JURNAL SIMBOLIKA
Research and Learning in Communication Study

Available online <http://ojs.uma.ac.id/index.php/simbolika>

DOI: [10.31289/simbolika.v7i2.5632](https://doi.org/10.31289/simbolika.v7i2.5632)

Analisis Percakapan Komunikasi dalam Menentukan Keberhasilan Pesan
Conversion Analysis in Communications Determining The Success Of Message

Taufik Wal Hidayat¹⁾*

1)Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Medan Area, Indonesia

Diterima: 2 Agustus 2021; Disetujui: 21 Oktober 2021; Dipublish: 31 Oktober 2021

*Corresponding Email: taufikwalhidayat@gmail.com

Abstrak

Tulisan ini bertujuan untuk menganalisis percakapan komunikasi dalam menentukan keberhasilan pesan yang disampaikan komunikator dan komunikan. Interaksi terjadi tidak hanya semata-mata pertemuan secara *face to face* atau tatap muka. Media sosial merupakan sebuah media *online* dalam pergaulan komunikasi di dunia maya. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kepustakaan dengan mengambil berbagai sumber dari buku referensi, jurnal-jurnal dan artikel. Hasil penelitian ini menemukan bahwa Sosok komunikator dan integritas pribadi yang baik, dibarengi penyampaian dan perilaku yang baik, dalam percakapan di media daring akan sangat menentukan pesan tersebut sampai dan sesuai tujuan. Pendekatan rasional dan pengelolaan makna yang tepat, akan semakin memudahkan interaksi terjadi sedangkan penyampaian secara rasional dan tidak bersinggungan dengan norma yang ada menjadikan komunikasi efektif. Kesimpulan mendapati bahwa Percakapan dalam media sosial telah merubah tatanan pergaulan manusia. Masyarakat bisa menjelajah setiap ruang dan waktu yang tanpa batas melalui media baru (*internet*). Munculnya media daring, memungkinkan seseorang atau kelompok melakukan pembicaraan atau percakapan, berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan jejaring komunikasi secara *online*.

Kata Kunci: Analisis Percakapan; Pesan; Media Sosial.

Abstract

This paper aims to analyze communication conversations in determining the success of messages conveyed by communicators and communicants. Interaction occurs not only face-to-face or face-to-face meetings. Social media is an online media in the association of communication in cyberspace. The research method used is literature study by taking various sources from reference books, journals and articles. The results of this study found that the figure of a good communicator and personal integrity, accompanied by good delivery and behavior, in conversations in online media will greatly determine the message to reach and fit the purpose. A rational approach and proper management of meaning will make it easier for interactions to occur, while delivery in a rational manner and not in contact with existing norms makes communication effective. The conclusion found that conversations in social media have changed the order of human interaction. People can explore every space and time without limits through new media (internet). The emergence of online media, allows a person or group to have a conversation or conversation, participate in, share, and create an online communication network.

Keywords: Conversation Analysis; Messages; Social Media.

How to Cite: Hidayat, Taufik Wal. (2021). Analisis Percakapan Komunikasi dalam Menentukan Keberhasilan Pesan. *Jurnal Simbolika*. 7 (2): 166-176

PENDAHULUAN

Komponen utama percakapan dalam berkomunikasi adalah interaksi antara dua orang atau lebih. Percakapan dapat terjadi melalui media internet secara *online* dengan menggunakan berbagai fitur. Hal tersebut didukung oleh Teknologi Informasi Komunikasi (TIK) yang berkembang secara terus-menerus (Nurudin, 2018). Percakapan dalam jaringan (daring) di media sosial (medsos) tanpa ada batas, baik ruang dan waktu (Cangara, 2014).

Interaksi terjadi tidak hanya semata-mata pertemuan secara *face to face* atau tatap muka. Media sosial merupakan sebuah media *online* dalam pergaulan komunikasi di dunia maya (Jalaluddin, 2011). Penggunaanya dengan mudah melakukan percakapan atau berkomunikasi dan berbagi pesan. Fitur media daring yang digunakan pun beragam mulai dari *WhatsApp*, *Blog*, *Facebook*, *Twitter*, *Line*, *Path*, *Instagram*, dan lainnya (Dewi & Nugraha, 2015). Berbagai fitur tersebut mengajak siapa saja untuk berpartisipasi dalam berkomunikasi dan *feedback*/umpan balik akan terjadi secara terbuka, dengan memberikan komentar, berbagi informasi dalam waktu yang singkat dan cepat (Syukur, 2007).

Perkembangan media daring yang begitu pesat saat ini, dikarenakan semua orang bisa memiliki media sendiri dengan bermedia sosial kemudian mengaksesnya. Pengguna medsos bisa mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai konten lainnya. Pergaulan percakapan di media sosial akhirnya memunculkan media baru dalam tatanan pergaulan sehingga dalam percakapan, pengguna media daring bisa dengan mudah “melihat” dan “mewarnai” dunia (Hidayat, 2015).

Interaksi percakapan dalam pergaulan media sosial mengakibatkan tidak adanya batas-batas negara sehingga disebut dengan *global village*. Kita dapat membayangkan, apa yang terjadi di sudut wilayah dunia ini dengan cepat bisa diketahui warga dunia lainnya, analoginya hampir sama dengan kehidupan di pedesaan. Perbedaannya kalau di pedesaan mengandalkan komunikasi tatap muka (*gethok tular*), sementara dunia sekarang mengandalkan teknologi modern, salah satunya internet (Nuruddin, 2018).

Mengingat percakapan dalam interaksi berkomunikasi mengalami perubahan dan perkembangan yang sangat signifikan, yakni dari tatap muka secara langsung dan menggunakan media daring, mengakibatkan terjadinya interaksi

percakapan komunikasi yang merubah sistem percakapan dalam kehidupan manusia sehari-hari (Mahmud, 2012).

Perubahan komunikasi dalam percakapan sehari-hari yang dipengaruhi perkembangan teknologi informasi komunikasi, tentunya sangat menarik untuk dibahas (Nurudin, 2018). Penulis mencoba menganalisis percakapan komunikasi dalam menentukan keberhasilan pesan tersebut, berdasarkan perkembangan dan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi saat ini berkembang pesat, baik secara teori komunikasi maupun implementasinya (Sari & Syaifullah, 2019). Analisis penyampaian pesan dilihat dari teori pendekatan rasional dan pengelolaan makna pesan dalam percakapan yang disampaikan atau dibagikan.

Percakapan, proses komunikasi terjadi apabila ada dua partisipan, yaitu komunikator (pembicara) dan komunikan atau pendengar sehingga dapat diketahui bahwa di dalam percakapan terjadi pertukaran informasi antara pembicara dan pendengar (Barus & Barus, 2019).

Komunikator (*communicator*) sering dipertukarkan dengan sumber (*source*), pengirim (*sender*), dan pembicara (*speaker*), *Source* (sumber) adalah dasar yang digunakan dalam penyampaian pesan untuk memperkuat pesan (Barus & Barus,

2019). Sumber berupa orang, lembaga, buku, dan sejenisnya. Hal yang perlu diperhatikan dari sumber adalah kredibilitas terhadap sumber (kepercayaan) baru, lama, sementara, dan sebagainya. Penyampaian pesan, kadang-kadang komunikator dapat menjadi komunikan dan komunikan menjadi komunikator.

Komunikan merupakan orang yang menjadi sasaran komunikator dalam penyampaian pesan. Untuk itu, seorang komunikator harus mengetahui bentuk sifat dan kondisi komunikan dimanapun berada (Effendy, 1993).

Gambar 1: Proses Penyampaian Pesan
Sumber Gambar: Effendy, 1993

Media sosial pada hakekatnya membuka “mata” kita, dunia ini kecil dalam momen komunikasi pergaulan kehidupan manusia, dimana kita melihat, bahwa dibalik dunia nyata, ternyata ada dunia maya. Artinya percakapan di media sosial yang terjadi tidak harus bertemu fisik (bertatap muka), tetapi bisa secara langsung dan tidak membutuhkan waktu lama (Stephen & Karen, 2010).

Dahulu masyarakat dalam berkomunikasi atau melakukan percakapan dengan secara fisik, namun

kini percakapan dalam komunikasi yang membentuk interaksi tidak harus ketemu secara fisik (Momon, 2014). Interaksi berkomunikasi cukup dengan menggunakan media *online* atau media dalam jaringan (media daring). Kondisi ini tentu membawa perubahan dalam perilaku manusia berinteraksi.

PEMBAHASAN

Kajian yang hendak dianalisis dengan kajian pustaka adalah bagaimana menganalisis percakapan dalam komunikasi dilihat dari perspektif teori pendekatan rasional dan teori pengelolaan makna. Kedua teori ini, saling berhubungan atau bersinggungan terkait dengan penerimaan pesan dari komunikator kepada komunikan atau sebaliknya, didukung oleh saluran atau media yang digunakan oleh komunikator maupun komunikan. Percakapan dalam menggunakan saluran media daring yang berbeda akan mempengaruhi kualitas proses dalam berkomunikasi.

Pembahasan dimulai dari pemahaman analisis percakapan dalam berkomunikasi di media sosial, baik secara virtual dan percakapan dalam media sosial (medsos) melalui media *online* internet dalam berbagai fitur atau media dalam jaringan (daring).

Teori pilihan atau pendekatan rasional atau teori tindakan rasional yang melihat perilaku masing-masing individu saat melakukan percakapan, pengelolaan makna atau *Coordinate Management Of Meaning Theory* (CMM) yang merupakan tradisi pemikiran *sibernetika cybernetic* dalam teori komunikasi, yang saling berinteraksi dan mempengaruhi satu sama lain.

Analisis Percakapan Komunikasi

Percakapan merupakan salah satu kegiatan berkomunikasi yang melibatkan partisipan atau orang lain. Percakapan bukan hanya sekadar pertukaran informasi, oleh sebab itu jika seseorang mengambil bagian di dalam percakapan maka mereka termasuk ke dalam proses percakapan tersebut sehingga cara dan tujuan mengenai isi percakapan, serta bagaimana informasi disampaikan akan berpengaruh dalam kualitas penerimaan pesan atau informasi yang disampaikan. Suatu percakapan, agar informasi bisa diterima, komunikator menyampaikan informasi secara langsung atau melalui media daring dengan menggunakan kata-kata atau kalimat yang tepat, serta etika saat melakukan komunikasi.

Percakapan dengan bahasa atau menggunakan kata-kata atau kalimat yang tepat dan baik, akan mudah diterima oleh komunikan sebab bahasa sebagai alat untuk berkomunikasi. Percakapan pada hakikatnya

merupakan peristiwa berbahasa lisan antara dua orang atau lebih, yang pada umumnya terjadi pada suasana santai. Percakapan merupakan wadah berkomunikasi yang memungkinkan terwujudnya prinsip-prinsip kerja sama dan sopan santun dalam peristiwa berbahasa. Pemahaman implikatur atau analisis percakapan, agar apa yang diucapkan dapat dipahami oleh lawan berbicara (Barus & Barus, 2019). Istilah implikatur ini dipakai untuk menerangkan apa yang mungkin diartikan, disarankan, atau dimaksud oleh pembicara.

Analisis percakapan menjadi penting untuk baik tidaknya penerimaan pesan yang disampaikan melalui percakapan langsung maupun tidak langsung dengan menggunakan media daring. Menganalisis percakapan dalam komunikasi maka percakapan akan menghasilkan makna, bukan hanya sekadar penyampaian pesan, tetapi lebih jauh lagi mampu mengarahkan dan membentuk komunikasi untuk melaksanakan pesan percakapan, sehingga terjadi hubungan antar individu yang sesuai dengan konteks yang diinginkan.

Percakapan dalam Media Sosial

Perubahan besar dalam aktivitas kehidupan masyarakat modern saat ini adalah memposisikan media dalam jaringan (daring) sebagai bagian dari kebutuhan kehidupan masyarakat, bahkan jika dilihat pola aktivitas

masyarakat terhimpun dalam satu wadah dalam sebuah tatanan kurungan dalam jaringan elektronik sehingga bisa dikatakan manusia modern saat ini adalah masyarakat yang hidup dalam ikatan sistem jaringan elektronik. Sistem jaringan adalah selektor dalam masyarakat internet. Setiap orang akan berusaha masuk pada sistem jaringan, setiap orang akan berusaha berinteraksi, promosi, dan berkomunikasi tanpa ada hambatan-hambatan administrasi dan geografi (Barus, 2015).

Sistem jaringan internet tersebut berdampak interaksi sosial dalam media jejaring internet. Penggunaan media daring terus ramai dan menjadi media percakapan untuk berkomunikasi dalam berbagai fitur. Media daring membentuk jejaring sosial yang populer di sebut media sosial (medsos), dimanfaatkan sebagai media komunikasi dengan para penggunanya bisa langsung berpartisipasi dan berbagi pesan atau melakukan percakapan langsung dengan lawan bicara.

Medsos adalah layanan daring secara *online* yang memungkinkan penggunanya tidak hanya mengonsumsi, tetapi berpartisipasi membuat, mengomentari, dan menyebarkan berbagai isi pesan dan percakapan baik dalam bentuk teks, gambar, audio, dan video. Pengguna media sosial bisa membangun percakapan, bahkan bisa membentuk komunitas karena medsos

mempermudah melakukan pertemuan dengan banyak orang. Para tokoh publik dan pemerintah memanfaatkan berbagai fasilitas dalam media daring. Percakapan dalam media daring dijadikan alat komunikasi untuk menyampaikan pesan-pesan kepada publik, atau komunitas dan orang-orang tertentu.

Percakapan dalam berkomunikasi menggunakan medsos, maka implikasinya membentuk perubahan. Perubahan yang terjadi, biasanya percakapan dengan tatap muka atau bertemu langsung kini berubah dengan penggunaan media daring. Pemanfaatan media daring ini menjadikan manusia bisa mengamati objek yang ada di luar dari panca inderanya. Kondisi ini disebabkan panca indera manusia memiliki keterbatasan untuk menghayati suatu objek. Keterbatasan panca indera, maka manusia menciptakan dan memanfaatkan medsos dalam percakapan pergaulan dalam media daring.

Media sosial adalah menjadi wujud nyata dari media baru yang disebut Dennis McQuail (2010) menimbulkan adaptasi publikasi dan peran-peran audiens. Komunikasi massa yang menggunakan *platform* media cetak dan media penyiaran, audiens hanya sebagai konsumen pesan yang melakukan *encoding* pesan yang mereka terima dari institusi media. Era media sosial, audiens bukan hanya melakukan *encoding* pesan, namun juga memproduksi pesan yang

tersebar secara masif dan layaknya komunikasi massa (Junaedi, 2019).

Media sosial yang merupakan alat komunikasi pergaulan dunia di media maya, memungkinkan manusia untuk saling berkomunikasi atau melakukan percakapan, tanpa dibatasi ruang dan waktu. Media sosial akan menghapus batasan-batasan manusia untuk berinteraksi dan bersosialisasi, batasan ruang maupun waktu sehingga manusia kapan pun dan dimana pun tidak peduli siang dan malam akan mudah berkomunikasi. Mereka yang menggunakan media sosial, seseorang yang “kecil” dan tidak terkenal, akan menjadi “besar” dan terkenal.

Media sosial adalah sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Andreas Kaplan dan Michael Haeilein dalam Barus (2015) mendefinisikan media sosial sebagai:

“sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*”.

Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberikan kontribusi dan *feedback*/umpan balik secara terbuka, memberi komentar, dan membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tidak terbatas oleh ruang dan waktu, saat teknologi internet dan *mobile phone* semakin maju, maka media sosial pun ikut tumbuh dan

berkembang pesat. Masyarakat pun antusias memanfaatkan “media baru” dunia dalam percakapan pergaulan di dunia maya (Nurudin, 2018).

Analisis pesan dalam percakapan di media sosial dapat dilihat bahwa pesan yang dikirim adalah untuk banyak orang melalui beragam fitur, pesannya cepat, bebas, tanpa seleksi, dan pesan ditentukan oleh penggunaannya sehingga pesan yang disampaikan atau diinformasikan secara masif akan menimbulkan reaksi bagi masyarakat, terutama mereka yang bermedia sosial.

Interaksi Komunikasi Bermedia Sosial

Percakapan bagian dari kehidupan manusia yang natural atau alamiah, dan tidak terhindarkan dalam hidup dan kehidupan. Interaksi percakapan yang terjadi akan membentuk identitas individu dan komunitas kelompok. Percakapan bagian dari komunikasi, dan interaksi manusia dalam kehidupan sehari-hari. Interaksi manusia sudah menjadi fakta sosial sebagai makhluk sosial yang saling membutuhkan satu sama lain sebab manusia menghabiskan sebagian besar waktunya untuk berinteraksi dengan orang lain.

Perkembangan interaksi manusia kekinian mengalami perubahan yang sangat signifikan dengan majunya teknologi informasi komunikasi. Dewi & Nugraha (2015) mengatakan bahwa kehidupan sosial

merupakan pola-pola interaksi yang kompleks antara individu. Guna memahami kehidupan sosial, kita harus memberikan perhatian terhadap interaksi sosial, karena interaksi sosial merupakan proses yang dinamis, dan setiap orang berbuat dan terlibat dalam proses tersebut. Itulah yang disebut relasi sosial dengan orang lain (Alo Liliweri, 2014).

Kemajuan teknologi informasi komunikasi yang membawa perubahan dalam interaksi kehidupan masyarakat di media daring atau media sosial membawa dampak adanya perubahan perilaku. Realitas perubahan perilaku negatif dalam dunia maya tersebut adalah munculnya fenomena miskin tatap muka, bermain topeng dalam arti tidak mewujudkan dirinya langsung dengan analogi *make up* individu menutupi kekurangannya agar terkesan lebih menarik atau melakukan penyamaran.

Kedua fenomena ini mengisyaratkan percakapan dalam komunikasi dunia maya harus dicek kebenarannya atau divalidasi informasi yang diperoleh dengan kondisi seperti ini maka dalam menganalisis interaksi komunikasi di media dari atau medsos tidak mudah. Komunikator harus lebih selektif melihat dan memilih komunikasi sebagai penerima informasi. Komunikasi harus melihat siapa, yang melakukan interaksi dan percakapan yang terjadi, termasuk pesan yang disampaikan.

Pendekatan Rasional dan Pengelolaan Makna Percakapan

Percakapan dalam komunikasi dikaitkan dengan teori pendekatan rasional sering dihubungkan dengan Sally Jackson dan Scott Jacobs dalam Kurniawati (2017) untuk menganalisis percakapan, yang menganggap bahwa percakapan merupakan tindakan praktis untuk mencapai tujuan. Tindakan praktis yang dilakukan dalam percakapan tidak terlepas, bagaimana seorang komunikator atau pemberi pesan dapat menyakinkan para penerima pesan. Contoh ketika seseorang ingin melakukan kesepakatan kerja sama (*good will*), dengan masyarakat tertentu, maka perilaku komunikator dalam menyampaikan pesan harus menunjukkan sikap dan etika yang baik, kesepakatan kerja sama yang diinginkan secara rasional bisa diterima, sebuah tindakan agar dinilai sebagai sebuah kesepakatan yang tulus dalam mencapai tujuan dengan menyesuaikan pernyataan dan keyakinan dari sudut pandang dari lawan bicara atau *audience*. Hal ini penting sebagaimana diungkapkan Donald Ellis yang mengajukan sebuah teori keterkaitan makna (*coherentist theory of meaning*) yang menjelaskan lebih jauh dari mengenai proses pengelolaan makna guna membantu untuk memperluas pendekatan rasional.

Menurut Ellis, dalam memahami wacana keterkaitan makna adalah sebuah tindakan

pragmatis, dimana pelaku komunikasi menggunakan pemaknaan bersama untuk mencapai pemahaman yang sama dari sebuah pemahaman. Ellis dalam Zulsufiyani & Rusni (2015) memisahkan tiga karakteristik wacana yang memungkinkan terjadinya pemahaman, yakni karakteristik pertama adalah kejelasan (*intelligibility*), karakteristik kedua adalah pengaturan (*organization*) dan karakteristik ketiga adalah verifikasi (*verification*) (Faisal, 2016).

Konsep rasionalitas komunikatif timbul dari analisis sementara tentang penggunaan ekspresi bahasa yang rasional disampaikan oleh komunikator. Rasionalitas komunikatif yang dimaksud adalah sebagai rasionalitas yang dipahami sebagai usaha-usaha perbincangan argumentatif yang mengarah kepada pemahaman rasional dari sebuah percakapan dalam pencapaian sebuah pemahaman yang disetujui bersama.

Salah satu hal yang menarik dari sebuah percakapan dalam komunikasi adalah bagaimana menganalisis sebuah percakapan dari pendekatan rasional dan pengelolaan makna. Menurut Roudhonah (2019) mengungkapkan pengertian dan persoalan makna bukan khas komunikasi, tetapi dari segi komunikasi ada tiga jenis makna yaitu 1) Makna referensial, yakni makna suatu istilah mengenai objek, pikiran, ide, atau konsep yang ditunjukkan oleh istilah itu. Makna itu lahir dari pikiran seseorang ketika suatu istilah itu

merujuk pada suatu objek. Misalnya, istilah “kendaraan” merujuk pada mobil, motor, sepeda dan lain-lainnya;

2) Makna yang menunjukkan arti istilah selama merujuk pada konsep lain.

Misalnya, istilah *phlogiston* yang dicontohkan Fisher. Kata itu dulu digunakan untuk menjelaskan proses pembakaran. 3) Makna intensial, yakni arti suatu istilah atau lambang tergantung pada apa yang dimaksudkan oleh si pemakai dengan arti lambang itu, maka inilah yang melahirkan makna individu. Berdasarkan segi ini, maka tidak akan ada dua buah makna yang dimaksudkan identik walaupun makna-makna tersebut boleh saja amat mirip. Ini merupakan makna yang disebabkan tindakan mental individu tanpa dipengaruhi oleh orang lain. Contoh Anda boleh menyebut jeruk garut itu manis, demikian juga kawan Anda tapi makna manis untuk Anda dan kawan Anda tentu berbeda.

Sementara itu dalam teori pengelolaan makna atau *Coordinate Management Of Meaning Theory* (CMM) merupakan bagian dari tradisi pemikiran sibernetika *cybernetic* di dalam dunia teori komunikasi. Tradisi sibernetika memandang komunikasi sebagai suatu sistem dimana berbagai elemen yang terdapat di dalamnya saling berinteraksi dan saling mempengaruhi.

Komunikasi dipahami sebagai sistem yang terdiri dari bagian-bagian atau variabel-

variabel yang saling mempengaruhi satu sama lain. Sibernetika digunakan dalam topik-topik tentang diri individu, percakapan, hubungan interpersonal, kelompok, organisasi, media, budaya dan masyarakat.

Robert T Craig (1999) teori pengelolaan makna *Coordinate Management Of Meaning Theory* yang dikemukakan oleh W. Barnett Pearce Vernon Croner dalam Morissan dan Andy Corry Wardhany (2009) merupakan teori mengenai interaksi sosial yang membahas cara-cara bagaimana berbagai makna yang dimiliki seseorang dikelola atau dikoordinasikan dalam percakapan.

Percakapan menjadi fokus perhatian teori pengelolaan makna, namun teori ini memiliki kekuatan untuk menunjukkan bagaimana percakapan menghasilkan makna bukan hanya dalam hubungan antar individu *relationship* tetapi juga dalam konteks budaya. Setiap orang pasti ingin memahami apa yang terjadi disekitarnya dan mereka menggunakan aturan-aturan untuk memahaminya yang nantinya mereka akan bertindak atas dasar pengertian yang mereka miliki dan menggunakan aturan-aturan untuk memutuskan jenis tindakan apa yang sesuai.

Menurut Pearce dan Cronen dalam Morissan dan Andy Corry Wardhany (2009) terdapat dua jenis aturan yang berlaku dalam percakapan, yaitu 1) Aturan konstitutif (*Constitutive Rules*) atau aturan mengenai makna, yaitu aturan yang digunakan

komunikator untuk memberikan interpretasi atau memahami suatu peristiwa atau pesan; 2) Aturan Regulative (*Regulative Rules*) yaitu aturan mengenai tindakan yang digunakan untuk menentukan bagaimana memberikan tanggapan atau berperilaku. Menganalisis percakapan yang terjadi harus dilihat dari berbagai sudut pandang, baik dari sisi komunikator dan komunikan.

SIMPULAN

Percakapan dalam media sosial telah merubah tatanan pergaulan manusia. Masyarakat bisa menjelajah setiap ruang dan waktu yang tanpa batas melalui media baru (internet). Munculnya media daring, memungkinkan seseorang atau kelompok melakukan pembicaraan atau percakapan, berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan jejaring komunikasi secara *online*. Kemunculan media baru di tengah-tengah masyarakat membawa implikasi percakapan yang serba instan dalam komunikasi. Kondisi ini tentunya bertolak belakang dengan percakapan secara kontak fisik. Menganalisis percakapan dalam komunikasi di media daring, harus benar-benar selektif mengetahui profil lawan bicara dan pesan percakapan yang disampaikan karena lawan bicara dalam medsos, bisa saja tidak sesuai profil dan karakter atau bermuka “topeng” bukan aslinya. Kualitas pribadi komunikator dan

komunikan yang baik dalam berinteraksi di dunia maya sangat diandalkan, agar tidak melukai hati orang lain, informasi yang disampaikan memiliki kebenaran, bukan fitnah atau hoaks. Menganalisis suatu percakapan dalam komunikasi media daring tidaklah mudah. Menganalisis percakapan yang terjadi harus dilihat dari berbagai sudut pandang, baik dari sisi komunikator dan komunikan. Sosok komunikator dan integritas pribadi yang baik, dibarengi penyampaian dan perilaku yang baik, dalam percakapan di media daring, akan sangat menentukan pesan tersebut sampai dan sesuai tujuan. Pendekatan rasional dan pengelolaan makna yang tepat, akan semakin memudahkan interaksi terjadi. Penyampaian secara rasional dan tidak bersinggungan, dengan norma yang ada menjadikan komunikasi efektif. Sehingga proses pemaknaan dalam menganalisis isi percakapan komunikasi akan menentukan bisa tercapai dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Barus, R.K.I., (2015), Pemberdayaan Perempuan melalui Media Sosial, Jurnal Simbolika: Research and Learning in Communication Study, 1 (2): 118-128
- Barus, R.P. Barus, R. (2019). Komunikasi Antarbudaya pada Komunitas Aron di Berastagi. Jurnal Simbolika: Research and Learning in Communication Study, 5 (2): 118-131
- Cangara Hafied, (2014). Pengantar Ilmu Komunikasi, RajaGrafindo, Jakarta
- Dewi K, dan Nugraha A., (2015), Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Minat

- Beli Mahasiswa, Jurnal Simbolika: Research and Learning in Communication Study, .1 (2): 198-215
- Effendy, Onong, (1993). Komunikasi dan Praktek. Bandung, Remaja Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Grasindo. Rosdakarya.
- Faisal, M., (2016), Hubungan Budaya Komunikasi Organisasi dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Pegawai di Lingkungan Sekretariat Daerah Kabupaten Langkat Jurnal Simbolika: Research and Learning in Communication Study. 2 (2): 167-180
- Hidayat, T.W.H., (2015), Analisis Berita Kesehatan di Media Massa terhadap Pelayanan Publik, Jurnal Simbolika: Research and Learning in Communication Study, 1 (2): 142-157
- Junaedi Fajar. (2019). Etika Komunikasi di Era Siber, Teori dan Praktik, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Kholil Syukur. (2007). Komunikasi Islam, Cipta Pustaka Media, Bandung. Liliweri Alo. (2014). Sosiologi & Komunikasi Organisasi, Bumi Aksara, Jakarta.
- Kurniawati, D. (2017). Dampak Ketergantungan Remaja terhadap Media Sosial dan Upaya Mengantisipasi, Jurnal Simbolika: Research and Learning in Communication Study. 3(1): 11-21
- Littlejon W Stephen & Foss A Karen. (2010). Teori Komunikasi Theories of Human Communication, Salemba Humanika.
- Mahmud. (2012). Etika Komunikasi Islam, CV Pustaka Setia, Bandung.
- Nurudin. (2018). Perkembangan Teknologi Komunnikasi, Rajawali Pers, Depok, Onong U Effendy. (2013). Dinamika Komunikasi, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Rakhmat Jalaluddin. (2011). Psikologi Komunikasi, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Roudhonah. (2019). Ilmu Komunikasi, Rajawali Pers, Depok.
- Sari, A.A. & Syaifullah, J. (2019). Perilaku Komunikasi Organisasi dalam Sosialisasi Program Kerja di Desa Wonorejo Kecamatan Gondangrejo Kabupaten Karanganyar . Jurnal Simbolika: Research and Learning in Communication Study, 5 (2): 132-144
- Sudarma Momon. (2014). Sosiologi Komunikasi, Mitra Wacana Media, Jakarta,
- Zulsufiyani, R., dan Rusni, (2015), Iklan di Televisi dan Keputusan Membeli Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sumatera Utara, Jurnal Simbolika: Research and Learning in Communication Study, 1 (2): 129-141