

BAB V

PENUTUP

A. SIMPULAN

Setelah mendeskripsikan, menelaah dan mencari persamaan bentuk antara bentuk yang realis dan bentuk abstrak dengan cara mengurai proses pembentukan bentuk yang realis menuju abstrak dan menghubungkannya dengan simbol baru berupa ikon emosi dalam sample-sampel, maka dapat ditarik dua simpulan sebagai berikut :

Pertama, penguraian proses pembentukan gambar dari bentuk realis menuju bentuk abstrak, menempatkan *emoticon* pada posisi sebagai abstraksi bentuk realis dari suatu ekspresi emosi yang dapat dilihat pada seraut wajah. *Emoticon* dapat dilihat sebagai representasi dari ekspresi emosi komunikasi dengan divisualkan kembali, disusun sedemikian rupa menggunakan huruf, tanda baca serta angka yang telah dikenal selama ini.

Kedua, susunan dan kombinasi dari huruf, tanda baca serta angka menjadi sebuah *emoticon* tidak terbatas pada konteks ekspresi emosi saja, namun juga menyediakan kemungkinan dalam menciptakan ikon dari suatu obyek lainnya misalnya ikon suatu benda - seperti telah dicontohkan pada bab analisa tulisan di atas. Dari penguraian proses pembentukan huruf, tanda baca, serta angka menjadi suatu ikon emosi dapat berkembang menjadi suatu budaya visual baru di masyarakat, berdasarkan preferensi dan referensi masyarakat tentang simbol.

Pada suatu saat, apabila kemunculan simbol ini telah menjadi biasa - dalam proses berkomunikasi, dapat dikatakan bahwa *emoticon* telah mendapatkan tempatnya di antara sekian banyak simbol visual yang telah dikenal saat ini dan dapat mendukung proses berkomunikasi masyarakat, sekaligus menjadi suatu konvensi baru yang diterima dalam masyarakat.

B. SARAN

Emoticon mempunyai keunikan dan supaya bisa berfungsi dengan baik, pemahaman mengenai emoticon dapat dicapai melalui dua tahapan persepsi. Pertama, dengan mengenali terlebih dahulu elemen dasar penyusunnya berupa huruf, tanda baca serta angka dengan susunan sedemikian rupa. Kedua, rangkaian tersebut dibaca dan dipahami sebagai abstraksi simbol ekspresi emosi yang tampak pada wajah.

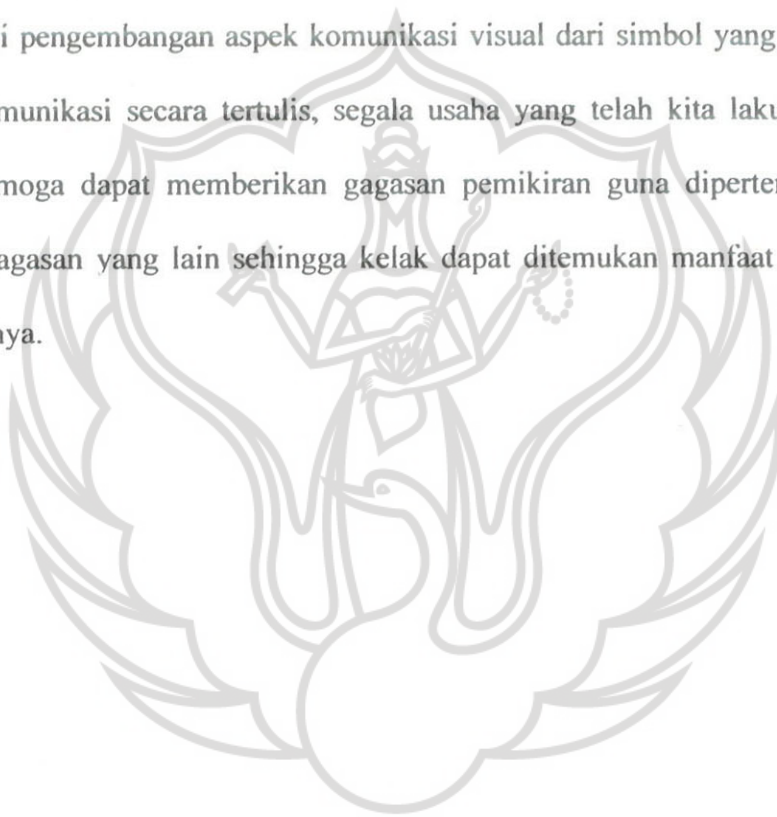
Keberhasilan sebuah *emoticon* tergantung dari seberapa banyak referensi visual dan wawasan yang dimiliki oleh komunikan. Referensi tersebut sangat mudah didapatkan kapan dan dimana saja pada saat komunikan melihat suatu obyek baik melalui alat perekam, media audio visual, media cetak maupun secara langsung.

Sebagai suatu bentuk simbol visual yang tergolong baru, *emoticon* ini dapat dikembangkan dan dilestarikan dengan jalan membiasakan pemakaian *emoticon* di kalangan yang telah mengenalnya serta menambah frekuensi penggunaan yang ditujukan sekaligus kepada kalangan yang belum mengenalnya, sehingga kelak di kemudian hari, seseorang dapat dengan cepat memahami jika mendapatkan suatu pesan tertulis yang disertai sebuah *emoticon*. Bagi yang pertama kali mendapatkan

pesan tertulis yang disisipi sebuah *emoticon*, saat itulah, menjadi momentum diperkenalkannya *emoticon* kepada yang bersangkutan.

Melihat pada saat ini sudah terdapat beragam *emoticon* yang diciptakan, terdapat kecenderungan mengenai *emoticon* tertentu yang menonjol frekuensi penggunaannya. Hal ini berkaitan pula dengan ekspresi yang paling sering diungkapkan oleh pemakai SMS. Hubungan dua aspek tersebut menarik untuk dikembangkan. Namun karena keterbatasan penulis dalam studi ekspresi emosi, kasus tersebut penulis tawarkan kepada rekan-rekan sesama mahasiswa di bidang seni rupa.

Demi pengembangan aspek komunikasi visual dari simbol yang dipakai dalam proses komunikasi secara tertulis, segala usaha yang telah kita lakukan walaupun sedikit semoga dapat memberikan gagasan pemikiran guna dipertemukan dengan gagasan-gagasan yang lain sehingga kelak dapat ditemukan manfaat dan nilai-nilai kegunaannya.



DAFTAR PUSTAKA

1. BUKU

- Ajidarma, Seno Gumira. *Membaca Film Garin*, Pustaka Pelajar, Jakarta, 2002.
- Dreyfuss, Henry. *Symbol An Authoritative Guide; Sourcebook to International Graphic Symbols*, McGraw-Hill Book Company, New York-Toronto-London, 1972.
- Hadi, Sutrisno. *Metodologi Research*, Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi Universitas Gajah Mada, Yogyakarta, 1994.
- Hartoko, Dick [penterj.]. Peursen, C.A. van, *Strategi Kebudayaan, CULTUUR IN STROOMVERSHELLING een geheel bewerkte uitgave van STRATEGIE VAN DE CULTUUR*, Kanisius, Yogyakarta, 1988.
- Margono. *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Rineka Cipta, Semarang, 1996.
- McCloud, Scott. *Understanding Comics*, Kepustakaan Populer Gramedia, Jakarta, 2001.
- Pasaribu, Bengris dan Windy Anandita. *Gaya Gaul Lewar SMS & Internet*, Papas Sinar Sinanti, Jakarta, 2003.
- Rasmussen, Henry N. *Art Structure*, McGraw-Hill Book Company, New York-Toronto-London, 1950.
- Santoso, Sapoetro. *Komunikasi Sosial, Berbagai Aspek Ilmu Komunikasi*, Remaja Karya, Bandung, 1977.
- Sobur, Alex. *Semiotika Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2004.
- Supranto, Johannes. *Metode Riset dan Aplikasinya dalam Pemasaran*, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta, 1986.
- Wiryanto. *Teori Komunikasi Massa*, PT. Grasindo, Jakarta, 2000.

2. WEB SITE

<http://www.figurpublik.com.htm>

<http://www.globaltechnology.htm>

<http://www.gsmworld.com>

<http://www.kompas.com/kompas-cetak/0405/05/telkom/1002910.htm>

Imansyah Lubis, S.Sos, Komik : Media Komunikasi
Alternatif, <http://www.komvis.com/artikel.htm>

<http://www.mail-archive.com/envorum@ypb.or.id/msg02585.html>

<http://www.mirc.com>

<http://www.mobilein.com>

<http://www.muller-godschalk.com/emoticon/yahoo.html>

<http://pegasus.cc.ucf.edu/~janzb/aesthetics/>

<http://www.satriyantono.net>

<http://www.smileyworld.com>

<http://www.wikipedia.org/wiki/Abjad>

<http://www.yahoo.com>

3. KAMUS

Poerwodarminto, WJS. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, PN. Balai Pustaka, Jakarta, 1989.

4. JURNAL/SURAT KABAR/ MAJALAH

Hadi, M. Umar. "Tinjauan Aspek Visual Gambar Fotografi dan Gambar Tangan," *Seni*, III/04, BP ISI, Yogyakarta, 1993.

Kompas, "Ponsel, Sarana Pendidikan dan Hiburan", 14 Agustus 2002.

Trend & Telecommunication Magazine, edisi 10, Agustus 2002.

