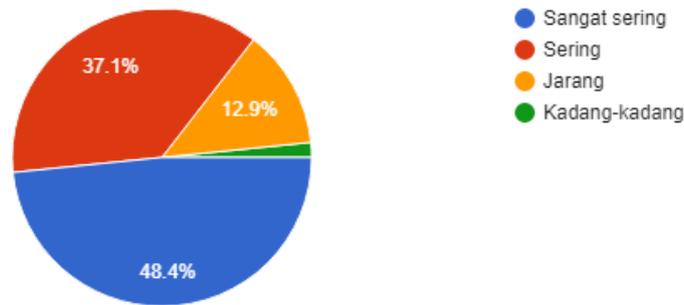
Emotikon diciptakan sebagai kompensasi dari ketidakmampuan penyampaian nada suara, ekspresi muka, maupun isyarat atau sikap tubuh dalam komunikasi tertulis. Oleh karena itu, emotikon dapat menjembatani pemisah antara pesan tulisan dengan percakapan tatap muka serta memberikan gambaran kepada pembaca tentang apa yang dimaksudkan oleh penulis melalui tampilan gambar ekspresi wajah. Emotikon biasa digunakan pada teks pesan singkat, *e-mail*, atau pada forum in-ternet, seperti *chat-rooms* maupun *blog*. Pada forum situs, pesan singkat, dan permainan *online*, teks emotikon sering secara otomatis tergantikan dengan gambar-gambar kecil yang sesuai yang kemudian dinamai emotikon grafis.(Pramiyanti, 2014, p. 121)

Whatsapp memiliki lebih dari 722 representasi grafis berupa emoticon seperti *smiley*, peristiwa, benda-benda, perjalanan, makanan dan minuman, hewan, negara, dan lainnya. Beragam emoticon ini meningkatkan pemahaman pembaca-yang dalam hal ini pengguna Whatsapp terhadap sebuah pesan digital dengan cara yang lebih segar, visual, dan hidup.(Annamalai, 2017)

Berdasarkan hasil pengamatan dan pertanyaan penulis kepada responden acak yakni mahasiswa UIN Sunan Kalijaga yang menggunakan aplikasi Whatsapp, emotikon menjadi sebuah ikon yang sering digunakan dalam berkomunikasi. Bahkan 48,4% responden mengaku sangat sering menggunakan emotikon. 37,1% responden lain sering menggunakannya, sedangkan 12,9% jarang menggunakan emotikon, dan hanya 1,6 % responden yang menggunakan emotikon dengan frekuensi kadang-kadang.

Seberapa sering anda menggunakan emoticon?

62 responses



Gambar 4. Frekuensi penggunaan emoticon

Varian emoticon yang digunakan beragam, namun sebagian besar responden yakni 82% responden menggunakan emoticon untuk mengungkapkan ekspresi bahagia. Selebihnya menggunakan emoticon untuk mengungkapkan ekspresi sedih, marah, kesal, tertawa, bahkan emoticon jempol.

Subashini Anamalai menjelaskan dalam tulisannya bahwa emoticon *smiley* (kadang-kadang hanya disebut wajah bahagia atau wajah tersenyum) adalah representasi wajah seseorang yang tersenyum. Ada hampir 75 *smiley* (dalam bentuk wajah manusia) emoji yang digunakan dalam Whatsapp Messenger. *Smiley* semakin populer dalam percakapan teks dan media sosial. Komunikasi melalui SMS, media sosial, email, dan aplikasi online lainnya berbeda untuk komunikasi secara langsung karena beberapa alasan. Dalam percakapan yang dilakukan secara langsung setiap hari, manusia meniru ekspresi dan emosi masing-masing saat kita berbicara sendiri. Penularan emosional ini adalah bagian besar dari bagaimana kita menunjukkan empati dan membangun hubungan. Namun, dalam percakapan digital, elemen penting dari empati dan emosi itu hilang apabila hanya berbasis teks. Masalah ini telah diatasi dengan menggunakan *smiley*. Penelitian yang dilakukan oleh Churches menemukan bahwa ketika pengguna melihat wajah tersenyum secara online, bagian otak yang sama diaktifkan ketika mereka melihat wajah manusia yang sebenarnya. Pengenalan *smiley* dapat memberikan 'sinyal' visual tentang bagaimana pengguna merasa tanpa perlu mendeskripsikan ini secara eksplisit dalam kata-kata.(Annamalai, 2017)

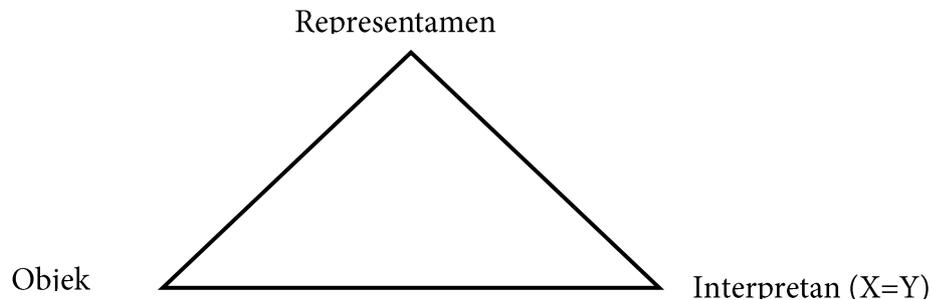
Semiotika merupakan ilmu yang mempelajari makna atau arti dari suatu tanda atau lambang. Sebenarnya, istilah *semeiotics* (dilafalkan demikian) diperkenalkan oleh Hippocrates (460-377 SM), penemu ilmu medis Barat, seperti ilmu gejala-gejala. Gejala, menurut Hippocrates, merupakan *semeion*-bahasa Yunani untuk “petunjuk” (*mark*) atau tanda (*sign*) fisik (Danesi, 2011). Dalam perkembangannya, istilah ini kemudian dimunculkan oleh filsuf aliran Pragmatik Amerika, Charles Sanders Pierce (1839-1914), merujuk kepada “doktrin formal tentang tanda-tanda”. Tanda-tanda (*signs*) adalah basis dari seluruh komunikasi dengan sesamanya. Kajian semiotika sampai sekarang telah membedakan dua jenis semiotika, yakni semiotika *komunikasi* dan semiotika *signifikasi*. Yang pertama menekankan pada teori tentang produksi tanda yang salah satu diantaranya mengasumsikan adanya enam faktor dalam komunikasi, yaitu pengirim, penerima kode (sistem tanda), pesan, saluran komunikasi, dan acuan (hal yang dibicarakan).(Sobur, 2006)

Pendekatan terhadap tanda-tanda terbagi menjadi dua yakni pendekatan yang didasarkan pada pandangan Ferdinand de Saussure dan pendekatan yang didasarkan pada pandangan Charles Sanders Pierce. Dalam penelitian ini pendekatan yang kedua inilah yang akan digunakan. Pierce menegaskan bahwa tanda-tanda berkaitan dengan objek-objek yang menyerupainya, keberadaannya memiliki hubungan sebab akibat dengan tanda-tanda atau karena ikatan konvensional dengan tanda-tanda tersebut.(Sobur, 2006)

Kapasitas otak untuk memproduksi dan memahami tanda disebut *semiosis*, sementara aktivitas membentuk-ilmu-pengetahuan yang dimungkinkan kapasitas otak untuk dilakukan oleh semua manusia disebut *representasi*. Representasi dapat didefinisikan sebagai penggunaan tanda (gambar, bunyi, dan lain-lain) untuk menghubungkan menggambarkan, memotret, atau mereproduksi sesuatu yang dilihat, diindera, dibayangkan, atau dirasakan dalam bentuk fisik tertentu.

Pierce menyebut bentuk fisik aktual dari representasi, X, sebagai *representamen* (yang secara literal berarti “yang merepresentasikan”). Kemudian Pierce juga mengistilahkan Y yang dirujuknya sebagai *objek* representasi; dan menyebut makna atau makna-makna yang dapat diekstraksi dari representasi (X=Y) sebagai *interpretan*. Keseluruhan proses menentukan makna representamen disebut interpretasi. Tiga

dimensi ini selalu hadir dalam signifikasi, oleh karena itu Pierce memandang sebagai struktur triadik, bukan biner :



(Sumber : Marcel Danesi, 2011)

Pierce membedakan lambang menjadi tiga kategori pokok: ikon (*icon*), indeks (*index*), dan simbol (*symbol*). Disini, yang dimaksud dengan ikon adalah *a sign which is determined by its dynamic object by virtue of its own internal nature*, yang berarti suatu lambang yang ditentukan (cara pemaknaannya) oleh objek yang dinamis karena sifat-sifat internal yang ada. Hal-hal, seperti kemiripan, kesesuaian, tiruan, dan kesan-kesan atau citra menjadi kata kunci untuk memberikan makna-makna terhadap lambang-lambang yang bersifat ikonik. Adapun indeks menunjuk pada lambang yang cara pemaknaannya lebih ditentukan oleh objek dinamis dengan cara *being in a real relation to it* (keterkaitan yang nyata dengannya). Proses pemaknaan lambang-lambang bersifat indeks tidak dapat bersifat langsung, tetapi dengan cara memikirkan serta mengkaitkaitkannya. Istilah simbol dalam konteks semiotika dipahami sebagai *a sign which is determined by its dynamic object only in the sense that it will be so interpreted* (suatu lambang yang ditentukan oleh objek dinamisnya dalam arti ia harus benar-benar diinterpretasi). Dalam hal ini, interpretasi dalam upaya pemaknaan terhadap lambang-lambang simbolik melibatkan unsur dari proses belajar dan tumbuh atau berkembangnya pengalaman serta kesepakatan-kesepakatan dalam masyarakat.(Prawito, 2007, pp. 158–160)

Dengan menggunakan teori ini kita dapat mengenali emoticon sebagai simbol ekspresi komunikasi. Salah satunya adalah ekspresi bahagia yang tidak hanya diungkapkan melalui satu jenis emoticon saja. Dari beragam jenis emoticon, emoticon yang menggambarkan bahagia hanya dicantumkan 10. Berikut ini beberapa emoticon yang menggambarkan perasaan bahagia :

Tabel 2. Jenis-jenis emoticon bahagia dan interpretasi serta contoh penggunaannya

No	Emoticon	Makna	Contoh penggunaan
1.		Emoticon ini menunjukkan ekspresi tersenyum diikuti mata yang juga tersenyum (<i>smiling face with smiling eyes</i>)	- Sama2 😊 - Wa'alaikumussalam 😊
2.		Emoticon ini menunjukkan ekspresi senyum atau disebut <i>smiling face</i> . Namun ada pula yang memahami senyum ini menunjukkan kegembiraan yang lebih atau perasaan malu.	- Minta tolong japri aku ya, terimakasih 😊 - Thanks for your attention 😊
3.		Emoticon tersenyum ini menunjukkan senyum tipis (<i>slightly smile</i>)	- Aku mah, gimana enakya saja lah.. 😊 - Trims 😊
4.		Emoticon ini bisa disebut dengan <i>smiling face with halo</i> . Emoticon ini menunjukkan ekspresi tersenyum dan lingkaran biru di atasnya menunjukkan rasa syukur. Emoticon ini dapat pula menunjukkan kesopanan kepada orang yang lebih disegani.	- Ayuk kita jajan kak 😊 - Hadir ya kakak kakak 😊
5.		Emoticon tersenyum dengan menampakkan gigi ini dapat disebut dengan <i>grinning face with smiling eyes</i> . Emoticon ini menunjukkan ekspresi	- Habis ashar bisanya 😊 - Gimana enakya lah 😊

menyeringai diikuti dengan mata

yang tersenyum.

-
- | | | | |
|----|---|---|--|
| 6. |  | Emoticon ini disebut dengan <i>smiling heartily</i> yang menunjukkan tersenyum dengan penuh semangat. | - Kapan'' om 😊
- Menikmati sore dengan dengan nuansa santri 😊 |
| 7. |  | Emoticon yang disebut dengan <i>grinning face</i> ini menampilkan ekspresi menyeringai. | - Sama2 yen 😊 |
| 8 |  | Emoticon <i>smiling face with open mouth</i> ini menunjukkan ekspresi bahagia dengan mata berbinar dan dapat pula dipahami sebagai ekspresi tertawa. | - Buruan daftar 😊
- Let's join n enjoy 😊 |
| 9 |  | Emoticon tertawa yang disertai air mata berwarna biru ini dapat disebut dengan <i>face with tears of joys</i> . Emoticon ini menunjukkan ekspresi tertawa terbahak-bahak. | - Wkwkwk. Muter2 😂
- Oalaa ini untuk yang nda' ikut to 😂 |
| 10 |  | Emoticon dengan mata berbentuk <i>love</i> ini menunjukkan ekspresi bahagia yang amat sangat disertai rasa cinta atau antusiasme yang tinggi. | - Monggo yang mau ikut kegiatan ini 😍
- Mantap iki 😍 |
-

Simpulan

Perkembangan kajian hadis yang seiring dengan perkembangan teknologi melahirkan suatu keadaan dimana hadis mengalami kontekstualisasi untuk eksistensi hadis itu sendiri. Kini dikenal istilah living hadis untuk menyebutkan fenomena praktik dalam suatu masyarakat yang berlandaskan hadis. Dengan berkembangnya teknologi dan media yang dikenal *new media*, jejaring sosial menjadi salah satu sarana komunikasi antar pribadi maupun kelompok. Dalam proses interaksi itu, hadis anjuran tersenyum diaplikasikan dalam komunikasi melalui sosial media, salah satunya yakni Whatsapp. Proses transmisi pengetahuan akan hadis ini didapatkan dari berbagai sumber seperti penjelasan, buku, internet, maupun teman. Adapun dalam meresepsi hadis ini, sebagian besar pengguna Whatsapp ini menggunakan emoticon sebagai sarana menyampaikan ekspresi tersenyum atau ekspresi bahagia tersebut. Dari beragam emoticon yang tersedia di Whatsapp, terdapat setidaknya 10 emoticon yang menunjukkan ekspresi tersenyum atau bahagia. Teori semiotika Pierce digunakan untuk menganalisa arti dari setiap emoticon tersebut serta contoh penggunaannya.

Daftar Pustaka

- Annamalai, S. dan S. N. A. S. (2017). Undergraduates' Interpretation on WhatsApp Smiley Emoji, 90.
- Danesi, M. (2011). No Title.
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS.
- Pramiyanti, A. dan M. C. (2014). Makna Simbol Emotikon dalam Komunitas Kaskus, 13.
- Prawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LkiS.
- Sobur, A. (2006). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Suryadi, D. (2007). *Metodologi Penelitian Living Qur'an dan Hadis*. Yogyakarta: TH Press.
- Suryadilaga, M. A. (2014). Kajian Hadis di Era Global, 15, 202.
- Tamburaka, A. (2013). : *Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: Rajawali Press.
- Zuhri, Saifuddin, S. K. D. (2018). *Living Hadis*. Yogyakarta: Q-Media.