

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM (YLPI) RIAU  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

---

**ANALISIS ETIKA BERMEDIA SOSIAL DALAM PEMANFAATAN  
INSTAGRAM OLEH MAHASISWA FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Penyusunan Skripsi  
Pada Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Islam Riau

**M. IZZATUL SIDDIQ**

NPM : 159110160  
KONSENTRASI : MEDIA MASSA  
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
PEKANBARU  
2022**

UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : M. Izzatul Siddiq  
NPM : 159110160  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Kosentrasi : Media Massa  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)  
Hari/Tanggal Ujian : 08 Juni 2022  
Judul Penelitian : Analisis Etika Bermedia Sosial dalam Pemanfaatan Instagram Oleh Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau

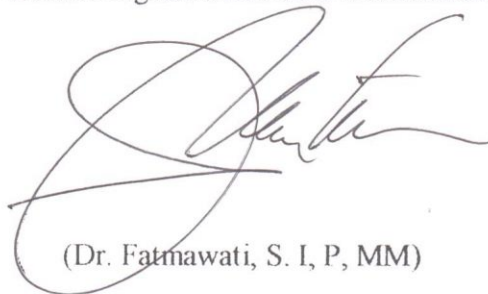
Format sistematika dan pembahasan materi masing-masing bab dan sub-sub dalam skripsi ini telah dipelajari dan dinilai relative telah memenuhi ketentuan-ketentuan normative dan kriteriametode penelitian ilmiah. Oleh karena itu dinilai layak serta dapat disetujui untuk disidangkan dalam ujian komprehensif.

Pekanbaru, 12 Juli 2022

Menyetujui,

Pembimbing

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Fatmawati, S. I, P, MM)



(Al Sukri, M. I. Kom)

UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Nama : M. Izzatul Siddiq  
NPM : 159110160  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Kosentrasi : Media Massa  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)  
Hari/Tanggal Ujian : 08 Juni 2022  
Judul Penelitian : Analisis Etika Bermedia Sosial dalam Pemanfaatan Instagram Oleh Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau

Naskah ini secara keseluruhan dinilai relative telah memenuhi ketentuan-ketentuan metode penelitian ilmiah, oleh karena itu tim penguji ujian Komprehensif Fakultas Ilmu Komunikasi dapat menyetujui dan menerimanya untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana.

Pekanbaru, 12 Juli 2022

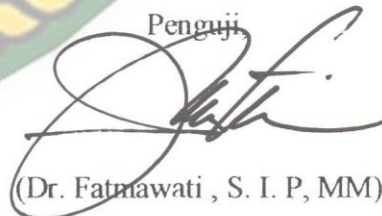
Tim Penguji,

Ketua



(Al Sukri , M. I. Kom)

Penguji



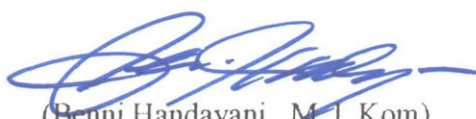
(Dr. Fatmawati , S. I. P, MM)

Mengetahui  
Wakil Dekan I



(Cutra Aslinda , M. I. Kom)

Penguji,



(Benni Handayani , M. I. Kom)

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**

Berdasarkan Surat Keputusan (SK) Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Nomor : 1083 /UIR-Fikom/Kpts/2022 Tanggal 02 Juni 2022 maka dihadapan Tim Penguji pada hari ini Rabu Tanggal **08 Juni 2022** Jam : **09.00 - 10.00. WIB** bertempat di ruang **Aula** Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Pekanbaru telah dilaksanakan Ujian Skripsi Mahasiswa atas :

Nama : **M. Izzatul Siddiq**  
NPM : 159110160  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Kosentrasi : Media Massa  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)  
Judul Penelitian : Analisis Etika Bermedia Sosial dalam Pemanfaatan Instagram Oleh Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau  
Nilai Ujian : Angka : "67" ; Huruf : "B-"  
Keputusan Hasil Ujian : **Lulus**  
Tim Penguji :

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Al Sukri , M. I. Kom	Ketua	
2.	Dr. Fatmawati , S. I, P, MM	Penguji	
3.	Benni Handayani , M. I. Kom	Penguji	

Pekanbaru, 08 Juni 2022

Dekan

  
**Dr. Muhd. AR. Imam Riauan , M. I. Kom**  
NPK : 150802514

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS ETIKA BERMEDIA SOSIAL DALAM PEMANFAATAN  
INSTAGRAM OLEH MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Yang diajukan oleh :

M. Izzatul Siddiq  
NPM: 159110160

Pada tanggal :

08 Juni 2022

Mengesahkan :

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Muhd. AR. Imam Riau, M. I. Kom)

Dewan Penguji,

Tanda Tangan,

Al Sukri , M. I. Kom

Dr. Fatmawati, S, I, P, MM

Benni Handayani , M. I. Kom



## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : M. Izzatul Siddiq  
Tempat / Tanggal Lahir : Duri / 26 April 1997  
NPM : 159110160  
Bidang Kosentrasi : Media Massa  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Alamat / No.Telp : Jl. Mulia No. 59 / 081268233644  
Judul Skripsi : Analisis Etika Bermedia Sosial dalam Pemanfaatan Instagram Oleh Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau

Dengan ini memnyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya (Usulan Penelitian) adalah asli belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Riau maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali pengarahan Tim Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dicantumkan sebagai acuan dalam daftar pustaka.
4. Bersedia untuk mempublikasikan karya tulis saya (Usulan Penelitian) di jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau
5. Pernyataan ini sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dari apa yang saya nyatakan diatas (point 1-3), maka saya bersedia menerima sanksi nilai skripsi dan atau pencabutan gelar akademik kesarjanaan saya dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Islam Riau.

Pekanbaru, 12 Juli 2022

Yang Menyatakan,



M. Izzatul Siddiq

## PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW atas kemudahan dan kelancarannya, saya persembahkan karya tulis ini kepada :

1. Kedua orangtuaku tercinta yang selalu mendoakan, memberikan kasih sayang, dan selalu memberikan semangat. Terimakasih atas semua yang telah diberikan kepada ananda.
2. Almamaterku fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau
3. Terimakasih kepada kakakku tercinta yang telah memberi semangat dalam hal apapun.



## MOTTO

“Jika kamu tidak dapat melakukan hal-hal besar, lakukan hal-hal kecil dengan cara yang hebat.”

*(Napoleon Hill)*

“Tidak ada kata terlambat untuk menjadi apa anda yang seharusnya”

*George Eliot*

“Hidup tidak memiliki batasan, kecuali yang kamu buat”

*Les Brown*

“Kegagalan tidak akan pernah menyusul jika tekad untuk sukses cukup kuat”

*Og Mandino*





## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-NYA yang selalu menyertai penulis selama pengerjaan usulan penelitian dan memberikan kelancaran kepada penulis dengan judul **ANALISIS ETIKA BERMEDIA SOSIAL DALAM PEMANFAATAN INSTAGRAM OLEH MAHASISWA FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM RIAU (Studi Mahasiswa Audio Visual FIKOM)** Tujuan dari penulisan Skripsi ini adalah sebagai bentuk pertanggungjawaban untuk memenuhi syarat mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi.

Selain itu penulis juga hendak berterimakasih kepada beberapa pihak yang turut berpartisipasi dan mendukung penulis sehingga mampu menyelesaikan usulan penelitian ini dengan baik, beberapa pihak tersebut diantaranya kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang selalu menyertai dan memberkati penulis selama menyelesaikan skripsi ini hingga terselesaikan dengan baik.
2. Keluarga yang selalu memberikan dukungan kepada penulis dalam proses pengerjaan skripsi ini.
3. Dr.Muhd. AR. Imam Riauan, M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
4. Al Sukri, M.I.Kom selaku pembimbing pertama yang selalu sabar dalam membimbing, mengarahkan, memberi saran, dan memberi motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.

5. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang membantu penulis berkaitan dengan segala hal administrasi terkait kebutuhan untuk penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis selama ini. Demikian penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah terlibat dalam skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna yang pasti tidak luput dari kesalahan dan kekurangan. Maka dari itu penulis mengharapkan masukan, kritik, saran yang mendukung untuk kebaikan pada skripsi ini. Semoga hasil dari pada skripsi ini dapat berguna bagi para pembaca Terima Kasih.

Pekanbaru, 11 April 2022

**M.Izzatul Sidiq**  
**159110160**

## DAFTAR ISI

Persetujuan Tim Pembimbing .....	ii
Lembaran Pernyataan .....	iii
Persembahan .....	iv
Motto .....	v
Kata Pengantar .....	vi
Daftar Isi .....	viii
Daftar Tabel .....	x
Daftar Gambar .....	xi
Abstrak .....	xii
<i>Abstract</i> .....	xiii

### BAB I: PENDAHULUAN

A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	11
C. Fokus Masalah .....	12
D. Rumusan Masalah .....	12
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	12
1. Tujuan .....	12
2. Manfaat Penelitian .....	12

### BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Literatur .....	14
1. Komunikasi Virtual .....	14
2. Etika Bermedia Sosial .....	15
3. <i>Instagram</i> .....	34
4. Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau .....	36
5. Mahasiswa Audio Visual FIKOM .....	39
B. Defenisi Operasional .....	45
1. Etika Bermedia Sosial .....	45
2. <i>Instagram</i> .....	46
3. Mahasiswa Audio Visual FIKOM .....	46
C. Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	49

### **BAB III: METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan Penelitian .....	52
B. Subjek dan Objek Penelitian .....	52
1. Subjek .....	52
2. objek .....	54
C. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	54
D. Sumber Data .....	55
E. Teknik Pengumpulan Data .....	55
F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	57
G. Teknik Analisis Data .....	58

### **BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Lokasi Penelitian .....	60
B. Hasil Penelitian .....	64
1. Hasil Wawancara .....	65
2. Hasil Observasi .....	76
C. Pembahasan Penelitian .....	80

### **BAB V: PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	103
B. Saran .....	103

### **Daftar Pustaka**

### **Lampiran**

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	48
Tabel 3.1 Rencana Waktu Penelitian .....	54
Tabel 4.1 Observasi postingan Febri Yolanda .....	76
Tabel 4.2 Observasi postingan Tedi Kurniawan .....	77
Tabel 4.3 Observasi postingan Shinta Febryna .....	78
Tabel 4.4 Observasi postingan Naulita Sandra .....	79
Tabel 4.5 Implementasi Etika Bermedia Sosial Febri Yolanda .....	85
Tabel 4.6 Implementasi Etika Bermedia Sosial Tedi Kurniawan .....	90
Tabel 4.7 Implementasi Etika Bermedia Sosial Shinta Febryna .....	95
Tabel 4.8 Implementasi Etika Bermedia Sosial Naulita Sandra .....	101



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Most Used Social Media Platforms</i> .....	4
Gambar 1.2 postingan Instagram Mahasiswa AVF .....	10



## ABSTRAK

### ANALISIS ETIKA BERMEDIA SOSIAL DALAM PEMANFAATAN INSTAGRAM OLEH MAHASISWA FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM RIAU (Studi Mahasiswa Audio Visual FIKOM)

**M. IZZATUL SIDDIQ**  
**159110160**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh maraknya mahasiswa dalam memanfaatkan media sosial instagram bahkan terdapat kebebasan mengunggah apa saja yang diinginkan oleh pengguna sehingga terdapat kalimat-kalimat kasar dan dilihat oleh publik, konsep yang diterapkan didalam penelitian ini berakar dari asumsi dasar Undang-undang ITE yang merumuskan etika media dalam beberapa poin terpenting yaitu konten yang diunggah dan tidak melanggar kesusilaan, tidak mengandung perjudian, tidak memfitnah, tidak ada nya unsur pemerasan dan ancaman, konten yang diunggah tidak vulgar, tidak mengandung hoax, dan tidak membajak akun milik orang lain. metode yang digunakan didalam penelitian ini adalah kualitatif dengan empat informan. Data yang dikumpulkan melalui proses wawancara, observasi dan dokumentasi. Didalam penelitian ini menemukan bahwa keempat informan telah menerapkan etika bermedia sosial UU ITE tetapi tidak secara keseluruhan hal ini dikarenakan peneliti masih menemukan beberapa informan yang masih melakukan pelanggaran seperti informan Febri Yolanda masih menggunakan kalimat vulgar dan melakukan pembajakan sedangkan Shinta Febryna dan Naulita Sandra masih memposting berita hoax. Selain menemukan penerapan etika bermedia peneliti juga menemukan kecenderungan informan dalam memanfaatkan media sosial instagram miliknya seperti instagram sebagai *Media Self Disclosure*, media eksistensi diri, media promosi, media curhat, dan instagram juga dijadikan sebagai media fanatisme K-Pop.

**Kata Kunci :** Etika Bermedia, Instagram, Mahasiswa.

## ABSTRACT

*Ethical Analysis Of Social Media In Instagram Utilization By Students Of The Faculty Of Communications, Islamic University Of Riau (Audio Visual Fikom Student)*

**M. IZZATUL SIDDIQ**  
**159110160**

*This research is motivated by the rise of students in utilizing social media Instagram, there is even the freedom to upload whatever the user wants so that there are harsh sentences and are seen by the public, the concept applied in this research comes from the basic assumptions of the ITE Law which formulates media ethics. In some of the most important points, the uploaded content does not violate decency, does not contain gambling, does not slander, does not contain elements of extortion and, the threat of uploaded content is not vulgar, not hoax, and does not hijack other people's accounts. The method used in this research is qualitative with four informants. Data collected through the process of interviews, observation and documentation. In this study it was found that the four informants had applied social media ethics to the ITE Law but not in its entirety because the researchers still found some informants who were still committing violations such as the informant Febri Yolanda still using vulgar sentences and committing piracy while Shinta Febryna and Naulita Sandra still posted fake news. . In addition to applying media ethics, the researchers also found the tendency of informants to use Instagram's social media such as Instagram as a Self Disclosure Media, self-existence media, promotional media, reporting media, and Instagram is also used as a medium for K-Pop fanaticism.*

**Key Word :** *Media Ethics, Instagram, Students*



## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Setiap tahun, jumlah pengguna media sosial di seluruh dunia terus meningkat. Berbagai jenis situs media sosial juga berkembang, selain dari volume penggunaannya. Media sosial menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari untuk komunikasi dan pertukaran pengetahuan dan telah mengubah perilaku penggunaannya. Peningkatan ini berlaku karena adanya kebutuhan dan motivasi yang terus berkembang.

Hal ini sejalan dengan penggunaan Internet dan media sosial merupakan salah satu alat utama dalam pendistribusian informasi saat ini. Secara global, hal tersebut telah mengubah wajah media secara keseluruhan. Hari ini dalam pengguna internet di Indonesia pada awal 2021 ini mencapai 202,6 juta jiwa. Jumlah ini meningkat 15,5 persen atau 27 juta jiwa jika dibandingkan pada Januari 2020 lalu survey tersebut merupakan hasil dari data statistik *We Are Social* yang dikemas melalui laporan penggunaan Digital 2021<sup>1</sup>.

Salah satu motivasi orang menggunakan media sosial adalah agar dapat terhubung dengan berita, beberapa penelitian menunjukkan Twitter, *Instagram* dan *Facebook* paling sering digunakan oleh mereka yang memiliki motivasi mencari informasi atau berita. Mengapa demikian ? Media sosial memiliki kelebihan yakni dapat

---

<sup>1</sup> <https://wearesocial.com/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital> diakses pada tanggal 4 Juni 2021

menambah kredibilitas personal pada berita. Ketika berita dibagikan dan direkomendasikan oleh teman atau keluarga melalui media sosial maka akan mendapat lebih banyak perhatian dan lebih dipercaya. Fungsi media sosial menjadi filter pribadi. Kredibilitas beritanya semata-mata mengandalkan penilaian profesional dari organisasi berita atau jurnalis.

Bagi masyarakat Indonesia pada umumnya terlebih khusus kalangan remaja, media sosial seakan sudah candu, tiada hari tanpa membuka media sosial, bahkan hampir 24 jam mereka tidak lepas dari smartphone. Media sosial terbesar yang paling sering digunakan antara lain ; *Facebook, Twitter, Path, Youtube, LINE, Instagram, BBM, game on line*. Masing-masing media sosial tersebut mempunyai keunggulan khusus dalam menarik banyak pengguna media sosial yang mereka miliki. Media sosial memang menawarkan banyak kemudahan yang membuat para remaja betah berlama-lama berselancar di dunia maya.

Sangat mudah dan tidak membutuhkan waktu yang lama bagi seseorang dalam membuat akun di media sosial. Kalangan remaja yang mempunyai media sosial biasanya memposting tentang kegiatan pribadinya, curhatannya, serta foto-foto bersama teman-temannya. Semakin aktif seorang remaja di media sosial maka mereka semakin dianggap keren dan gaul. Namun kalangan remaja yang tidak mempunyai media sosial biasanya dianggap kuno, ketinggalan jaman, dan kurang bergaul.

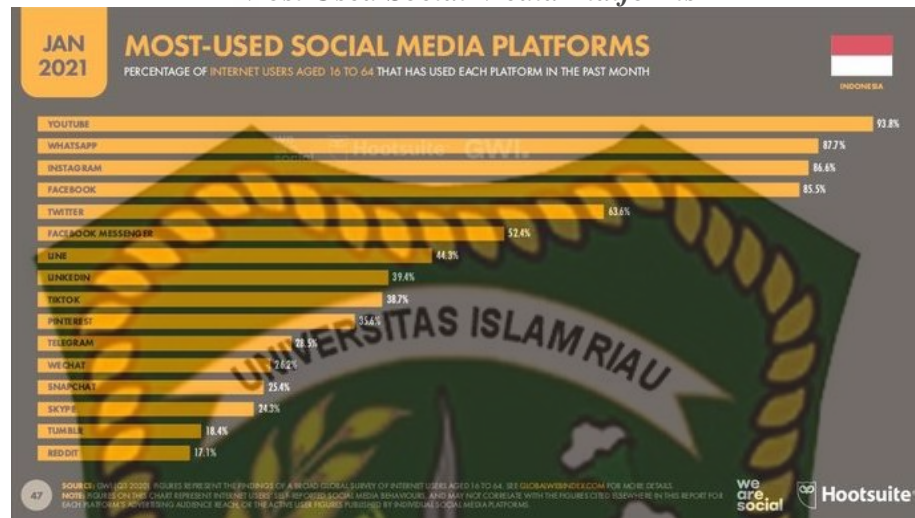
Dalam media sosial tidak ada batasan ruang dan waktu, mereka dapat berkomunikasi kapanpun dan dimanapun mereka berada. Tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial mempunyai pengaruh yang besar dalam kehidupan seseorang. Penggunaan sosial media membawa begitu banyak kemudahan bagi penggunanya. Dengan segala fasilitas yang disediakan oleh social media tersebut, sosial media dapat memudahkan penggunanya untuk melakukan segala aktifitasnya mulai dari bermain game online atau game *offline*, dan juga dapat digunakan untuk hal yang bersifat sosial maupun bisnis. Beragam akses informasi dan hiburan dari berbagai pelosok dunia dapat diakses melalui satu pintu saja.

Perkembangan komunikasi atau interaksi sosial terjalin diruang *cyber* begitu mapan sehingga tanpa ada batasan apapun, keantusiasan penggunaan internet yang dilakukan oleh masyarakat indonesia berpengaruh pada penggunaan produk internet itu sendiri salah satunya adalah media sosial *instagram*. Menurut survei *we are social* menerbitkan hasil bahwa pada tahun 2021 penggunaan *instagram* di negara Indonesia mencapai 93 Juta pengguna<sup>2</sup>, data terbaru tersebut memperlihatkan penggunaan *instagram* di negara Indonesia sebagai peringkat ke tiga mencapai 86.6%.

---

<sup>2</sup> <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/03/inilah-negara-pengguna-instagram-terbanyak-indonesia-urutan-berapa> (diakses pada tanggal 17 desember 2021)

**Gambar 1.1**  
*Most Used Social Media Platforms*



**Sumber : Laporan Digital We Are Social 2021**

Media sosial *instagram* memang begitu digandrungi disetiap kalangan tetapi dan menurut databoks pada tahun 2021 yang bersumber dari statista menjabarkan data bahwa posisi pengguna terbesar dalam penggunaan *instagram* terdapat di kelompok usia 18 – 24 tahun yaitu 36,4%<sup>3</sup>. Kelompok usia tersebut masuk dalam kategori remaja akhir, hal ini yang didefinisikan oleh Santrok dalam (Antoro, 2020) yang memaparkan bahwa usia remaja terdiri dari tiga bagian yaitu dengan pembagian fase remaja awal berkisar antara usia 12-15 tahun, fase remaja tengah (madya) berkisar antara usia 15-18 tahun, dan fase remaja akhir berkisar antara usia 18-21 tahun bahkan santrok juga menjabarkan bahwa rata-rata batasan usia remaja berkisar antara usia 12 hingga 24 tahun.

Menurut Santrock dalam (Antoro, 2020) remaja merupakan masa transisi dari kanak-kanak menuju dewasa dengan berbagai perubahan baik

<sup>3</sup> <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/03/inilah-negara-pengguna-instagram-terbanyak-indonesia-urutan-berapa> (diakses pada tanggal 24 oktober 2021)

secara biologis, kognitif dan sosioemosional. Jika dilihat dari perubahan sosioemosional yang dialami remaja, yaitu lebih mementingkan teman sebayanya dan muncul permasalahan pada orang tuanya. Hal ini menyebabkan masa remaja relatif bergejolak dibandingkan dengan masa perkembangan lainnya. Hal tersebut menyebabkan masa remaja menjadi sangat penting untuk diperhatikan.

Kecenderungan remaja dalam memanfaatkan media sosial *instagram* kebanyakan dari remaja beranggapan bahwa semakin aktif dirinya di media sosial, maka mereka akan semakin dianggap keren dan gaul. Sedangkan, remaja yang tidak memiliki media sosial biasanya dianggap kurang gaul atau ketinggalan jaman (Suryani & Suwarti, 2014). Padahal remaja sebagai salah satu pengguna media sosial masih belum mampu memilah aktivitas yang bermanfaat. Mereka juga cenderung mudah terpengaruh terhadap kehidupan sosial yang ada di media sosial, tanpa memikirkan dampak positif dan negatif yang ditimbulkan dari aktivitasnya (Ekasari & Dharmawan, 2012). Penggunaan media sosial membawa dampak positif yaitu memberikan banyak kemudahan bagi remaja, seperti sebagai media sosialisasi dan komunikasi dengan teman, keluarga ataupun guru, media diskusi terkait tugas di sekolah dengan teman dan mendapatkan informasi terkait kesehatan secara online bahkan menurut hasil penelitian (Yurindah, DKK. 2021) mengatakan bahwa remaja dalam memanfaatkan *instagram* dijadikan sebagai wadah mereka

untuk mengunggah bentuk diri mereka baik dalam keadaan sedih atau pun senang hal ini agar emosi yang dirasakan tersalurkan.

*Instagram* memang memberikan banyak dampak positif bagi remaja, tetapi juga memberikan dampak negatif bagi kehidupan remaja. Hal tersebut dikarenakan remaja tidak mampu dalam mengontrol penggunaan media sosial, Jika remaja tidak mampu dalam mengontrolnya, maka waktu dalam penggunaannya akan meningkat dan dapat menyebabkan kecanduan terhadap media sosial. Remaja yang mengalami kecanduan akan menjadi sangat tergantung terhadap media sosial, sehingga mereka rela menghabiskan waktu yang lama hanya untuk mencapai kepuasan (Fauziawati, 2015). Dimana ketergantungan terhadap media sosial tersebut dapat mengakibatkan dampak negatif yang akan dialami pengguna terutama dikalangan mahasiswa. Media sosial membuat remaja menjadi acuh dengan tanggung jawabnya sebagai pelajar yang berdampak pada keterlambatan dalam pengumpulan tugas-tugas sekolah, waktu belajar berkurang dan prestasi di sekolah mengalami penurunan yang drastis dikarenakan remaja sibuk menghabiskan waktunya untuk mengakses media sosial (Mim. Dkk, 2018).

Penelitian lain yang dilakukan oleh Thakkar (2006) dalam (Aprilia,DKK.2020:42) juga menunjukkan bahwa dampak negatif yang juga dapat diberikan media sosial yaitu adanya kekerasan online (*cyberbullying*), *sexting*, depresi dan bahaya privacy yang dilakukan remaja. Penggunaan media sosial *instagram* pada remaja juga dapat

mengakibatkan terjadinya penurunan moral, pola interaksi dan komunikasi berubah serta kenakalan dan perilaku menyimpang mengalami peningkatan, seperti pertikaian dan tindakan kejahatan (Ngafifi, 2016). Dampak negatif lainnya yang juga ditemukan pada penelitian Fitri (2017) yaitu adanya pemborosan, meningkatnya plagiarisme dan remaja menjadi anti sosial. Sedangkan menurut Moreno, Standiford, dan Cody (2018) dalam (Aprilia, DKK.2020:42) media sosial mengakibatkan remaja mengalami masalah kesehatan, seperti terjadinya gangguan pada pola makan, masalah pada kesehatan seksual, penggunaan narkoba dan terjadinya bunuh diri.

Fenomena di atas menunjukkan banyaknya hal – hal yang dapat dipengaruhi dalam pemanfaatan media sosial yang tidak cerdas. Jika ditelaah lebih dalam, kedewasaan usia remaja dan faktor Pendidikan seperti tidak begitu mempengaruhi. Penelitian ini juga berangkat dari fenomena yang juga terjadi di merata tempat. Dalam pengamatan awal peneliti melihat, hampir semua mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau memiliki dan memanfaatkan media sosial terutama Instagram sebagai aktifitas rutinitas hariannya. Ini tergambar dari beberapa akun yang peneliti amati, bahwa mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau mengunggah postingan di *instagram* nya.

Penelitian ini tentunya sangat menarik, karena mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau adalah orang-orang yang dalam kegiatan akademik selalu berbicara tentang media sosial baik dari sisi

penggunaan, dampak dan peluang yang dapat diperoleh. Tetapi dalam pelaksanaannya apakah hal demikian terjadi ? apa bentuk isi unggahannya ? adakah bernilai Pendidikan ataupun tidak.

Maka, berdasarkan fenomena yang dijabarkan diatas, juga tergambar dari permasalahan yang ada dalam memanfaatkan media sosial *instagram* dimana user tidak memperhatikan etika berikut merupakan beberapa kasus yang melibatkan seorang remaja dalam pelanggaran UU ITE, dalam lansiran *nasional.republika.co.id* menjelaskan bahwa terdapat seorang remaja laki-laki yang membuat akun palsu atas nama pacarnya dan mengunggah video yang tidak senonoh dengan alasan pacarnya tersebut tidak menepati janji, maka dengan pelanggaran dalam pemanfaatan media sosial *instagram* tersebut berakhir di sel tahanan<sup>4</sup>

Bahkan kasus lain juga merambat pada mahasiswi memanfaatkan akun *instagram* yang mengunggah foto “cantik” dianggap melanggar etika bermedia sosial hal ini dikarenakan penyebaran yang dilakukan mengundang untuk orang lain melakukan pelecahan seksual, *body shaming* melalui pesan pribadi<sup>5</sup>.

Peneliti menilai, persoalan ini penting untuk dianalisis. Alasannya, sebagai mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau tentunya perlu mempersiapkan diri sebagai agen informasi di tengah-tengah masyarakat. Lantas bagaimana jadinya jika hal tersebut tidak

<sup>4</sup> <https://nasional.republika.co.id/berita/pvuzmf18000/buat-akun-instagram-pakai-nama-pacar-daji-dijerat-undangundang-ite> diakses pada tanggal 19 desember 2021

<sup>5</sup> <https://www.detik.com/edu/ Perguruan-Tinggi/d-5698580/akun-instagram-yang-unggah-foto-mahasiswi-cantik-bisa-kena-pidana-kok-bisa> (diakses pada tanggal 13 Desember 2021)



diawali sejak masa kuliah. Kemudian penelitian ini akan menjadi acuan dasar tentang sejauhmana keberhasilan pendekatan akademik dikampus dalam mempengaruhi mahasiswanya untuk menjadi agen literasi media sosial di masyarakat.

Alasan yang tidak kalah penting lainnya adalah, memanfaatkan media sosial adalah sebuah bentuk aktifitas diri. Yang namanya aktifitas diri tentu akan dipengaruhi oleh kebiasaan – kebiasaan diri dalam aktifitas tersebut. Apalagi aktifitas bermedia sosial ini hasil akhirnya berupa unggahan menjadi konsumsi publik. Nah, jika produknya unggahan karena kebiasaan yang baik maka akan menghasilkan unggahan yang baik begitu pula sebaliknya. Dalam memanfaatkan media sosial tentu ada aturan yang mengikat. Untuk itu, masalah penelitian ini juga berangkat dari kecenderungan bermedia sosial yang *instagram* dilakukan oleh mahasiswa dalam aktifitas bermedia sosialnya. Berdasarkan hasil pengamatan awal terhadap postingan mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau mengandung kebiasaan yang kurang baik hal ini seperti mengumbar fisik, mengumbar aib dan mengumbar kelemahan diri sehingga membangun konflik sosial.

Mahasiswa yang dimaksud dialam penelitian ini merupakan mahasiswa aktivis kampus dalam unit kegiatan mahasiswa AVF atau dengan kepanjangan Audio Visual Fikom perlu dipahami bahwa orientasi dari kegiatan ini adalah industri media. Alasan peneliti berfokus pada Audio Visual Fikom (AVF) hal ini dikarenakan mahasiswa yang berada

pada unit tersebut diharapkan lebih memahami konten yang pantas atau tidaknya untuk dikonsumsi khalayak ramai. Mahasiswa yang menjadi anggota AVF juga aktif dalam menggunakan aplikasi *instagram* Berikut merupakan contoh beberapa postingan yang merupakan anggota dari Audio Visual Fikom AVF.

**Gambar 1.2**  
**Postingan Instagram Mahasiswa UKM AVF**



Sumber : *Instagram* Pribadi

Postingan diatas merupakan salah satu contoh untuk menggambarkan bahwa mahasiswa fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang bergabung didalam Unit Kegiatan Mahasiswa Audio Visual Fikom memang aktif dalam memanfaatkan aplikasi *instagram*. Maka, dengan tingkat pengetahuan yang lebih dalam pengelolaan media dibanding dengan mahasiswa yang tidak ikut bergabung dalam unit kegiatan mahasiswa Audia Visual Fikom diharapkan lebih mudah untuk tereduksi dalam memanfaatkan *instagram* dengan layak. Segala

postingan yang terpapar didalam akun *instagram* para anggota AVF tersebut akan dianalisis melalui undang-undang ITE agar tergambar bahwa postingan mereka sudah memenuhi syarat layak dikonsumsi publik atau tidak. Maka berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, menarik peneliti untuk membahas lebih lanjut dengan judul “Analisis Etika Bermedia Sosial Dalam Pemanfaatan *Instagram* Oleh Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau (Studi Mahasiswa UKM Audio Visual Fikom)”

## B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka identifikasi masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kebebasan Mahasiswa berposting di Akun *Instagram* kerap digunakan sebagai alat dramaturgi diri dan *social highbeast*
2. Kebebasan Mahasiswa berposting pada akun *Instagram* digunakan sebagai media pemasaran produk oleh pemilik usaha maupun penjual ulang
3. Kebebasan Mahasiswa berposting pada akun *Instagram* digunakan sebagai alat untuk hal- hal negatif seperti pamer kekayaan atau pamer paras dalam rangka menipu masyarakat atau pengikut akun
4. Analisis Etika Bermedia Sosial Dalam Pemanfaatan *Instagram* Oleh Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau (Studi Mahasiswa UKM Audio Visual Fikom)

### C. Fokus Masalah

Berdasarkan identifikasi diatas, maka peneliti akan menetapkan fokus penelitian sebagai berikut : “Analisis Etika Bermedia Sosial Dalam Pemanfaatan *Instagram* Oleh Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau (Studi Mahasiswa UKM Audio Visual Fikom)”

### D. Rumusan Masalah

Berdasarkan fokus masalah di atas, maka peneliti menetapkan rumusan pada penelitian ini adalah sebagai berikut : **“Bagaimana Analisis Etika Bermedia Sosial Dalam Pemanfaatan *Instagram* Oleh Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau (Studi Mahasiswa Audio Visual Fikom)?”**

### E. Tujuan dan Manfaat

Adapun manfaat dari penelitian ini :

#### 1. Tujuan penelitian

Untuk mengetahui Analisis Etika Bermedia Sosial Dalam Pemanfaatan *Instagram* Oleh Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau (Studi Mahasiswa Audio Visual Fikom).

#### 2. Manfaat penelitian

##### a. Manfaat teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan sumber mengenai pemanfaatan media sosial dalam jalinan komunikasi.

##### b. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai rujukan dan sebagai bahan pertimbangan bagi semua pihak dalam memahami Pemanfaatan *Instagram* Oleh Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Kajian Literatur

##### 1. Komunikasi Virtual

Pada komunikasi virtual, jaringan internet merupakan perantara utama yang menjadi penghubung di antara komunikator dengan komunikan. Komunikasi virtual adalah salah satu jalur penyaluran pesan lewat media massa yang distribusinya melalui jaringan internet, dimana cara penyajiannya bersifat luas, *uptodate* (terkini), interaktif, dan *two way communication*. Komunikasi virtual dapat di *update* kapan saja dan lingkungannya lebih global atau universal, jika dibandingkan dengan media komunikasi lainnya. Johson dan Kaye (1998:12) dalam (Solihin, 2020:14) berpendapat bahwa penggunaan internet lebih dapat diandalkan oleh netter jika dibandingkan dengan ekuivalen-ekuivalen tradisional mereka.

Komunikasi virtual sendiri merupakan bagian dari inovasi-inovasi yang terus dikembangkan pada *new media* (media baru). Munculnya media baru merupakan hasil perkembangan dan penyempurnaan dari adanya media lama sebagai pendahulunya, meskipun menurut McLuhan konten dari media baru tersebut juga sering memanfaatkan atau mengemas kembali materi dari media lama.

Menurut Stanley J. Baran (2008:386) dalam (Solihin, 2020:14) Penggunaan dari media lama dirasa masih memiliki banyak sekali kekurangan, sehingga manusia berinovasi untuk membuat media baru

yang dalam penggunaannya tidak terbatas oleh jarak dan waktu, sekaligus bisa menjadi media interaktif. Jadi melalui komunikasi virtual pengguna bisa memberikan *feedback* terhadap apa yang mereka lihat, baik itu dalam bentuk *comment*, *like*, dan sebagainya. Berbicara mengenai komunikasi virtual tentunya tidak bisa lepas dari internet yang menjadi saluran utamanya.

McLuhan mengatakan dengan hadirnya komunikasi virtual yang tengah berkembang dalam kehidupan manusia, memungkinkan akan hadirnya sebuah lingkungan baru yang disebutnya sebagai “*global village*” atau desa global. Ini berarti, ketika dunia menciutkan dunia, keterlibatan orang-orang dalam kehidupan orang lain akan semakin tinggi.

## 2. Etika Bermedia Sosial

### a. Definisi Etika

Istilah etika berasal dari kata latin,; *Ethic* (us), dalam bahasa griek: *ethic* ialah kebiasaan, habit, *custom*. Jadi, dalam pengertian aslinya, apa yang disebutkan baik itu ialah yang sesuai dengan kebiasaan masyarakat. Lambat laun pengertian etika itu berubah, seperti pengertian sekarang etika ialah suatu ilmu yang membicarakan masalah perbuatan atau tingkah laku manusia, mana yang dapat dinilai baik dan mana yang jahat.

### b. Jenis-Jenis Etika

Etika sebagai salah satu cabang dari filsafat, hanya dapat memberikan penilaian terhadap masalah baik dan jaha, susila dan tidak susila dari perbuatan manusia. Berikut jenis-jenis etika menurut

Burhanudin (2012:21) dalam buku Etika Individual pola dasar filsafat moral sebagai berikut:

1. *Ethics Algedonsic* adalah etika yang memperbincangkan masalah kesenangan dan penderitaan.
2. *Ethics Business* adalah etika yang berlaku dalam perhubungan dagang.
3. *Ethics Educational* adalah etika yang berlaku dalam perhubungan pendidikan.
4. *Ethics Hedonistic* adalah etika yang hanya mempersoalkan masalah kesenangan dengan cabang-cabangnya.
5. *Ethics Humanistic* adalah etika kemanusiaan, membicarakan norma-norma hubungan antara manusia/antar bangsa.
6. *Ethics Idealistic* adalah etika yang membicarakan sejumlah teori-teori etik yang pada umumnya berdasar psikologi dan filosofis.
7. *Ethics Materialistic* adalah etika yang mempelajari segi-segi etik ditinjau dari segi materialistis (lawan dari etik yang idealistic).
8. *Ethics Epicurianism* adalah etika aliran epicurian, hampir sama ajarannya dengan aliran materialis.

Sebagai makhluk sosial, komunikasi tidak lepas dari kehidupan sehari-hari kita, dan seperti yang telah diulas sebelumnya, komunikasi sebagai bagian dari kehidupan juga memiliki etika di dalamnya. Etika komunikasi merupakan salah satu dari etika khusus, karena membahas bagian tertentu dari kehidupan manusia. Etika sendiri merupakan nilai dan



norma yang berlaku untuk dijadikan pandangan dan standar manusia dalam bertindak dan bertingkah laku. Dalam kaitannya dengan komunikasi, etika komunikasi mencakup segala nilai dan norma yang menjadi standar dan acuan manusia dalam berkomunikasi dengan orang lain.

Etika komunikasi adalah penilaian tentang baik buruk atau bagaimana manusia seharusnya bertindak dalam usahanya menyampaikan maksud dan tujuannya kepada manusia lain. Etika komunikasi menilai mana tindakan komunikasi yang baik dan buruk berdasarkan standar yang berlaku, karena komunikasi merupakan salah satu hal yang penting dalam kehidupan manusia, maka penting bagi kita untuk memahami mengenai etika komunikasi. Tanpa adanya etika komunikasi, dapat terjadi hal-hal yang tidak diinginkan seperti kesalahpahaman, pertengkaran, perselisihan, dan lain sebagainya. Selain itu, etika komunikasi yang tidak diketahui dan diterapkan akan menyebabkan hubungan kita dengan orang lain jadi buruk. Tentunya itu akan berakibat tidak baik, karena bagaimanapun juga kita adalah makhluk sosial yang selalu membutuhkan dan dibutuhkan orang lain. Adapun etika dalam berkomunikasi yaitu:

#### **a. Memulai Pembicaraan**

Dalam keseharian, tentunya kita pernah bertemu dengan keadaan yang membuat kita harus atau ingin memulai pembicaraan dengan orang lain. Namun ada hal-hal yang harus diperhatikan, yaitu:

1. Lihat keadaan calon lawan bicara.

Apakah dia terlihat sedang sibuk atau terburu-buru? Kalau iya, mungkin kita harus mencoba berbicara lain kali. Karena nanti kita justru akan mengganggu orang itu dan membuatnya tidak nyaman.

2. Ramah dan sopan.

Sapa lah lawan bicara anda dengan ramah dan sopan, namun tidak terkesan dibuat-buat. Kita bisa mengajukan pertanyaan basa-basi untuk pembuka seperti apa kabar, mau kemana, dari mana, dan sebagainya.

3. Jangan hanya bicara, dengarkan juga.

Kebanyakan orang mengasumsikan komunikasi selalu berkaitan dengan bicara, padahal tidak hanya itu. Mendengarkan juga salah satu bagian dari komunikasi, dan hal ini sangat penting untuk dilakukan. Ketika kita terlalul sibuk bicara dan tidak memperhatikan apa yang diucapkan lawan bicara, kita seperti tidak menghargainya.

**b. Komunikasi Tatap Muka**

Komunikasi tatap muka bisa dibilang komunikasi yang hampir setiap hari kita lakukan. Berikut beberapa hal yang harus diperhatikan dalam komunikasi tatap muka atau langsung:

1. Tatap mata lawan bicara.

Hal yang pertama harus dilakukan adalah menatap lawan bicara kita. Jangan sampai kita malah melihat ke arah yang lain dan

membuat lawan bicara terganggu atau merasa tidak diperhatikan. Jika kesulitan menatap langsung pada mata lawan bicara, kita bisa melihat ke arah garis tengah antara kedua matanya (yang sejajar dengan hidung).

2. Jaga intonasi dan kecepatan bicara.

Bicaralah dengan suara yang stabil, tidak terlalu pelan atau terlalu tinggi. Keduanya bisa menyebabkan orang salah mengerti dan tidak paham apa yang kita bicarakan. Selain itu, bicaralah dengan kecepatan normal supaya dapat disimak dengan baik.

3. Lontarkan pertanyaan.

Dalam etika komunikasi, jangan hanya sibuk bicara dan tidak menyimak apa yang dibicarakan lawan bicara kita. Dengarkanlah baik apa yang dikatakan lawan bicara, dan sahutilah dengan melontarkan pertanyaan atau pernyataan.

**c. Komunikasi Lewat Media**

Seiring dengan melesatnya perkembangan teknologi, komunikasi melalui media bisa dibidang sebagai komunikasi yang paling sering kita lakukan. Berikut hal-hal yang perlu diperhatikan:

1. Perhatikan gaya tulisan dan tanda baca.

Komunikasi lewat media kebanyakan mengandalkan tulisan, kita harus lebih berhati-hati dengan gaya bahasa yang kita tulis. Penggunaan tanda baca juga sangat penting terutama tanda seru. Sebaiknya kita meminimalisir penggunaan tanda seru atau

huruf besar semua, karena cenderung membuat orang berpikir kalau kita marah.

2. Atur intonasi (jika menelpon).

Menelpon memang terdengar suara, namun mimik dan ekspresi wajah tidak dapat terlihat, karena itu kita perlu mengatur intonasi suara kita ketika sedang menelpon.

3. Pikirkan apa yang ingin ditulis.

Komunikasi lewat media memungkinkan kita untuk berpikir sedikit lebih lama mengenai apa yang akan kita komunikasikan. Gunakan kesempatan itu untuk mengkomunikasikan hal-hal dengan lebih baik dan menyortir kalimat yang tidak patut. Tidak perlu terburu-buru, orang juga tahu kalau mengetik itu membutuhkan waktu lebih lama daripada bicara langsung. Jangan membiarkan pesan orang tidak dibalas lama, karena itu akan membuat orang bertanya-tanya dan salah paham.

**d. Etika Komunikasi Bermedia**

Menurut Richard J dalam (Karimah dan Wahyudin, 2016:13) bahwa etika mencoba untuk meneliti tingkah laku manusia yang dianggap merupakan cerminan dari apa yang terkandung dalam jiwanya atau dalam hati nuraninya.

Tanpa dilandasi etika, praktik bermedia akan mengarah pada kekacauan. Pada akhirnya, masyarakat yang menanggung kerugian paling besar. Media yang semestinya membantu masyarakat

memahami persoalan sosial politik secara jernih dan obyektif, justru jadi ajang persitegangan dan perseteruan tak berujung (Sudibyo, 2016). Media sosial sebaiknya dapat menjadi wahana untuk mendudukkan proses dialog yang sehat dalam berkomunikasi agar terwujud harmonisasi. Media sosial sejatinya menempatkan proses dialog yang memberikan ruang atas semakin meningkatnya kesejahteraan sebuah komunitas masyarakat sekaligus menjadi platform dalam rangka menciptakan diseminasi gagasan secara rasional dan menyejukkan. Dengan demikian, diperlukan kajian etika komunikasi untuk mencari standar etika apa yang harus digunakan oleh komunikator dan komunikan dalam menilai di antara teknik, isi dan tujuan komunikasi di media sosial.

Fungsi utama media sosial adalah untuk menyampaikan pesan. Karena itu, di dalam penggunaan media sosial selayaknya kita juga menerapkan beberapa standar perilaku etika yang kita ikuti dalam kehidupan sehari-hari. Berikut adalah beberapa etika dalam penggunaan media sosial yang dirangkum dari berbagai sumber :

### **1. Berkomitmen pada etika komunikasi**

Etika merupakan prinsip-prinsip yang diterima untuk mengatur perilaku dalam masyarakat. Tidak semua orang dalam suatu masyarakat sepakat dengan perilaku etis. Karena itu, sebelum mengatakan atau menyampaikan sesuatu kepada orang lain, kita memiliki tanggung jawab untuk memikirkan apa yang akan

disampaikan dan konsekuensinya. Di atas permukaan, kita dengan mudah mengenali berbagai perilaku yang etis, namun memutuskan apa yang etis dalam suatu situasi yang kompleks merupakan tantangan tersendiri.

## **2. Menggunakan media komunikasi secara proporsional**

Dalam dunia kerja, hendaknya kita menggunakan media komunikasi seperti media sosial dan media elektronik lainnya sesuai dengan tujuan dan fungsi. Jangan menggunakan media komunikasi di kantor untuk tujuan pribadi selama jam kerja karena berbagai media komunikasi tersebut ditujukan untuk mempermudah komunikasi di lingkungan pekerjaan. Selain di dunia kerja, kita juga harus menggunakan media komunikasi secara proporsional dalam kehidupan sehari-hari seperti misalnya tidak menggunakan media komunikasi untuk tujuan kejahatan. Penggunaan media komunikasi yang tidak proporsional dapat berujung pada tindak kriminal dan menimbulkan konsekuensi hukum.

## **3. Menggunakan media komunikasi secara produktif**

Media komunikasi yang kita gunakan di dunia kerja seperti media sosial dan media komunikasi elektronik lainnya hendaknya ditujukan untuk menunjang kinerja kita di kantor. Mengetahui dan menggunakan media komunikasi dengan baik, tidak perlu mahir, dapat membuat kita menjadi lebih produktif, karena bagi mereka

yang nyaman menggunakan media komunikasi akan memiliki keuntungan kompetitif di dunia kerja.

#### **4. Berhati-hati dalam menyampaikan informasi**

Kita harus ingat bahwa semua informasi yang kita kirimkan secara elektronik dapat bersifat permanen dan dapat diakses oleh publik bahkan setelah informasi tersebut dihapus. Untuk itu, berpikir dua kali sebelum menyampaikan informasi secara elektronik atau melalui dunia maya. Karena sangat mungkin untuk menemukan pengarang atau pencipta dari informasi yang di *posting* dalam dunia maya.

#### **5. Menghormati privasi orang lain**

Ketika berkomunikasi dengan orang lain melalui internet, maka kita juga perlu mengacu pada etika berkomunikasi di internet. Setiap orang memiliki kepentingan pribadi masing-masing yang tidak bisa kita langgar begitu saja. Ada batasan-batasan yang harus kita pahami dan turuti agar tidak terjadi konflik.

#### **6. Memaafkan kesalahan orang lain**

Bersikap baik ketika memberi respon atau tanggapan terhadap pelanggaran etika yang dilakukan oleh orang lain dan jangan mengatakan apapun mengenai kesalahan-kesalahan yang sifatnya kecil. Dengan begitu kita akan terhindar untuk melakukan kesalahan yang sama dan tidak terpancing memberikan respon yang dapat memantik terjadinya konflik.

## **7. Jangan menyalahgunakan kekuasaan**

Ketika kita memiliki akses ke komputer orang lain, baik di tempat kerja atau di rumah atau dimanapun, maka kita jangan mengambil keuntungan dari akses tersebut. Misalnya menggunakan komputer tanpa membatasi waktu pemakaian karena bisa jadi orang lain juga ingin menggunakan komputer tersebut. Selain itu perlu berhati-hati ketika membuka berkas dalam komputer karena bisa jadi di dalam komputer tersebut tersimpan data yang bersifat rahasia yang tidak boleh diketahui oleh banyak orang.

## **8. Jangan terpancing**

Dalam komunikasi langsung dan tidak langsung atau komunikasi tatap muka dan komunikasi bermedia, kita harus bisa tetap menahan diri ketika orang lain memberikan ekspresi atau respon yang sangat negatif atau memberikan pendapat secara emosional. Sebagai lawan bicara kita jangan terpancing hingga membuat suasana menjadi lebih panas. Karena kalau terpancing maka konflik tidak dapat dihindari.

## **9. Mengirim dan menerima pesan tanpa memberikan penilaian**

Dalam komunikasi tatap muka atau komunikasi bermedia, kedua belah pihak hendaknya menyadari dan mengenal adanya perbedaan nilai dari satu budaya ke budaya yang lain. Dengan menyadari dan mengenal perbedaan nilai maka kita akan cenderung untuk menemukan jalan untuk menciptakan rasa saling percaya



satu sama lain. Ketika rasa percaya mulai tumbuh, maka kita akan lebih berhati-hati saat mengirim dan menerima pesan dari orang lain.

#### **10. Mengirim pesan secara jujur**

Ketika menggunakan media komunikasi untuk menyampaikan pesan sebagaimana fungsi media komunikasi pada umumnya, maka kita harus bisa bersikap jujur. Pesan-pesan yang disampaikan juga harus jujur dengan tetap melihat situasi. Kita juga harus tetap berhati-hati dengan kepribadian yang dimiliki orang lain serta bias-bias budaya.

#### **11. Menunjukkan rasa hormat terhadap adanya perbedaan budaya**

Ketika mengirimkan dan menerima pesan melalui media komunikasi, masing-masing pihak harus memahami dan mengakui kebutuhan orang lain, menghargai serta menghormati orang lain. Masing-masing pihak juga harus menyadari bias budaya sendiri dengan cara belajar untuk mengidentifikasi ketika asumsi yang dibuat berbeda dengan orang lain.

#### **12. Berhati-hati dengan bahasa tubuh dalam komunikasi**

Ketika kita terlibat dalam komunikasi tatap muka, bahasa tubuh dapat memainkan peran sebagai pelengkap pesan atau penguatan pesan yang kita komunikasikan. Bahasa tubuh mengkomunikasikan rasa hormat dan minat. Namun kita harus

pandai dalam menggunakan bahasa tubuh dengan melihat situasi dan pihak yang menjadi lawan bicara. Karena, bahasa tubuh mengandung makna yang berbeda bagi setiap budaya.

### **13. Bersikap sabar**

Ketika kita berkomunikasi dengan orang lain dengan latar belakang budaya yang berbeda secara tatap muka maupun menggunakan media elektronik atau media sosial, maka kita harus bersikap sabar. Tidak semua orang memiliki pola atau gaya komunikasi yang sama dengan kita. Untuk itu, diperlukan waktu dan kesabaran agar terjalin komunikasi yang baik.

### **14. Memperlakukan orang lain secara manusiawi**

Ketika berkomunikasi secara tatap muka maupun bermedia, kita harus tetap memperlakukan orang lain sebagai manusia sebagaimana kita ingin diperlakukan oleh orang lain. Dengan memanusiakan manusia, sejatinya kita juga memanusiakan diri sendiri. Bersikap baik terhadap orang lain sejatinya kita bersikap baik terhadap diri sendiri. Dengan begitu, orang lain juga akan memperlakukan kita dengan cara yang sama.

### **15. Berbagi informasi yang bermanfaat**

Komunikasi adalah pertukaran pesan. Untuk itu, pesan yang kita kirimkan kepada orang lain hendaknya mengandung informasi yang bermanfaat bagi orang lain dan memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan oleh orang lain.

Pada saat melakukan komunikasi dengan memanfaatkan media sosial, biasanya banyak yang cenderung melupakan etika dalam berkomunikasi. Hal ini di buktikan dengan banyaknya kata-kata kasar yang kerap kali muncul pada saat melakukan percakapan melalui jejaring sosial, baik yang sengaja dan tidak sengaja.

Etika Komunikasi dalam menggunakan Media Sosial Komunikasi di media sosial sering dilakukan dengan menggunakan bahasa tidak baku. Salah satu penyebabnya yakni di dunia maya sering tidak jelas siapa lawan komunikasi kita. Sangat sedikit dan hampir tidak pernah ada pengguna media sosial menulis status sesuai dengan Ejaan Yang Disempurnakan (EYD) padahal penulisan yang baku sangat penting dilakukan karena terkait dengan etika dalam berkomunikasi sesama pengguna media sosial.

Media sosial tampil menjadi media baru yang melahirkan berbagai konsekuensi kehidupan. Pada dasarnya, media sosial bukanlah media baru bagi proses interaksi dan komunikasi dalam masyarakat, yang membuat media sosial seakan menjadi media baru yakni saat kita meninjau media sosial masa lalu dan masa kini dari aspek orientasi penggunaan dan aspek kelas sosial penggunanya Media sosial seakan menjadi tempat menumpahkan cerita segala aktivitas, luapan emosi dalam bentuk tulisan atau foto yang tidak jarang mengesampingkan etika yang ada.

Media sosial tidak lagi menjadi media berbagi informasi tapi hanya berbagi sensasi. Jika kemajuan teknologi tidak dibarengi dengan kemajuan dalam berpikir, yang ada kemajuan teknologi tersebut berbanding terbalik dalam hal pola berfikir. Perkembangan teknologi telah membuat pergeseran pemikiran. Etika yang dulu dianggap penting oleh bangsa Indonesia, seakan menjadi tidak penting lagi karena adanya tuntutan zaman. Kemudahan dalam mengakses dan menggunakan media sosial tanpa disadari telah menjebak kita dalam penurunan etika. Dalam kehidupan bersosial di masyarakat, istilah etika dikaitkan dengan moralitas seseorang.

Orang yang tidak memiliki etika yang baik sering disebut tidak bermoral karena tindakan dan perkataan yang diambil tidak melalui pertimbangan baik dan buruk. karena menyangkut pertimbangan akan nilai-nilai baik yang harus dilakukan dan nilai-nilai buruk yang harus dihindari. Tidak adanya filter pertimbangan nilai baik dan buruk merupakan awal dari bencana pemanfaatan media sosial. Etika berkomunikasi dalam implementasinya antara lain dapat diketahui dari komunikasi yang santun.

Hal ini merupakan juga cerminan dari kesantunan kepribadian kita. Komunikasi diibaratkan seperti urat nadi penghubung Kehidupan, sebagai salah satu ekspresi dari karakter, sifat atau tabiat seseorang untuk saling berinteraksi,

mengidentifikasi diri serta bekerja sama. Kita hanya bisa saling mengerti dan memahami apa yang dipikirkan, dirasakan dan dikehendaki orang melalui komunikasi yang diekspresikan dengan menggunakan berbagai saluran, baik verbal maupun non-verbal. Pesan yang ingin disampaikan melalui komunikasi, bisa berdampak positif bisa juga sebaliknya.

Menurut Mursito (2006:23) akan lebih bernilai positif, jika para peserta komunikasi mengetahui dan menguasai teknik berkomunikasi yang baik, dan beretika. Etika berkomunikasi, tidak hanya berkaitan dengan tutur kata yang baik, tetapi juga harus berangkat dari niat tulus yang diekspresikan dari ketenangan, kesabaran dan empati kita dalam berkomunikasi. Bentuk komunikasi yang demikian akan menghasilkan komunikasi dua arah yang bercirikan penghargaan, perhatian dan dukungan secara timbal balik dari pihak-pihak yang berkomunikasi. Komunikasi yang beretika, kini menjadi persoalan penting dalam penyampaian aspirasi. Dalam keseharian eksistensi penyampaian aspirasi masih sering dijumpai sejumlah hal yang mencemaskan dari perilaku komunikasi yang kurang santun.

Etika komunikasi sering terpinggirkan, karena etika berkomunikasi belum membudaya sebagai urat nadi kehidupan bermasyarakat dan bernegara. Adapun Etika komunikasi yang baik dalam media sosial adalah jangan menggunakan kata kasar,

provokatif, porno ataupun sara, jangan memposting artikel atau status yang bohong, jangan copy paste artikel atau gambar yang mempunyai hak cipta, serta memberikan komentar yang relevan.

#### **E. Etika Bermedia Sosial Menurut UU ITE**

Tak hanya pendapat diatas, pengguna dalam menggunakan media sosial dituntut harus cerdas agar tidak tersandung masalah hukum, maka peraturan dalam etika bermedia sosial juga tercantum pada undang-undang No. 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Ada beberapa pasal yang mengatur etika bermedia sosial, yang tercantum pada pasal 27 hingga pasal 30 UU ITE, sebagian berikut :

- a. Pasal 27 :
  1. Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya informasi elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan yang melanggar kesusilaan.
  2. Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau menstransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang memiliki muatan perjudian.
  3. Setiap orang dengan sengaja, dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya

informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang memiliki muatan penghinaan dan/atau pencemaran nama baik.

4. Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang memiliki muatan pemerasan atau pengancaman.

b. Pasal 28 :

1. Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik.
2. Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu dan/atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antar golongan (SARA).

c. Pasal 29 :

1. Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mengirimkan informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang berisi ancaman kekerasan atau menakut-nakuti yang ditujukan secara pribadi.

d. Pasal 30 :

1. Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum mengakses komputer dan/atau sistem elektronik milik orang lain dengan cara apapun.

2. Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak melawan hukum mengakses komputer dan/atau sistem elektronik dengan cara apapun dengan tujuan apapun untuk memperoleh informasi elektronik dan/atau dokumentasi elektronik.

3. Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum mengakses komputer dan/atau sistem elektronik dengan cara apapun melanggar, menerobos, melampaui atau menjebol sistem pengamanan (Yunus, Dkk. 2014).

Maka berdasarkan pasal yang telah dijabarkan peneliti merangkum dan mengembangkan agar dapat menjadi sebuah bahan acuan dengan sebagai berikut :

**a. Konten yang diunggah dan tidak melanggar kesusilaan**

Didalam penggunaan media sosial terutama instagram, menggunakan dikatakan memenuhi standar etika komunikasi bermedia sosial dimana, jika Pengguna diharuskan mengunggah konten yang baik, benar, jujur serta tidak dibenarkan jika konten tersebut bermuat asusila

**b. Konten yang di unggah, Mudah dipahami dan tidak mengandung perjudian**

Didalam penggunaan media sosial terutama *instagram*, menggunakan dikatakan memenuhi standar etika komunikasi bermedia sosial dimana, jika unggahan pengguna mudah dipahami oleh pengikut dan tidak mengandung perjudian.

**c. Konten yang di unggah, melegakan perasaan dan tidak memfitnah**



Didalam penggunaan media sosial terutama instagram, menggunakan dikatakan memenuhi standar etika komunikasi bermedia sosial dimana, jika Pengguna mengunggah konten melegakan perasaan seseorang dan tidak dibenarkan mengandung unsur penghinaan serta mencemarkan nama baik.

**d. Berkata yang lembut dan tidak ada nya unsur pemerasan dan ancaman**

Etika komunikasi di dalam bermedia sosial terutama dalam pengguna *instagram*, menggunakan dikatakan memenuhi standar etika komunikasi bermedia sosial dimana mengunggah konten dengan sikap dan bahasa yang lemah lembut, tidak melontarkan kalimat yang kasar seperti mencaci dan menghina dan menggunakan nada suara yang tinggi dan didalam penggunaan media sosial *instagram* pengguna dilarang mempublish konten yang bermuatan pemerasan dan pengancaman.

**e. Konten yang diunggah tidak vulgar**

Etika komunikasi di dalam bermedia sosial terutama dalam pengguna *instagram*, menggunakan dikatakan memenuhi standar etika komunikasi bermedia sosial dimana pengguna mengunggah konten dengan menggunakan perkataan yang mulia, dibarengi dengan rasa hormat, enak didengar lemah lembut serta bertata krama artinya menghindari kalimat yang vulgar, seperti jijik, muak, ngerih dan sadis serta dilarang untuk menunjukkan rasa kebencian individual yang berdasarkan ras, agama dan antara golongan (SARA).

**f. Konten yang diunggah bermakna, bermanfaat, dan tidak mengandung Hoax**

Etika komunikasi di dalam bermedia sosial terutama dalam pengguna *instagram* menggunakan dikatakan memenuhi standar etika komunikasi bermedia sosial dimana konten yang diunggah mengandung unsur yang positif yang bermakna pembicaraan menimbulkan manfaat dan menimbulkan kebaikan serta dilarang untuk membagikan konten yang berunsur berita hoax atau berita palsu yang mengakibatkan kerugian orang lain.

**g. Tidak membajak**

Etika komunikasi di dalam bermedia sosial terutama dalam pengguna *instagram* menggunakan dikatakan memenuhi standar etika komunikasi bermedia sosial dimana menggunakan tidak dibenarkan untuk membajak dan menerobos informasi milik orang lain.

**3. Instagram**

*Instagram* adalah bentuk komunikasi yang relatif baru di mana pengguna dapat dengan mudah membagikan pembaharuan mereka dengan mengambil foto dan mengutak-atiknya menggunakan filter. *Instagram* merupakan salah satu media sosial populer di dunia, yang memiliki berjuta anggota dari beragam tipe akun media sosial. *Instagram* berasal dari dua kata, yaitu “*Insta*” dan “*Gram*” Arti dari kata pertama diambil dari istilah “Instan” atau serba cepat/mudah. Sedangkan kata “*Gram*” diambil dari “Telegram” yang maknanya

dikaitkan sebagai media pengirim informasi yang sangat cepat. Jadi, *Instagram* mempunyai arti sebagai media untuk membuat foto dan mengirimkannya dalam waktu yang sangat cepat. Tujuan tersebut sangat dimungkinkan oleh teknologi internet yang menjadi basis aktivitas media sosial ini.

*Instagram* mempunyai beberapa fitur yang memudahkan para penggunaannya, beberapa di antaranya yaitu:

1. Fitur *followers* atau pengikut, fitur ini disukai para pengguna *Instagram*. Fitur ini bertujuan untuk mengikuti akun *Instagram* seseorang. Semakin banyak pengikut di *Instagram*, akun tersebut akan semakin populer dan dikenal banyak orang.
  2. Fitur efek untuk foto, mempunyai kegunaan hampir sama dengan aplikasi mengedit foto untuk terlihat lebih bagus.
  3. Fitur bagikan foto, berfungsi untuk membagikan foto-foto dan merupakan fitur utama di *Instagram*.
  4. Fitur *share*, mempunyai kegunaan untuk membagikan foto dari *Instagram* ke media sosial atau jejaring sosial lain seperti *Facebook*, *Twitter*, dll.
  5. Fitur suka foto, untuk menyukai foto di akun *Instagram* milik sendiri maupun di akun *Instagram* lain.
  6. Fitur halaman populer di *Instagram*, untuk mengetahui foto-foto apa saja yang banyak disukai oleh pengguna *Instagram*.
- (Krisnawati, 2016:186).

*Instagram* juga mempunyai syarat dan ketentuan beserta peraturan untuk para pengguna *Instagram*, yaitu (*help.Instagram.com*):

1. Anda harus berumur 13 tahun ke atas atau lebih dari 13 tahun, karena jika belum berumur 13 tahun Anda tidak diperbolehkan mempunyai *Instagram*.
2. Anda tidak boleh menggunakan *Instagram* untuk tindakan yang ilegal dan melanggar undang-undang. Seperti, mengejek pengguna *Instagram* lainnya.
3. Anda tidak boleh membuat akun palsu di *Instagram*.
4. Anda tidak boleh mempunyai DNS (*Domain Name Service*) yang mempunyai kata '*Instagram*'-nya.
5. Anda tidak membagikan kata sandi atau *password* akun *Instagram* Anda kepada teman-teman Anda.
6. Peraturan-peraturan lainnya dapat lihat di *Terms Of Use Instagram*

Merujuk pada hal-hal diatas maka dapat disimpulkan bahwa *instagram* adalah aplikasi yang berguna untuk membuat foto dan mengirimkannya dalam waktu yang sangat cepat.

#### 4. Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau

Universitas Islam Riau merupakan perguruan tinggi tertua di Provinsi Riau, berdiri pada tanggal 4 September 1962 M bertepatan dengan tanggal 23 Dzulqoidah 1382 H, di bawah naungan Yayasan

Lembaga Pendidikan Islam (YLPI) Riau. Diantara tokoh pendiri Universitas Islam Riau Dt. Wan Abdurrahman, Soeman Hasibuan, H. Zaini Kunin, H.A. Malik, H. Bakri Sulaiman, A. Kadir Abbas, dan H. A. Hamid Sulaiman.

Pertama kali Universitas Islam Riau hanya memiliki satu Fakultas saja, yaitu Fakultas Agama dengan 2 (dua) jurusan yaitu Jurusan Hukum dan Jurusan Tarbiyah, dengan Dekan pertama ialah H. A. Kadir Abbas, SH. Terletak di Jalan Prof. Mohd. Yamin, yang terletak di pusat Kota Pekanbaru. Namun pengembangan kampus tidak hanya sampai disini saja, maka Universitas Islam Riau terus mengembangkan pembangunan di bidang fisik di Jalan Kaharuddin Nasution KM 11 Perhentian Marpoyan Pekanbaru<sup>6</sup>.

Saat ini Universitas Islam Riau memiliki jumlah mahasiswa sebanyak 26 ribu orang lebih, 486 dosen yang terdiri atas 11 guru besar, dosen PNS 45 orang, yayasan sebanyak 377 orang, dan kontrak 64 orang. Universitas Islam Riau terdiri dari 42 prodi, 8 prodi berhasil meraih akreditasi A. Situasi ini menempatkan Universitas Islam Riau pada posisi terbaik di LLDKTI wilayah X yang secara keseluruhan tercatat 16 prodi berakreditasi<sup>7</sup>.

Penelitian ini berfokus pada Fakultas Ilmu Komunikasi (FIKOM ) Universitas Islam Riau (UIR) merupakan fakultas ke-

<sup>6</sup><https://faktakampus.com/sekilas-universitas-islam-riau/> di unduh pada tanggal 18 Januari 2020

<sup>7</sup><https://www.gosumbar.com/berita/baca/berumur-56-tahun-uir-berhasil-jadi-universitas-terkemuka-di-indonesia-dan-berada-di-posisi-137-nasional/> di unduh pada tanggal 25 Januari 2019

sembilan di lingkungan UIR. Lahirnya FIKOM UIR karena tingginya minat masyarakat untuk kuliah bidang Ilmu Komunikasi. Perkembangan Prodi Ilmu Komunikasi sendiri di Provinsi Riau masih terbilang baru. Sementara FIKOM UIR yang menaungi satu Prodi, yakni Prodi Ilmu Komunikasi baru berdiri tanggal 29 Juni 2009 berdasarkan SK Direktur Jenderal Departemen Pendidikan Nasional tahun 2009.

Alasan berdirinya Prodi Ilmu Komunikasi FIKOM UIR adalah: Pertama, letak Riau yang sangat strategis, selain mudah dijangkau melalui transportasi darat, laut dan udara, Riau juga memiliki potensi alam yang melimpah. Provinsi Riau juga berada pada posisi di tengah-tengah pulau Sumatera dan berbatasan langsung dengan Negara Malaysia dan Singapore. Hal ini menjadikan provinsi Riau konsentrasi pertumbuhan dunia usaha termasuk di bidang jasa ilmu komunikasi. Kedua, dinamika pertumbuhan teknologi komunikasi, dan industri media massa serta perkembangan bidang Ilmu Komunikasi telah meningkatkan kebutuhan dunia usaha akan Sumber Daya Manusia (SDM) yang menguasai bidang teknologi dan Ilmu Komunikasi. Selain itu, studi melalui ilmu komunikasi memungkinkan terciptanya insan-insan yang mampu menciptakan peluang kerja (berwiraswasta), seperti di bidang *advertising*, *Production House*, dan konsultan *public relations*. Alasan ketiga adalah minat siswa atau masyarakat untuk melanjutkan studi tentang Ilmu Komunikasi sangat tinggi sementara

jumlah perguruan tinggi yang membuka fakultas atau Prodi ilmu komunikasi di Provinsi Riau.

Saat ini Fakultas Ilmu Komunikasi UIR menyelenggarakan 1 (satu) Program Studi Ilmu Komunikasi. Dalam perkembangannya, FIKOM UIR memiliki 4 (empat) bidang konsentrasi yaitu Humas, Media Massa, Periklanan, dan Manajemen Komunikasi. Fakultas Ilmu Komunikasi UIR dituntut untuk selalu meningkatkan kualitas proses pendidikan, penelitian, pengabdian kepada masyarakat dan dakwah keislaman disertai dengan upaya peningkatan relevansinya dalam rangka persaingan global. Di masa yang akan datang, Fakultas Ilmu Komunikasi UIR diharapkan mampu mensejajarkan dirinya dengan Fakultas Ilmu Komunikasi dari universitas terkemuka di Asia Tenggara dalam hal mutu proses pembelajaran dan lulusan, penelitian, pengabdian kepada masyarakat dan dakwah keislaman sehingga dapat mengangkat harkat dan martabat bangsa Indonesia<sup>8</sup>.

##### **5. Mahasiswa Audio Visual FIKOM**

Mahasiswa adalah salah satu unsur dalam proses pendidikan di perguruan tinggi. Dalam teori psikologi perkembangan, mahasiswa merupakan manusia yang berada pada kelompok usia remaja akhir dan dewasa dini (Zaini, 2011: 61). Menurut Santrok 2003 dalam (Antoro, 2020) bahwa Remaja terdiri dari tiga fase yaitu remaja awal (12-15 tahun), remaja tengah (15-18 tahun) dan remaja akhir (18-21 tahun).

<sup>8</sup> <http://comm.uir.ac.id/web/theme/uir/fikom/> (diakses pada tanggal 12 Desember 2021)

santrok juga menjabarkan bahwa rata-rata batasan usia remaja berkisar antara usia 12 hingga 24 tahun. Maka berdasarkan pengelompokan yang ada perlu ditetapkan bahwa mahasiswa yang dimaksud didalam penelitian ini pada fase remaja akhir dengan usia 18-24 Tahun.

Secara kognitif, mahasiswa sudah mampu berfikir abstrak dan menggunakan alasan-alasan yang ilmiah. Sehingga mereka memiliki kemampuan untuk memecahkan masalah yang kompleks termasuk mengembangkan alternatif pemecahan masalah yang mereka hadapi. Apalagi kemampuan mahasiswa untuk melihat dari perspektif yang berbeda juga muncul, sehingga tampak bahwa mereka mampu melihat persoalan secara kritis. Mereka tidak akan memproses informasi serta mengadaptasikannya dengan pemikiran mereka sendiri (Zaini, 2011: 61).

Mahasiswa juga dapat diartikan sebagai individu yang sedang menunt ilmu ditingkat perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta atau lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi. Mahasiswa dinilai memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, kecerdasan dalam berfikir dan kerencanaan dalam bertindak. Berfikir kritis dan bertindak dengan cepat dan tepat merupakan sifat yang cenderung melekat pada diri setiap mahasiswa, yang merupakan prinsip yang saling melengkapi, defenisi diatas merupakan menurut Siswoyo (2007:121) dalam (Nuraini, 2014: 18).

#### **a. Ciri-Ciri Mahasiswa**



Menurut Saputra (2006) dalam (Annisa, 2017: 21) mahasiswa sebagai peserta didik mempunyai ciri-ciri tertentu, antara lain :

1. Rajin, tekun dalam proses belajar.
2. Sebagian waktu tersita dengan belajar baik dikampus, perpustakaan dan rumah.
3. Tampil dengan gaya seorang intelektual baik dari cara bicara, menyampaikan pendapat atau berdebat.
4. Sedikit sulit untuk memasuki kelompok lain diluar kelompok yang memiliki kesamaan prinsip.

#### **b. Peran Mahasiswa**

Mahasiswa sebagai agen perubahan sosial dituntut untuk menunjukkan perannya dalam kehidupan nyata. Ada tiga peranan penting dan mendasar bagi mahasiswa yang intelektual, moral, sosial.

##### 1. Peran Intelektual

Mahasiswa sebagai orang yang intelek, jenius dan jeli harus bisa menjalankan hidupnya secara profesional, sebagai seorang mahasiswa, anak, serta harapan masyarakat.

##### 2. Peran Moral

Mahasiswa sebagai seseorang yang hidup dikampus yang dikenal bebas berekspresi, beraksi, berdiskusi dan berorientasi, harus bisa menunjukkan tingkah laku yang bermoral dalam setiap

tindak tanduknya tanpa terkontaminasi dan terpengaruh oleh kondisi lingkungan.

### 3. Peran Sosial

Mahasiswa sebagai seorang yang membawa perubahan harus selalu bersinergi, berfikir kritis dan bertindak konkret yang terbingkai dengan kerelaan dan keikhlasan untuk menjadi pelopor, menyampai aspirasi dan pelayanan masyarakat, peranan diatas merupakan menurut Sillagan 2011 dalam (Annisa, 2017: 24)

AVF merupakan Unit Kegiatan Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang didirikan pada 27 Juni 2013 (berdasarkan AD/ARTAVF). UKM ini dibentuk dengan nafas kesamaan visi dan misi serta kegemaran anggotanya pada bidang Audio dan Visual. Dalam berkegiatan dan berkaryanya orientasi AVF adalah industri media. Nama “AVF” dicetuskan oleh Harry Setiawan yang merupakan pembina dari UKM ini ketika *brainstorming* dengan tim (sekarang AVF) untuk menyusun AD/ART-nya. Lambang Unit Kegiatan Mahasiswa Audio Visual Fikom adalah fitur berwarna putih yang melambangkan kesetaraan, keadilan dan menyiratkan ketidakberpihakan, netralitas dan independensi, fitur hitam berarti kepercayaan diri yang berorientasi prestasi serta warna abu-abu yang berarti abu-abu menyarankan keamanan, kehandalan, kesederhanaan, kedewasaan yang mana ketiga warna tersebut dikombinasikan

membentuk alat-alat yang melambangkan atau biasa dipakai dalam konsep audio dan visual. Bentuk lambang dapat berubah sesuai visi misi pada target yang akan dicapai dalam kesepakatan bersama, dan tanpa mengurangi esensi dari makna AVF sendiri. Unit Kegiatan Mahasiswa Audio Visual Fikom berasaskan kekeluargaan dan kreatifitas, Prinsip Unit Kegiatan Mahasiswa Audio Visual adalah disiplin dalam produksi karya audio visual. Unit Kegiatan Mahasiswa Audio Visual Fikom bersifat Sosial dan Independent. Unit Kegiatan Mahasiswa Audio Visual Fikom bertujuan untuk memberikan kemampuan praktisi dalam memproduksi audio visual dan membentuk *softskill* dan *hardskill* anggota UKM Audio Visual Fikom. Unit Kegiatan Mahasiswa Audio Visual Fikom berfungsi:

- 1) Mewadahi kegiatan ke Anggotaan yang tergabung dalam Unit Kegiatan Mahasiswa Audio Visual Fikom
- 2) Menjadi sarana pengembangan diri mahasiswa Fikom secara khusus dan Universitas Islam Riau secara umum.
- 3) Memfasilitasi penyaluran potensi mahasiswa Fikom secara khusus dan Universitas Islam Riau secara umum<sup>9</sup>

Maka dapat di pahami Mahasiswa Audio Visual Fikom merupakan individu dengan usia 18-24 Tahun, yang sedang menuntut ilmu ditingkat perguruan tinggi khusus nya Fakultas Ilmu Komunikasi dan juga aktif didalam Unit Kegiatan Mahasiswa Audio Visual Fikom untuk

<sup>9</sup> <https://avfblackteam.wordpress.com/contact/> (diakses pada tanggal 12 Desember 2021)

mengembangkan kemampuan praktisi dalam memproduksi audio visual dan membentuk *softskill* dan *hardskill*.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

**Perpustakaan Universitas Islam Riau**

## B. Defenisi Operasional

### 1. Etika Bermedia Sosial

Etika Bermedia Sosial merupakan Memberikan Informasi Pribadi dan keluarga secara bijak, yaitu seperti mempublikan informasi yang baik dan tidak ada unsur menjelekan nama seseorang maupun keluarga sendiri, Berkomunikasi secara sopan dan santun, yang dimaksud berkomunikasi secara sopan dan santun itu iyalah saat memberikan komentar ataupun saat berinteraksi melalui chat haruslah menggunakan kata-kata yang sesuai dengan etika yang tumbuh di masyarakat tidak berkata kasar maupun buruk, Tidak boleh menyebarkan konten pornografi, karna dapat memberikan dampak buruk kepada penontonya, stiap pengguna media sosial ataupun jejaring sosial haruslah selalu menyebarkan berita yang baik dan bermanfaat agar penikmat berita tidak merasa rugi bahkan sampai terkena dampak yang buruk akibat berita yang tersebar, Sebelum menyebarkan berita pastikan berita yang di sebarakan adalah benar tanpa menjelek-jelekan ras, suku, agama, antrgolongan lainnya, dikarenakan indonesia memiliki keberagaman kita sebagai bangsa indonesia yang baik haruslah menjaga agar berita hoax tidak tersebar yang nantinya akan menjadi perpecahan, Jika ingin membuat suatu opini ataupun suatu tulisan, pastikan fakta dan data itu memang ada. *Think before you write* (Berpikirlah sebelum menulis), karna setiap informan haruslah jujur dalam memberikan informasi yang aktual

tanpa di buat-buat dan yang terjadi, mencegah terjadinya hoax yang nantinya akan menimbulkan perpecahan dan sumber masalah, Menghargai hak cipta dengan menyebutkan sumber, sebelum kita mengutip suatu informasi yang di buat oleh seseorang ada baiknya kita cantumkan nama si pembuat agar tidak terjadi pembajakan, Hindari penggunaan identitas palsu, yang dimaksud identitas palsu adalah identitas yang bukan diri kita sebenarnya, dan bertujuan agar tidak di ketahui orang lain, bisa jadi untuk penipuan. Maka ada baiknya di hidari dan jujur saat memberikan informasi pribadi. Dalam penggunaan media sosial dengan tidak cerdas juga dapat melanggar hukum mengenai UU ITE Pasal 27 ayat 3 tentang pencemaran nama baik di dunia maya.

## 2. *Instagram*

*Instagram* berasal dari dua suku kata yaitu *insta* yang di ambil dari istilah “Instan” dan *Gram* diambil dari “Telegram” yang maknanya dikaitkan sebagai media pengirim informasi yang sangat cepat. Maka *instagram* adalah media aplikasi pengelolaan foto secara instan dan diunggah agar dapat dilihat khalayak ramai.

## 3. Mahasiswa Audio Visual FIKOM

AVF merupakan Unit Kegiatan Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang didirikan pada 27 Juni 2013 (berdasarkan AD/ARTAVF). Kegiatan Mahasiswa Audio Visual adalah disiplin dalam produksi karya audio visual. Mahasiswa Audio

Visual Fikom merupakan individu dengan usia 18-24 Tahun yang sedang menuntut ilmu ditingkat perguruan tinggi khususnya Fakultas Ilmu Komunikasi dan juga aktif didalam Unit Kegiatan Mahasiswa Audio Visual Fikom untuk mengembangkan kemampuan praktisi dalam memproduksi audio visual dan membentuk *softskill* dan *hardskill*.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

### C. Penelitian Terdahulu yang Relevan

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu Yang Relevan**

No	Nama / Universitas / Tahun	Judul	Hasil Penelitian
1	Syafrida Nurrachmi F / UPN Veteran Jatim / 2018	Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial (Studi Etnografi Virtual Terhadap Etika Berkomunikasi Netizen Dalam Menerima Berita dan Informasi Pada Halaman Facebook E100 Radio Suara Surabaya.	Etika berkomunikasi netizen dalam menerima berita dan informasi di halaman facebook E100 Radio Suara Surabaya dengan menggunakan metode penelitian etnografi virtual maka ditemukan lima tipe netizen yaitu (1) tipe peminta informasi, netizen tipe ini tergolong memiliki etika berkomunikasi yang baik dan netral dengan menggunakan kalimat tanya (2) tipe menyampaikan informasi, tipe ini juga tergolong memiliki etika berkomunikasi yang baik dan netral dan bertujuan untuk menjawab pertanyaan dari netizen lain maupun sekedar menyampaikan informasi (3) tipe argumentator yang baik, tipe ini tidak bersifat netral tetapi memiliki etika yang baik dalam menyampaikan opini yang dia anggap benar (4) tipe argumentator yang tidak baik, tipe ini tidak bersifat netral dan senang menyerang netizen yang lain dengan kata-kata yang kasar dan tidak baik sehingga seringkali memancing netizen lain untuk menanggapi komentarnya (5) tipe pengikut yang mudah terpancing, tipe ini akan muncul apabila ada pro kontra dalam merespon berita atau informasi.
2	A. Fikri Amiruddin Ihsani & Novi Febriyanti / Universitas	Etika Komunikasi Sebagai Kontrol Kesalehan Virtual	Bahwa etika komunikasi merupakan seperangkat norma,



	Islam Negeri Sunan Ampel / 2021	dalam Perilaku Bermedia Masyarakat di Era Digital	nilai, atau ukuran tingkah laku yang baik dalam aktivitas komunikasi. Dalam hal ini, etika komunikasi sebagai kontrol kesalahan virtual dalam perilaku bermedia masyarakat di era digital ini dimaksudkan untuk menjamin pada tercapainya sifat-sifat umum akan norma-norma yang dapat diterima dalam kehidupan masyarakat. Selain itu, menjamin pada otonomi individu melalui kemampuan emansipatoris sehingga menghasilkan pembentukan kehendak bersama melalui perbincangan yang rasional. Dengan demikian, etika komunikasi merupakan sebuah upaya untuk mengontrol proses komunikasi agar tercipta stabilitas sosial dalam masyarakat yang plural di era digital.
3	Riwanto.DKK/Universitas Agama Islam Nahdlatul Ulama Tuban/2021	Etika Komunikasi dalam Media Sosial Sesuai Tuntutan Al-Qur'an	Etika dalam Islam tidak jauh berbeda dengan akhlaq yang tidak bisa lepas dari dalam diri manusia. Ilmu akhlak itu sendiri adalah salah satu cabang ilmu yang pengetahuan dalam agama Islam yang disitu ilmu akhlak disinonimkan dengan etika. Oleh dari itu etika berperan sangat penting bagi setiap diri manusia. Dalam etika dan akhlak sama-sama mengkaji tentang baik buruknya tingkah laku seseorang terhadap orang lainnya. Al-Qur'an menyebutkan bahwa komunikasi adalah salah satu fitrah manusia. Dengan komunikasi manusia dapat mengekspresikan dirinya dan membentuk jaringan interaksi untuk berkomunikasi sosial guna mengembangkan

		kepribadiannya. Adapun enam prinsip etika berkomunikasi adalah sebagai berikut: <i>qaulan sadidan, qoulan balighan, qoulan mansyuran, qoulan layyinan, qoulan kariman dan qoulan makrufan.</i>
--	--	---

Berikut merupakan perbandingan penelitian terdahulu dengan peneliti saat ini yaitu terdapat persamaan dan perbedaan dengan sebagai berikut :

1. Perbandingan peneliti dengan penelitian Syafrida Nurrachmi F.2018. UPN Veteran Jatim. Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial (StudiEtnografi Virtual Terhadap Etika Berkomunikasi Netizen DalamMenerima Berita dan Informasi Pada Halaman Facebook E100 Radio Suara Surabaya.

Persamaan antara penelitian Syafrida Nurrachmi F dengan peneliti yaitu sama-sama membahas mengenai etika melalui media sosial dengan metode kualitatif sedangkan perbedaannya penelitian Syafrida Nurrachmi F mengkaji dengan studi etnografi sedangkan peneliti membahas melalui undang-undang ITE.

2. Perbandingan peneliti dengan penelitian A. Fikri Amiruddin Ihsani & Novi Febriyanti.2021. Etika Komunikasi Sebagai Kontrol Kesalehan Virtual dalam Perilaku Bermedia Masyarakat di Era Digital.

Persamaan peneliti dengan penelitian A. Fikri Amiruddin Ihsani & Novi Febriyanti.2021. yaitu sama-sama membahas mengenai etika komunikasi dimedia sosial dengan metode kualitatif sedangkan perbedaannya yaitu penelitian A. Fikri Amiruddin Ihsani & Novi Febriyanti.2021 berdasarkan

perspektif Haryatmoko dan dilengkapi oleh teori tindakan komunikasi Habermas, sedangkan peneliti melalui Undang-undang ITE.

3. Perbandingan peneliti dengan penelitian Riwanto.DKK.2021. Etika Komunikasi dalam Media Sosial Sesuai Tuntutan Al-Qur'an.

Persamaan penelitian Riwanto.DKK. dengan peneliti yaitu sama-sama menggali mengenai etika komunikasi bermedia sosial melalui metode kualitatif sedangkan perbedaannya yaitu penelitian Riwanto.DKK. menerapkan prinsip komunikasi islam didalam nya sedangkan penelitia menerapkan Undang-undang ITE.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2014 : 1). Dan penelitian ini melalui pendekatan deskriptif artinya dimana peneliti menganalisa data yang dikumpulkan dengan berupa kata-kata, gambar dan bukan dengan angka-angka. Data tersebut berupa naskah wawancara, catatan lapangan, foto, *videotape*, dokumentasi pribadi, catatan atau memo dan juga dokumentasi resmi lainnya (Moleong, 2010:11).

#### **B. Subjek dan Objek Penelitian**

##### **1. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian adalah merupakan sumber informasi, sedangkan Moleong dalam (Basrowi&Suwandi, 2008:188) mengemukakan bahwa subjek penelitian merupakan orang dalam pada latar penelitian. Moleong mengatakan menyimpulkan bahwa mereka itu adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian.

Pada penelitian ini pemilihan informan dengan menggunakan teknik purposive, yaitu mencakup orang-orang yang diseleksi atas

dasar kriteria-kriteria yang telah dibuat oleh peneliti. (Kriyantono, 2006: 158) Subjek yang dimaksud didalam penelitian ini adalah Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang aktif didalam Unit Kegiatan Mahasiswa Audio Visual FIKOM, dengan kriteria sebagai berikut :

- 1) Informan merupakan Mahasiswa Ilmu Komunikasi yang berstatus Aktif tertanda dengan mengikuti kegiatan perkuliahan
- 2) Informan merupakan Mahasiswa Ilmu Komunikasi yang tergabung didalam Unit Kegiatan Mahasiswa Audio Visual FIKOM dengan usia 18-24 Tahun
- 3) Informan merupakan Mahasiswa Ilmu Komunikasi yang aktif menggunakan *instagram* sejak dua tahun terakhir dengan rata-rata minimal 1 hari sekali.
- 4) Informan merupakan Mahasiswa Ilmu Komunikasi yang pernah memposting konten di akun *instagram* milik pribadinya.

Maka, berdasarkan *prasurey* yang peneliti lakukan untuk memastikan kesediaan informan dalam memberikan data berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan peneliti menemukan bahwa ada 4 orang mahasiswa Ilmu Komunikasi yang terdaftar didalam unit kegiatan mahasiswa Audio Visual FIKOM aktif menggunakan *instagram* dan sesuai dengan kriteria lainnya yang telah ditetapkan yaitu atas nama Febri Yolanda, Naulita Sandra, Shinta Febryna, Tedi Kurniawan.

## 2. Objek Penelitian

didalam penelitian ini adalah “Analisis Etika Bermedia Sosial Dalam Pemanfaatan *Instagram* Oleh Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau (Studi Mahasiswa Audio Visual Fikom)”.

## C. Lokasi dan Waktu Penelitian

### 1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana penelitian itu dilakukan, tetapi karena penelitian ini dilakukan secara online melalui aplikasi media sosial *instagram* maka lokasi penelitian tidak tetap.

### 2. Waktu Penelitian

**Tabel 3.1**  
**Rencana Waktu Penelitian**

No	Jenis Kegiatan	2021									2022									K e t						
		Bulan dan Minggu Ke																								
		Nov			Des			Jan			feb			mar			aprl				mei			jun		
2	3	4	1	2	3	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	1	3	4	3	4	1	2	3			
1	Penyusunan Proposal dan Bimbingan	x	x	x	x	x	x	x																		
2	Seminar Proposal							x																		
3	Revisi								x	x	x	x														
4	Riset Lapangan													x	x	x										
5	Konsultasi Bimbingan Skripsi																x	x								
6	Ujian Komprehensip																		x							
7	Revisi																		x	x						
8	Pengesahan Skripsi																						x			
9	Penggandaan Serta Penyerahan Skripsi																							x		

## D. Sumber Data

### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan. Data primer dalam penelitian ini berasal dari hasil wawancara dan pengamatan peneliti melalui postingan informan pada akun *instagram* pribadinya.

### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder. Data sekunder didapatkan melalui dokumentasi postingan *instagram* dari informan yang telah peneliti pilih. (Kriyantono, 2006:41)

## E. Teknik Pengumpulan Data

Ada tiga cara peneliti lakukan dalam pengumpulan data untuk menunjang penelitian ini, yaitu :

### 1. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam adalah suatu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang digali dari sumber data langsung melalui percakapan atau tanya jawab (Satori&Komariah, 2014:130) pada penelitian ini wawancara dilakukan kepada 5 informan karena 5 informan itulah yang bersedia dan memenuhi kriteria yang telah peneliti tetapkan. Pada penelitian ini wawancara dilakukan secara tatap muka, melalui telephone dan juga chatting whatsapp jika adanya hambatan untuk bertemu secara langsung.

## 2. Observasi

Alwasilah C. dalam (Satori&Komariah,2014:104-107) menyatakan bahwa, observasi adalah penelitian atau pengamatan sistematis dan terencana yang diniati untuk memperoleh data yang dikontrol validitas dan reliabilitasnya. Observasi digunakan dalam teknik kualitatif karena suatu objek hanya dapat diungkap datanya apabila peneliti menyaksikan langsung. Karena objek yang diamati dalam dunia virtual maka pengamatan yang dilakukan bersifat online, dengan langkah sebagai berikut :

- a. Peneliti mengikuti akun instagram informan yang telah memenuhi kriteria
- b. Peneliti mengamati segala kegiatan yang dilakukan informan secara online dimedia sosial instagram nya
- c. Peneliti mulai berinteraksi dengan informan
- d. Dan peneliti melakukan tangkap layar segala postingan yang dilakukan oleh informan dengan rentang waktu satu bulan.
- e. Setelah mengamati secara online aka peneliti melakukan pengamatan langsung dengan berinteraksi secara tatap muka dengan informan.

## 3. Dokumentasi

Menurut (Satori&Komariah, 2014: 149) Dokumentasi yaitu mengumpulkan dokumen dan data-data yang diperlukan dalam permasalahan penelitian lalu ditelah secara intens sehingga dapat



mendukung dan menambah kepercayaan dan pembuktian suatu kejadian. Maka peneliti mendokumentasikan segala postingan dalam satu bulan di akun instagram pribadi informan.

#### **F. Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data**

Teknik pemeriksaan keabsahan data yang dilakukan dalam penelitian bertujuan agar hasil dari suatu penelitian dapat dipertanggung jawabkan dari segala segi. Teknik pemeriksa keabsahan data yang relevan dalam penelitian yaitu:

##### **1. Perpanjangan Keikutsertaan**

Keikutsertaan peneliti sangat menentukan dalam pengumpulan data. Teknik ini memungkinkan peningkatan derajat kepercayaan data yang dikumpulkan dan dapat menguji ketidakbenaran informasi oleh distorsi, baik yang berasal dari diri sendiri maupun dari informan dan juga untuk membangun kepercayaan subjek. Maka dari itu penting sekali perpanjangan keikutsertaan peneliti agar berorientasi dengan situasi (Ghony & Almanshur, 2016:320).

Untuk mengetahui informasi yang diperoleh dapat dipercaya atau tidak, maka informan mengikuti dan mengamati segala tindakan yang dilakukan informan secara nyata khususnya melihat saat informan berinteraksi untuk mengetahui etika berinteraksi yang diterapkan didalam diri informan.

## G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lainnya, sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkan kedalam unit-unit melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain. didalam penelitian ini teknik analisis data yang peneliti terapkan adalah menggunakan analisis Miles and Huberman yang melalui tahapan-tahapan :

- a) Reduksi data dimana data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti yang telah dikemukakan semakin lama peneliti dilapangan maka jumlah data yang diperoleh akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu peneliti perlu segera melakukan analisis data dengan menggunakan reduksi data. Perlu dipahami bahwa mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Maka data yang peneliti dapat dilapangan setelah dilakukan reduksi data dengan demikian akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya apabila diperlukan.
- b) Penyajian Data, setelah data telah direduksi maka langkah selanjutnya adalah mendisplay data. Dalam hal ini menurut Miles and Huberman

yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

- c) *Conclusion Drawing / Verification*, Melakukan analisis data menurut Miles and Huberman adalah didalam penelitian kualitatif kesimpulan yang disusun dapat menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan sejak awal (Sugiyono, 2014:92-99).



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Lokasi Penelitian

Universitas Islam Riau adalah perguruan tinggi tertua di Provinsi Riau yang berdiri pada tanggal 4 September 1962 bertepatan dengan 23 Zulkaidah 1382 H, dibawah Yayasan Lembaga Pendidikan Islam (YLPI) Riau. Adapun tokoh-tokoh pendiri Universitas Islam Riau yaitu; (1) Dt. Wan Abdurahman, (2) Soeman Hasibuan, (3) H. Zaini Kunin, (3) H. A. Malik, (4) H. Bakri Sulaiman, (5) H.A. Kadir Abbas, S.H, dan (5) H.A. hamid Sulaiman. Pertama kali Universitas Islam Riau hanya ada satu fakulas saja, yaitu Fakultas Agama dengan dua Jurusan yaitu jurusan Hukum dan Tarbiyah, dengan Dekan Pertama H.A. Kadir Abbas, S.H. Terletak di Pusat Kota Pekanbaru Jalan Prof. Mohd. Yamin, S.H, bangunan gedung Tingkat dua. Namun pembangunan kampus tidak sampi disisni saja, maka UIR terus mengembangkan pembangunan dibidang fisik di lokasi kedua Jalah Kaharuddin Nasutin KM 11 Perhentian Marpoyan.

Pembangunan gedung yang saat ini sudah berdiri yaitu; (1) Gedung Fakultas Hukum tiga lantai, (2) Gedung Fakultas Agama Islam dua lantai, (3) Gedung Fakultas Pertanian dengan dua lantai, (4) Gedung Fakultas Ekonomi dengan dua lantai, (5) Gedung FKIP dengan tiga lantai, (6) Gedung Fisipol dengan tiga lantai, (7) Gedung Fakultas Psikologi empat lantai, (8) Gedung Fakultas Ilmu Komunikasi tiga lantai, (9) Bangunan Mesjid Kampus, (10) Bangunan Gedung Perpustakaan 4 lantai, (11) Bangunan Gedung kafeteria,

(12) Bangunan Mushalla, (13) Bangunan Garase kendaraan UIR, (14) Bangunan Komplek perumahan Karyawan dan Dosen UIR, (15) Bangunan Gedung Pusat Kegiatan Mahasiswa, (16) Bangunan Gedung laboratorium, (17) Bangunan Gedung olahraga tennis, (18) Lapangan Bola Kaki, dan (19) Gedung Rusunawa.

#### **b. Visi Misi dan Tujuan**

##### **Visi Universitas Islam Riau**

“Menjadi Universitas Islam Unggul dan Terkemuka di Asia Tenggara pada tahun 2020”.

##### **Misi Universitas Islam Riau**

1. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran yang berkualitas.
2. menyelenggarakan penelitian yang kreatif dan inovatif untuk memperkaya kahasah ilmu pengetahuan dan menciptakan inovasi baru.
3. Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat sebagai tanggungjawab sosial kemasyarakatan.
4. Menyelenggarakan dakwah islamiah dan pengintegrasian keislaman dan ilmu pengetahuan.
5. Menyelenggarakan manajemen Universitas yang bersih dan transparan.
6. Membangun kemitraan yang saling menguntungkan dengan perguruan tinggi, industri, masyarakat dan pemerintah, baik lokal, nasional maupun internasional.

## Tujuan Universitas Islam Riau

1. Menghasilkan lulusan yang berdaya saing, berkarakter, bermoral, beretika dan berakhlak serta berintegritas tinggi sesuai dengan tuntutan masyarakat lokal, nasional dan Internasional.
2. Menghasilkan inovasi sebagai landasan dalam penyelenggaraan pendidikan serta pengembangan, dan penyebarluasan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni (IPTEKS), untuk mendukung pembangunan daerah, nasional dan internasional;
3. Menghasilkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang mampu mendorong potensi SDM dan SDA dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan, terutama dalam mengembangkan pola ilmiah pokok, yakni pembangunan wilayah pedesaan;
4. Menghasilkan masyarakat madani berlandaskan nilai-nilai keislaman;
5. Terwujudnya pengelolaan Universitas Islam Riau yang terencana, produktif, efektif, efisien dan akuntabel;
6. Meningkatkan kualitas penyelenggaraan pendidikan, penelitian, pengabdian kepada masyarakat dan dakwah islamiyah serta memperkuat daya saing Universitas Islam Riau di Asia Tenggara<sup>10</sup>.

---

<sup>10</sup> <https://uir.ac.id/sejarah/> di unduh pada tanggal 2 Juli 2020

## AVF FIKOM UIR

AVF merupakan Unit Kegiatan Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang didirikan pada 27 Juni 2013 (berdasarkan AD/ARTAVF). UKM ini dibentuk dengan nafas kesamaan visi dan misi serta kegemaran anggotanya pada bidang Audio dan Visual. Dalam berkegiatan dan berkaryanya orientasi AVF adalah industri media. Nama “AVF” dicetuskan oleh Harry Setiawan yang merupakan pembina dari UKM ini ketika *brainstorming* dengan tim (sekarang AVF) untuk menyusun AD/ART-nya. Lambang Unit Kegiatan Mahasiswa Audio Visual Fikom adalah fitur berwarna putih yang melambangkan kesetaraan, keadilan dan menyiratkan ketidakberpihakan, netralitas dan independensi, fitur hitam berarti kepercayaan diri yang berorientasi prestasi serta warna abu-abu yang berarti abu-abu menyarankan keamanan, kehandalan, kesederhanaan, kedewasaan yang mana ketiga warna tersebut dikombinasikan membentuk alat-alat yang melambangkan atau biasa dipakai dalam konsep audio dan visual. Bentuk lambang dapat berubah sesuai visi misi pada target yang akan dicapai dalam kesepakatan bersama, dan tanpa mengurangi esensi dari makna AVF sendiri. Unit Kegiatan Mahasiswa Audio Visual Fikom berasaskan kekeluargaan dan kreatifitas, Prinsip Unit Kegiatan Mahasiswa Audio Visual adalah disiplin dalam produksi karya audio visual. Unit Kegiatan Mahasiswa Audio Visual Fikom bersifat Sosial dan Independent. Unit Kegiatan Mahasiswa Audio Visual Fikom bertujuan untuk memberikan kemampuan praktisi dalam

memproduksi audio visual dan membentuk *softskill* dan *hardskill* anggota UKM Audio Visual Fikom. Unit Kegiatan Mahasiswa Audio Visual Fikom berfungsi:

- 1) Mewadahi kegiatan ke Anggotaaan yang tergabung dalam Unit Kegiatan Mahasiswa Audio Visual Fikom
- 2) Menjadi sarana pengembangan diri mahasiswa Fikom secara khusus dan Universitas Islam Riau secara umum.
- 3) Memfasilitasi penyaluran potensi mahasiswa Fikom secara khusus dan Universitas Islam Riau secara umum<sup>11</sup>

## B. Hasil Penelitian

### 1. Hasil Wawancara

Pada sub bab ini peneliti akan menjabarkan hasil dari tanya jawab yang peneliti lakukan, sebelum nya peneliti akan menjabarkan segala hal yang berkaitan dengan biodata informan sebagai berikut :

- a) Nama : Febri Yolanda  
Usia : 23 Tahun  
Alamat : Jl. Aur Kuning  
Instagram : @Febriyolanda11
- b) Nama : Tedi Kurniawan  
Usia : 22 Tahun  
Alamat : Jl. Raya Teratak Buluh  
Instagram : @tedkuniawan\_ @tempatsampahtedi
- c) Nama : Shinta Febryna  
Usia : 22 Tahun  
Alamat : Pekanbaru  
Instagram : @shineatnihs

<sup>11</sup> <https://avfblackteam.wordpress.com/contact/> (diakses pada tanggal 12 Desember 2021)



- d) Nama : Naulita Sandra  
 Usia : 22 Tahun  
 Alamat : Kubang  
 Instagram : @nauta\_yuji

Berdasarkan dari identitas yang telah peneliti terterakan, selanjutnya peneliti akan melampirkan segala hal yang peneliti dapat dari proses tanya jawab, untuk melihat etika komunikasi dalam bermedia sosial *instagram* oleh mahasiswa AVF ada beberapa hal yang dilihat sebagai berikut :

#### 1) Aspek kesusilaan

Didalam penggunaan media sosial terutama instagram, penggunaan dikatakan memenuhi standar etika komunikasi bermedia sosial dimana, jika Pengguna diharuskan mengunggah konten yang baik, benar, jujur serta tidak dibenarkan jika konten tersebut bermuat asusila, berdasarkan poin ini peneliti akan bertanya kepada informan pertama yaitu Febri Yolanda, dan ia menjawab sebagai berikut :

“etika bermedia sosial instgaram itu sama dengan bagaimana ketentuan dan bijak nya kita dalam menggunakan media sosial instagram hal ini didasari dari konten yang dibagikan jangan sampai memberikan pengaruh buruk dan sebaliknya kita juga jangan sampai terpengaruh dalam konten media sosial instagram juga, kalau setau aku etika media sosial yang tertera di UU ITE itu ya asalkan kita jangan mencemarkan nama baik ya kayak, kayak fitnah dan merugikan orang lain lah biasa nya itu kalau melalui undang-undang ITE, saya tidak pernah mengunggah konten yang melanggar kesusilaan karena saya memahami yang saya sampaikan tadi bahwa semua ada aturan nya” (Wawancara tanggal 21 Maret 2021)

Selanjutnya pertanyaan diatas juga peneliti kembali mempertanyakan dengan Tedi Kurniawan dan ia menjawab sebagai berikut :

“Menurut pemahaman saya etika bermedia sosial itu begitu penting kita miliki, karena ada aturan didalam nya sebagai panduan kita bermedia dimana kita harus mengunggah informasi yang valid, membagikan konten

yang bermanfaat, dengan kalimat yang layak untuk dikonsumsi publik dan tidak menjatuhkan pihak manapun, sejauh ini saya tidak pernah mengunggah konten yang berhubungan tindak asusila dalam memanfaatkan media sosial kan kita harus lebih cerdas sebagai pengguna, sekarang kan emang lagi era gempuran orang-orang yang penting viral entar jadi selebgram banyak lah cara yang lebih etis kalau untuk terkenal” (Wawancara pada tanggal 21 Maret 2022)

Tak hanya jawaban diatas tetapi Shinta Febrina juga memberikan jawaban yang ia sampaikan sebagai berikut :

“UU ITE itu menurut saya, itu hal dasar yang harus dimiliki oleh pengguna karena hal itu menjadi patokan kita sebagai pengguna memanfaatkan media sosial instagram dengan tepat atau tidak sehingga kita mampu menyaring apa saja yang layak kita bagikan, saya tidak pernah mengunggah hal-hal yang berkaitan dengan pelanggaran asusila karena saya tau semua sudah diatur didalam Undang-Undang nanti kalau sudah kena sanksi terus nangis, mending lurus-lurus aja memang resiko nya ya gak terkenal tapi kan gak semua orang tujuan main instagram itu untuk terkenal kadang untuk senang-senang aja” (wawancara pada tanggal 20 Maret 2022)

Hal diatas juga diperkuat oleh Naulitha Sandra Sitompul, yang menjawab sebagai berikut :

“Menurut pengetahuan saya etika bermedia sosial adalah cara kita berperilaku saat kita bermedia sosial, sebagai pedoman atau acuan kita baik itu saat kita berkomentar atau saat kita mengunggah di akun pribadi kita, tentu semua itu ada etika nya ya jangan berhubungan dengan SARA atau pun hoax, dengan adanya UU ITE kita itu memakai media sosial ada acuan benar salah, kita dalam memanfaatkan media sosial instagram dengan kita berpedoman UU ITE akun media sosial instagram kita layak untuk di akses, lagian kalau di Instagram itu gak bisa juga kita unggah pornografi atau pelanggaran sejenisnya lah karena ada spam nya kalau kita ngeliat terus gak suka kan bisa spam tu nah nanti postingan itu bisa hilang ya instagram nya sendiri yang mengtake down kan tidak asal-asalan semua sudah ada aturan nya UU ITE itu dibuat agar ada batasan, oh saya tidak pernah mengunggah konten yang berkaitan pelanggaran asusila, pelecehan dan semacam nya” (Wawancara pada tanggal 23 Maret 2022)

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti dapatkan peneliti mengetahui bahwa UU ITE dipahami sebagai pedoman dalam memanfaatkan media sosial *Instagram*, berkaitan dengan poin keasusilaan,

keempat informan bersepakat tidak pernah mengunggah konten yang berkaitan dengan hal tersebut.

## 2) Aspek Perjudian

Didalam penggunaan media sosial terutama *instagram*, menggunakan dikatakan memenuhi standar etika komunikasi bermedia sosial dimana, jika unggahan pengguna mudah dipahami oleh pengikut dan tidak mengandung perjudian, berdasarkan poin ini peneliti akan bertanya kepada informan pertama yaitu Febri Yolanda, dan ia menjawab sebagai berikut :

“kalau kegiatan yang diunggah itu ya biasanya ya kegiatan pribadi, makanan, kegiatan kampus, kegiatan-kegiatan organisasi biasanya, saya tidak pernah mengunggah konten yang bentuknya mempromosikan perjudian ya mau ngapain kan saya seperti itu, apapun bentuknya baik yang high domino yang trend sekarang, trading legal atau ilegal saya tidak pernah menyentuh keranah sana” (Wawancara tanggal 21 Maret 2021)

Selanjutnya pertanyaan diatas juga peneliti kembali mempertanyakan dengan Tedi Kurniawan dan ia menjawab sebagai berikut :

“konten-konten yang saya unggah berkaitan dengan kegiatan keseharian saya, lagi kumpul sama temen, posting dengan kumpul keluarga dan karya-karya desain grafis sebagai portofolio saya, berkaitan dengan itu saya tidak pernah mengunggah konten judi online tetapi saya pernah melihat iklan tersebut diakun milik orang lain, ya memang gak mau kan sama aja mempromosikan dan semua itu kan sudah ada aturannya” (Wawancara tanggal 21 Maret 2021)

Tak hanya jawaban diatas tetapi Shinta Febryna juga memberikan jawaban yang ia sampaikan sebagai berikut :

“saya pribadi sering merepost postingan orang lain seperti akun folkative, akun narasi yang berisi kalimat-kalimat bijak sehingga hal tersebut dapat menjadi penguat untuk saya, untuk followers saya juga dan saya tidak suka membagikan hal-hal pribadi cukup saya jadikan sebagai

koleksi saya sendiri kalau membagikan pun saya unggah ke close friend, sejauh ini saya tidak pernah mengunggah hal-hal tersebut, karena saya tau itu dapat merugikan orang lain, dan pasti juga dapat di tindak pidana karena melanggar UU ITE jadi saya mengunggah konten tersebut sewajarnya aja” (wawancara pada tanggal 20 Maret 2022)

Hal diatas juga diperkuat oleh Naulitha Sandra Sitompul, yang menjawab sebagai berikut :

“konten yang saya unggah itu random sih, kebetulan saya suka KPOP ya yang saya unggah itu KPOP terus hal-hal yang harus saya share seperti mental health awarness, woman in power kayak postingan feminis gitu loh menurut saya postingan seperti itu haruslah saya unggah ulang jika saya melihat nya karena ada ilmu nya ya tidak patriarki seperti itu selain sih unggahan pribadi seperti unggahan foto atau video bersama temen-temen saya, oh sejauh ini saya tidak pernah mengunggah konten yang mengandung unsur perjudian ya karena memanfaatkan media sosial itu udah ada ketentuan dan kebijakannya masing-masing lagian kalau saya berbuat hal yang tidak layak mempromosikan perjudian apalagi saya buka basic dari sana juga, selain malu yang saya dapat akun saya juga bisa saja di hilangkan dengan pemilik aplikasi” (Wawancara pada tanggal 23 Maret 2022)

Berdasarkan dari jawaban diatas peneliti mengetahui bahwa keempat informan bersepakat dalam memanfaatkan media sosial instagram mereka cenderung membagikan aktivitas pribadi yang terdiri dari foto diri, hobi, membagikan quotes dan keempat informan juga bersepakat bahwa mereka tidak mengunggah konten yang berkaitan dengan judi online.

### 3) Aspek Penyebar Fitnah

Didalam penggunaan media sosial terutama instagram, penggunaan dikatakan memenuhi standar etika komunikasi bermedia sosial dimana, jika Pengguna mengunggah konten melegakan perasaan seseorang dan tidak dibenarkan mengandung unsur penghinaan serta mencemarkan nama baik, Berdasarkan poin ini peneliti akan bertanya

kepada informan pertama yaitu Febri Yolanda, dan ia menjawab sebagai berikut :

“kalau untuk menghina, mencaci itu sih gak ada tapi kalau ada postingan yang orang unggah misalnya tentang pemerkosaan, pencurian, itu sih aku repost terus aku komen gitu pakai kalimat kesal mungkin abang pernah baca lah ya dari postingan postingan aku ya itu memang realnya karena emang kesal aja kenapa jahat kayak gitu, ya kalau aku komitmen untuk main medsos tidak ingin merugikan orang lain” (Wawancara tanggal 21 Maret 2021)

Selanjutnya pertanyaan diatas juga peneliti kembali mempertanyakan dengan Tedi Kurniawan dan ia menjawab sebagai berikut :

“saya tidak pernah mengunggah konten yang berkaitan dengan memfitnah, mencaci dan negatif lainnya karena instagram saya saling follow dengan keluarga, teman dan relasi saya maka dari itu saya tidak ingin membangun image negatif dalam memanfaatkan media sosial instagram saya” (Wawancara tanggal 21 Maret 2021)

Tak hanya jawaban diatas tetapi Shinta Febryna juga memberikan jawaban yang ia sampaikan sebagai berikut :

“sejauh ini saya tidak pernah mengunggah hal-hal tersebut, karena saya tau itu dapat merugikan orang lain, dan pasti juga dapat di tindak pidana karena melanggar UU ITE jadi saya mengunggah konten tersebut sewajarnya aja” (wawancara pada tanggal 20 Maret 2022)

Hal diatas juga diperkuat oleh Naulitha Sandra Sitompul, yang menjawab sebagai berikut :

“oh sejauh ini saya tidak pernah ya karena memanfaatkan media sosial itu udah ada ketentuan dan kebijakannya masing-masing lagian kalau saya maki-maki orang dimedsos saya selain malu yang saya dapat akun saya juga bisa saja di hilangkan dengan pemilik aplikasi” (Wawancara pada tanggal 23 Maret 2022)

Berdasarkan hasil wawancara diatas peneliti mengetahui bahwa dari keempat informan bersepakat bahwa mereka tidak pernah melakukan

penyebaran fitnah dalam bentuk apapun di media sosial instagram miliknya

#### 4) Tindak Pidana Pemerasan dan Ancaman

Etika komunikasi di dalam bermedia sosial terutama dalam pengguna *instagram*, penggunaan dikatakan memenuhi standar etika komunikasi bermedia sosial dimana mengunggah konten dengan sikap dan bahasa yang lemah lembut, tidak melontarkan kalimat yang kasar seperti mencaci dan menghina dan menggunakan nada suara yang tinggi dan didalam penggunaan media sosial *instagram* pengguna dilarang mempublish konten yang bermuatan pemerasan dan pengancaman, Berdasarkan poin ini peneliti akan bertanya kepada informan pertama yaitu Febri Yolanda, dan ia menjawab sebagai berikut :

“sejauh ini aku tidak pernah mengunggah konten yang berkaitan dengan pemerasan dan ancaman, karena saya memang senang mengunggah konten yang berkaitan dengan aktivitas diri saja, dan memang beberapa kali saya ada mengunggah konten mengomentari kasus yang ada tapi kalau untuk pemerasan dan ancaman sih tidak pernah” (Wawancara tanggal 21 Maret 2021)

Selanjutnya pertanyaan diatas juga peneliti kembali mempertanyakan dengan Tedi Kurniawan dan ia menjawab sebagai berikut :

“kalau konten yang barbau pemerasan dan mengancam orang gak pernah lah pasti lah semua orang punya konflik tapi gak semua orang mau publis masalah nya di medsos apalagi kalau di organisasi perbedaan pendapat itu sering terjadi gak mungkin kan kalau kita gak suka sama pendapat orang langsung bilang aku bunuh ya terus tag instagram nya, kita juga bukan anak-anak lagi justru dengan masuk organisasi itu disini kita belajar kalau perbedaan pendapat itu memang selalu ada bisa jadi orang ambil pendapat kita hari ini, atau dimasa yang akan datang pendapat teman kita yang diambil” (Wawancara tanggal 21 Maret 2021)

Tak hanya jawaban diatas tetapi Shinta Febrina juga memberikan jawaban yang ia sampaikan sebagai berikut :

“tidak pernah, saya tidak pernah mengunggah konten yang berkaitan dengan memeras orang atau mengancam sebagainya ya yang saya bilang tadi konten saya tidak cenderung **kenegatif** kalau menurut saya banyak lah cara yang cerdas untuk mengungkapkan rasa tidak suka, marah dalam berteman pun kita harus saling menghargai” (wawancara pada tanggal 20 Maret 2022)

Hal diatas juga diperkuat oleh Naulitha Sandra Sitompul, yang menjawab sebagai berikut :

“saya tidak pernah mengunggah konten yang berkaitan dengan pemerasan apalagi pengancaman dengan orang lain memang karena tidak mau aja kan sudah ada aturan nya kalau kita **kenal** sama yang bersangkutan misalnya kita bisa kan chat langsung japri gitu gak harus diumbar-umbar di medsos” (Wawancara pada tanggal 23 Maret 2022)

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan peneliti mengetahui bahwa keempat informan bersepakat tidak menyebarkan konten yang berkaitan dengan pemerasan dan ancaman, jika adanya kekesalan mereka memilih untuk berdiskusi.

##### **5) Konten Vulgar**

Etika komunikasi di dalam bermedia sosial terutama dalam pengguna *instagram*, penggunaan dikatakan memenuhi standar etika komunikasi bermedia sosial dimana pengguna mengunggah konten dengan menggunakan perkataan yang mulia, dibarengi dengan rasa hormat, enak didengar lemah lembut serta bertata krama artinya menghindari kalimat yang vulgar, seperti jijik, muak, ngerih dan sadis serta dilarang untuk menunjukkan rasa kebencian individual yang berdasarkan ras, agama dan antara golongan (SARA), berdasarkan poin ini peneliti akan bertanya

kepada informan pertama yaitu Febri Yolanda, dan ia menjawab sebagai berikut :

“mungkin adalah ya ada kalimat aku yang gak sopan, tergantung pembaca sebenarnya aku tu cenderung emosi terus komen kalau perempuannya jadi korban kayak pelaku pemerkosaan itu herry wirawan kan kasar ya aku buat story disitu ? anggap aja sebagai sanksi sosial untuk dia toh masyarakat juga banyak yang hujat dia lebih lagi kalimatnya, gak ada sih rasa nyesal biasa aja memang aku gak suka kok kalau kita mau bahas soal berbeda pandangan atau rasa kemanusiaan ya dia aja gak ada kan rasa kemanusiaannya dan merugikan orang lain juga” (Wawancara tanggal 21 Maret 2021)

Selanjutnya pertanyaan diatas juga peneliti kembali mempertanyakan dengan Tedi Kurniawan dan ia menjawab sebagai berikut :

“kalau saya gak pernah mengunggah konten yang berkaitan adanya unsur caci makian gitu, banyak lah kan kalimat bijak yang bisa menyadarkan saya tu memahami kalau apapun yang kita ketik itu menunjukkan kualitas diri kita” (Wawancara tanggal 21 Maret 2021)

Tak hanya jawaban diatas tetapi Shinta Febrina juga memberikan jawaban yang ia sampaikan sebagai berikut :

“gak pernah, memang postingan nya yang bagus-bagus aja kalimat yang diposting kan memang ada ketentuannya sudah ada peraturannya kalau saya sih gak pernah gak memilih media sosial instagram sebagai meluapkan emosi saya karena kalau dimedia sosial itukan cuma maya ya mau sampai mana sih kalau kita kejar dunia nyata aja gak boleh terlalu kita kejar ya harus sabar lah” (wawancara pada tanggal 20 Maret 2022)

Hal diatas juga diperkuat oleh Naulitha Sandra Sitompul, yang menjawab sebagai berikut :

“saya itu begitu memperhatikan apapun yang saya posting terutama kalimat yang saya utarakan diakun media sosial saya, saya selalu mempertimbangkan siapa saja yang melihat akun saya seperti ada nya dosen, keluarga saya makanya saya gak ingin menampilkan sisi saya yang gak baik di instagram karena yang melihat itu banyak” (Wawancara pada tanggal 23 Maret 2022)



Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan peneliti mengetahui bahwa dari keempat informan tersebut ada satu informan yang masih menggunakan kalimat vulgar hal ini dikarenakan ia menganggap bahwa media sosial instagramnya sebagai wadah penyaluran emosi dan ketiga informan lainnya bersepakat bahwa mereka tidak menggunakan kalimat vulgar dalam memanfaatkan media sosial instagramnya.

#### 6) Aspek Hoax

Etika komunikasi di dalam bermedia sosial terutama dalam pengguna *instagram* penggunaan dikatakan memenuhi standar etika komunikasi bermedia sosial dimana konten yang diunggah mengandung unsur yang positif yang bermakna pembicaraan menimbulkan manfaat dan menimbulkan kebaikan serta dilarang untuk membagikan konten yang berunsur berita hoax atau berita palsu yang mengakibatkan kerugian orang lain, Berdasarkan poin ini peneliti akan bertanya kepada informan pertama yaitu Febri Yolanda, dan ia menjawab sebagai berikut :

“penyebaran hoax itu gak pernah, karena setiap aku mau unggah informasi ni didalam akun instagram aku pasti aku tu harus tau sumber kredibel nya dari mana, karena kalau aku nyebarin hoax sama aja aku ngerugiin diri aku sendiri dan keliatan bodoh juga kan ibaratnya ngikuti arus viral aja ya harus ditelusuri dong, kalau kita memilih untuk memanfaatkan instagram berarti harus siap juga dengan tanggung jawab kita sebagai pengguna minimal jgn kayak gak punya pendirian gitu ikut ikutan aja yang penting keliatan aktif” (Wawancara tanggal 21 Maret 2021)

Selanjutnya pertanyaan diatas juga peneliti kembali mempertanyakan dengan Tedi Kurniawan dan ia menjawab sebagai berikut :

“saya tidak pernah menggugah konten pencemaran nama baik dan penyebaran hoax karena saya pun memahami bahwa semua telah diatur dan dapat dipidanakan” (Wawancara tanggal 21 Maret 2021)

Tak hanya jawaban diatas tetapi Shinta Febrina juga memberikan jawaban yang ia sampaikan sebagai berikut :

“saya pernah melakukan hal tersebut, karena saya tidak tau ya saya kurang teliti dalam membagikan sebuah konten informasi tetapi setelah itu saya belajar saya cepat-cepat akan take down unggahan saya di instagram maka dari itu saya sekarang suka membagikan kalimat-kalimat narasi kan sumbernya sudah tertera” (wawancara pada tanggal 20 Maret 2022)

Hal diatas juga diperkuat oleh Naulitha Sandra Sitompul, yang menjawab sebagai berikut :

“pernah bukan karena niat tapi memang gak tau jadi saya share informasi gitu di instastory eh ternyata itu hoax langsung saya hapus aja kalau niat dari hati sih gak ada apalagi kalau ngikutin isu covid kemarin buat bingung nanti beda narasumber beda pula penyampaian nya yauda makanya itu gak pernah ngikutin lagi, gak pernah juga membagikan karena takut cuma hoax sekarang ni kan lagi viral juga ada ustad mengklaim kalau dalam satu hari ia naik pesawat seribu kali cuma kan dilogika kita mana mungkin ya sekarang lebih hindari aja sih” (Wawancara pada tanggal 23 Maret 2022)

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti dapatkan peneliti mengetahui bahwa dari keempat informan ada dua informan yaitu Shinta Febriani dan Naulitha Sandra Sitompul yang pernah menyebarkan berita hoax dan dua informan lagi mengakui tidak pernah membagikan konten yang mengandung hoax.

## 7) Pembajakan

Etika komunikasi di dalam bermedia sosial terutama dalam pengguna *instagram* menggunakan dikatakan memenuhi standar etika komunikasi bermedia sosial dimana menggunakan tidak dibenarkan untuk membajak dan menerobos informasi milik orang lain, Berdasarkan poin

ini peneliti akan bertanya kepada informan pertama yaitu Febri Yolanda, dan ia menjawab sebagai berikut :

“pernah lah membajak di akunnya teman, ya biasanya untuk candaan aja tetapi secara gak langsung emang ia jadi mengganggu privasinya dia” (Wawancara tanggal 21 Maret 2021)

Selanjutnya pertanyaan diatas juga peneliti kembali mempertanyakan dengan Tedi Kurniawan dan ia menjawab sebagai berikut :

“saya tidak pernah membajak akun orang lain karena saya sangat menjaga privasi saya, dan saya juga menghargai privasi orang lain saya memanfaatkan media sosial instagram cukup milik saya saja, saya gak kepo dengan urusan orang juga” (Wawancara tanggal 21 Maret 2021)

Tak hanya jawaban diatas tetapi Shinta Febrina juga memberikan jawaban yang ia sampaikan sebagai berikut :

“saya tidak pernah, karena itu mengganggu privasi orang lain karena saya pernah jadi korban pembajakan maka dari itu saya harus berhati-hati” (wawancara pada tanggal 20 Maret 2022)

Hal diatas juga diperkuat oleh Naulitha Sandra Sitompul, yang menjawab sebagai berikut :

“saya tidak pernah meretas atau membajak akun milik orang lain saya pikir itu tidak ada manfaat nya untuk saya, saya punya akun pribadi jadi saya memanfaatkan aja yang ada” (Wawancara pada tanggal 23 Maret 2022)


Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti dapatkan peneliti mengetahui bahwa dari keempat informan hanya satu yang masih melakukan pembajakan akun milik orang lain.

## 2. Hasil Observasi

### a) Informan Febri Yolanda

Tabel 4.1  
Observasi postingan Febri Yolanda

No	Postingan Instagram	Deskripsi Postingan
1		<p>Dari postingan yang ada peneliti mengamati bahwa memang benar informan Febri Yolanda belum menerapkan secara keseluruhan etika komunikasi bermedia sosial yang telah ditetapkan hal ini dikarenakan bahwa febriyolanda masih menggunakan kalimat yang kasar dalam postingannya, dapat dilihat ia mengkritik sebuah artikel dengan kasus pemerkosaan dengan kalimat “bukan manusia kau ini ya, titisan dajjal, iblis minder liat kelakuan kau” dari kalimat tersebut mengandung caci maki yang disampaikan di akun media sosialnya</p>

2		<p>Dari postingan selanjutnya peneliti juga mengamati bahwa informan Febri Yolanda memang benar mengutarakan kalimat vulgar yang kasar dimana artikel tersebut menyampaikan informasi terkait mahasiswa ditangkap polisi dikarenakan mencabuli anak 6 Tahun, menanggapi postingan tersebut ia juga menyampaikan dengan kalimat yang vulgar dengan mengatakan “Makin minder iblis-iblis liat kelakuan titisan dajjal”</p>
---	--	--

**b) Informan Tedi Kurniawan**

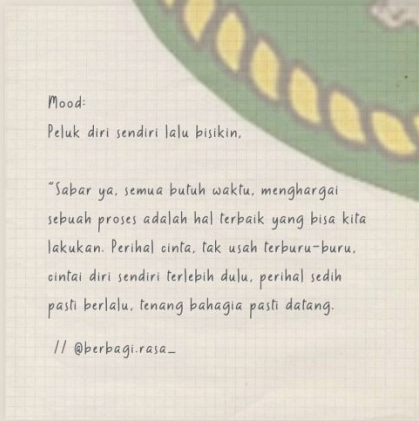
**Tabel 4.2**  
**Observasi postingan Tedi Kurniawan**

No	Postingan Instagram	Deskripsi Postingan
1		<p>Berdasarkan konten yang diunggah oleh Tedi Kurniawan peneliti mengetahui bahwa memang benar media sosial instagram miliknya sudah menerapkan etika komunikasi hal ini dikarenakan tidak adanya pelanggaran yang dilakukan oleh Tedi didalam feed maupun instastory yang ia posting di akun media sosial instagram nya bahkan ia memanfaatkan media sosial instagram nya sebagai media untuk menyalurkan bakat yang ia miliki dan sekaligus sebagai media promosi, dapat dilihat disamping bahwa ia merupakan mahasiswa entrepreneur yang memiliki kemampuan untuk dapat memanfaatkan peluang.</p>

2		<p>Berdasarkan postingan yang diunggah oleh Tedi peneliti mengetahui bahwa memang benar tedi telah menerapkan etika bermedia sosial dalam memanfaatkan media sosial instagram, hal ini dapat dilihat dengan feed yang ada berbagai postingan menggambarkan bahwa memang instagram dimanfaatkan sebagai media untuk menyalurkan sebuah bakat yang ada didalam diri nya hal ini berkaitan dengan foto dan editing.</p>
---	--	--

c) Informan Shinta Febryna

**Tabel 4.3**  
**Observasi postingan Shinta Febryna**

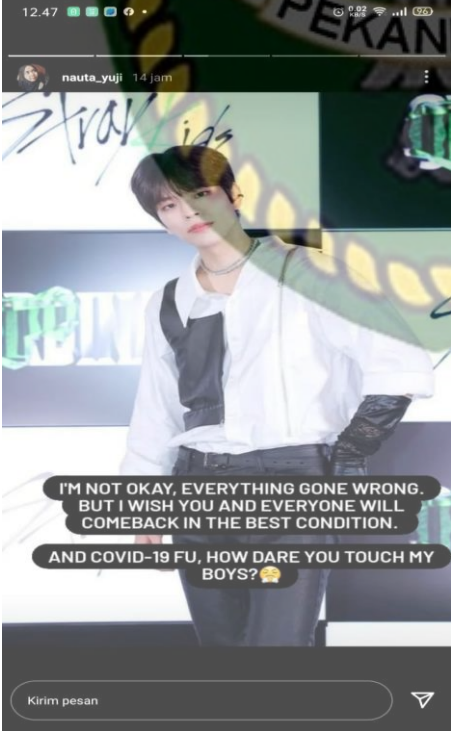
No	Postingan Instagram	Deskripsi Postingan
1		<p>Berdasarkan postingan di lampirkan oleh Shinta Febryna peneliti mengetahui bahwa memang benar ia tidak mengunggah konten yang berkaitan dengan tindakan keasusilaan dan tidak menggunakan kalimat yang kasar, konten yang diunggah merupakan kalimat motivasi agar dirinya lebih bersemangat.</p>

2		<p>Berdasarkan postingan yang diunggah oleh Shinta Febryna memang benar bahwa ia tidak mengunggah konten yang melanggar keasusilaan, kalimat yang vulgar, mengancam serta merugikan orang lain. dan memang benar bahwa ia mengunggah konten yang diambil dari akun @Folkative dan diunggah ulang di akun instagram nya, dan kalimat tersebut juga bermakna agar menghargai satu sama lain</p>
---	---	---

**d) Informan Naulita Sandra**

**Tabel 4.4**

**Observasi postingan Naulita Sandra**

No	Postingan Instagram	Deskripsi Postingan
1		<p>Dari postingan yang diunggah oleh naulita peneliti mengetahui bahwa memang benar dalam memanfaatkan media sosial instagram ia tidak pernah mengunggah konten yang melanggar etika bermedia sosial bahkan instagram miliknya dimanfaatkan sebagai wadah untuk menyalurkan jiwa K-Pop nya dapat dilihat disamping merupakan salah satu tokoh yang diidolakan nya diikuti dengan kalimat pengungkapan perasaannya, ia menyatakan bahwa dirinya tidak baik-baik saja semoga keadaan kembali dengan kondisi yang terbaik.</p>

2		<p>Berdasarkan postingan yang diunggah oleh naulitha, peneliti mengetahui bahwa memang benar media sosial instagram nya dimanfaatkan sebagai media yang postif dimana tergambar jelas bahwa ia memberkan dukungan untuk mahasiswa lain yang sedang melakukan aksi demo dan mengkritik beberapa kalimat yang tidak senonoh yang terpapang jelas saat aksi demo tersebut dilakukan, media sosial instagram milik nya dimanfaatkan sebagai media pengungkapan diri apa yang dirasakan hal ini dilihat dari tulisan yang ia terterakan dimana ia berharap bahwa ia mendukung untuk seluruh teman-teman yang melakukan aksi demo dan ia juga berharap bahwa kalimat vulgar yang viral saat ini tidak mengurangi nilai-nilai perjuangan mahasiswa dalam melakukan aksi ini.</p>
---	---	---

### C. Pembahasan Penelitian

Dalam poin pembahasan ini peneliti akan menyajikan segala hal yang berkaitan dengan hasil penelitian yang didapatkan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. penelitian ini berjudul **Analisis Etika Bermedia Sosial Dalam Pemanfaatan Instagram Oleh Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau (Studi Mahasiswa UKM Audio Visual Fikom)** Acuan konsep yang diterapkan didalam penelitian ini dengan menggunakan konsep etika bermedia sosial yang berpedoman dari Undang-undang ITE yang terdiri dari 7 poin yaitu : konten yang diunggah dan tidak melanggar kesusilaan, konten yang di unggah, mudah dipahami dan tidak



mengandung perjudian, konten yang di unggah, melegakan perasaan dan tidak memfitnah, berkata yang lembut dan tidak ada nya unsur pemerasan dan ancaman, konten yang diunggah tidak vulgar, konten yang diunggah bermakna, bermanfaat, dan tidak mengandung hoax, tidak membajak. Maka peneliti akan mencoba untuk menganalisis segala hasil penelitian dengan sebagai berikut :

### **1. Informan Febri Yolanda**

Berdasarkan postingan yang diunggah didalam media sosial instagram milik Febri Yolanda menemukan hasil bahwa informan tersebut, secara keseluruhan belum menerapkan Etika Bermedia Sosial yang terdiri sebagai berikut :

#### **a. Konten yang diunggah dan tidak melanggar kesusilaan**

Didalam penggunaan media sosial terutama instagram, penggunaan dikatakan memenuhi standar etika komunikasi bermedia sosial dimana, jika Pengguna diharuskan mengunggah konten yang baik, benar, jujur serta tidak dibenarkan jika konten tersebut bermuat asusila. Informan Febri Yolanda mengunggah konten yang tidak melanggar asusila hal ini peneliti lihat bahwa ia mengunggah hal-hal yang berkaitan dengan aktivitas diri dengan menggunakan pakaian tertutup hingga tidak memancing keributan publik.

#### **b. Konten yang di unggah, Mudah dipahami dan tidak mengandung perjudian**

Didalam penggunaan media sosial terutama *instagram*, menggunakan dikatakan memenuhi standar etika komunikasi bermedia sosial dimana, jika unggahan pengguna mudah dipahami oleh pengikut dan tidak mengandung perjudian. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi peneliti menemukan bahwa Febri Yolanda tidak pernah memanfaatkan media sosial nya sebagai media promosi termasuk mengunggah konten yang berkaitan perjudian hal ini dikarenakan Febri Yolanda mengakui senang bahwa instagram dimanfaatkan sebagai wadah untuk mengunggah aktivitas dirinya.

**c. Konten yang di unggah, melegakan perasaan dan tidak memfitnah**

Didalam penggunaan media sosial terutama *instagram*, menggunakan dikatakan memenuhi standar etika komunikasi bermedia sosial dimana, jika Pengguna mengunggah konten melegakan perasaan seseorang dan tidak dibenarkan mengandung unsur penghinaan serta mencemarkan nama baik. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan peneliti menemukan bahwa memang benar Febri Yolanda tidak pernah mengunggah konten yang berkaitan dengan memfitnah orang lain hal ini dikarenakan dalam memanfaatkan media sosial *instagram* ia mengunggah hal-hal yang berkaitan pada diri nya dan orang terdekatnya.

**d. Berkata yang lembut dan tidak ada nya unsur pemerasan dan ancaman**

Etika komunikasi di dalam bermedia sosial terutama dalam pengguna *instagram*, menggunakan dikatakan memenuhi standar etika komunikasi bermedia sosial dimana pengguna dilarang mempublish konten yang bermuatan pemerasan dan pengancaman. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan peneliti menemukan bahwa memang benar dalam konten nya tidak mengandung unsur memfitnah dan adanya unsur pengancaman

**e. Konten yang diunggah vulgar**

Etika komunikasi di dalam bermedia sosial terutama dalam pengguna *instagram*, menggunakan dikatakan memenuhi standar etika komunikasi bermedia sosial dimana pengguna mengunggah konten dengan menggunakan perkataan yang mulia, dibarengi dengan rasa hormat, enak didengar lemah lembut serta bertata krama artinya menghindari kalimat yang vulgar, seperti jijik, muak, ngerih dan sadis serta dilarang untuk menunjukkan rasa kebencian individual yang berdasarkan ras, agama dan antara golongan (SARA). Berdasarkan konten yang diunggah peneliti mengetahui bahwa memang benar informan Febri Yolanda mengunggah konten dengan kalimat-kalimat yang vulgar hal ini sebagai pengungkapan rasa kesal terhadap seseorang.

**f. Konten yang diunggah bermakna, bermanfaat, dan tidak mengandung Hoax**

Etika komunikasi di dalam bermedia sosial terutama dalam pengguna *instagram* menggunakan dikatakan memenuhi standar etika komunikasi bermedia sosial dimana konten yang diunggah mengandung unsur yang positif yang bermakna pembicaraan menimbulkan manfaat dan menimbulkan kebaikan serta dilarang untuk membagikan konten yang berunsur berita hoax atau berita palsu yang mengakibatkan kerugian orang lain. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan peneliti menemukan bahwa memang benar Febri Yolanda tidak pernah mengunggah konten yang berkaitan dengan hoax hal ini yang peneliti lihat bahwa terdapat sumber yang kredibel dalam pengungkapan berita yang diunggah di media sosial nya

**g. Membajak**

Etika komunikasi di dalam bermedia sosial terutama dalam pengguna *instagram* menggunakan dikatakan memenuhi standar etika komunikasi bermedia sosial dimana menggunakan tidak dibenarkan untuk membajak dan menerobos informasi milik orang lain. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi peneliti mengetahui memang benar bahwa Febri Yolanda melakukan pembajakan melalui akun kerabat nya sebagai sebuah bercandaan secara tidak langsung hal tersebut sebagai bentuk pelanggaran etika bermedia sosial.

Maka, terdapat kategorisasi yang peneliti susun sebagai bentuk pengungkapan data bahwa informan sudah menerapkan atau belum dari poin etika yang dijadikan sebagai acuan dapat dilihat sebagai berikut :

**Tabel 4.5**  
**Implementasi Etika Bermedia sosial Febri Yolanda**

<b>Konsep Etika Bermedia sosial</b>	<b>Penerapan Sudah atau Belum</b>
Konten yang diunggah dan tidak melanggar kesusilaan	Sudah
Konten yang di unggah, Mudah dipahami dan tidak mengandung perjudian	Sudah
Konten yang di unggah, melegakan perasaan dan tidak memfitnah	Sudah
Berkata yang lembut dan tidak ada nya unsur pemerasan dan ancaman	Sudah
Konten yang diunggah tidak vulgar	Belum
Konten yang diunggah bermakna, bermanfaat, dan tidak mengandung Hoax	Sudah
Tidak membajak	Belum

Sumber : oalahan peneliti, 2022

Selain mendapatkan hal-hal yang berkaitan dengan etika komunikasi bermedia sosial peneliti juga mendapatkan beberapa hal yang menjadi kecenderungan pengunggahan di feed Instagram Febri Yolanda yaitu terdiri dari :

#### 1) *Media Self Disclosure*

membahas lebih lanjut perlu diketahui bahwa media self disclosure adalah sebuah wadah yang dijadikan sebagai pengungkapan informasi tentang diri sendiri yang biasanya informasi tersebut

berkaitan dengan perasaan, perilaku dan berupa pikiran. Maka berdasarkan konten-konten yang diunggah di media sosial instagram milik Febri Yolanda banyak nya pengungkapan perasaan yang ia sampaikan baik rasa marah, sedih dan senang.

## 2) **Media Eksistensi Diri**

Peneliti juga menemukan bahwa terdapat kecenderungan lain dimana instagram juga dijadikan sebagai media eksistensi diri, Febri Yolanda mengunggah konten yang berkaitan dengan hal-hal yang membuat ia dianggap ada di instagram yaitu mengunggah foto diri, aktivitas diri seperti nongkrong bersama teman-teman yang juga ia unggah di media sosial instagramnya dan juga aktivitas kampus baik secara akademik atau pun kegiatan organisasi.

## 2. **Informan Tedi Kurniawan**

### a. **Konten yang diunggah dan tidak melanggar kesusilaan**

Didalam penggunaan media sosial terutama instagram, penggunaan dikatakan memenuhi standar etika komunikasi bermedia sosial dimana, jika Pengguna diharuskan mengunggah konten yang baik, benar, jujur serta tidak dibenarkan jika konten tersebut bermuat asusila. Berdasarkan wawancara dan observasi yang peneliti lakukan memang benar bahwa informan tidak pernah mengunggah konten yang berkaitan melanggar kesusilaan.

**b. Konten yang di unggah, Mudah dipahami dan tidak mengandung perjudian**

Didalam penggunaan media sosial terutama *instagram*, menggunakan dikatakan memenuhi standar etika komunikasi bermedia sosial dimana, jika unggahan pengguna mudah dipahami oleh pengikut dan tidak mengandung perjudian. Berdasarkan wawancara dan observasi yang peneliti lakukan peneliti mengetahui bahwa konten yang diunggah tidak mengandung unsur perjudian hal ini dikarenakan aktivitas yang dilakukan dalam memanfaatkan media sosial *instagram* sebagai wadah menyalurkan bakat editing foto yang ia miliki

**c. Konten yang di unggah, melegakan perasaan dan tidak memfitnah**

Didalam penggunaan media sosial terutama *instagram*, menggunakan dikatakan memenuhi standar etika komunikasi bermedia sosial dimana, jika Pengguna mengunggah konten melegakan perasaan seseorang dan tidak dibenarkan mengandung unsur penghinaan serta mencemarkan nama baik. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan peneliti menemukan bahwa memang benar bahwa Tedi Kurniawan tidak pernah mengunggah konten yang berkaitan dengan memfitnah dan mencemarkan nama baik, konten yang diunggah nya berkaitan dengan aktivitas dirinya

**d. Berkata yang lembut dan tidak ada nya unsur pemerasan dan ancaman**

Etika komunikasi di dalam bermedia sosial terutama dalam pengguna *instagram*, menggunakan dikatakan memenuhi standar etika komunikasi bermedia sosial dimana mengunggah konten dengan sikap dan bahasa yang lemah lembut, tidak melontarkan kalimat yang kasar seperti mencaci dan menghina dan menggunakan nada suara yang tinggi dan didalam penggunaan media sosial *instagram* pengguna dilarang mempublish konten yang bermuatan pemerasan dan pengancaman. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan peneliti menemukan bahwa memang benar bahwa Tedi Kurniawan tidak pernah mengunggah konten yang berkaitan dengan pemerasan dan ancaman.

**e. Konten yang diunggah tidak vulgar**

Etika komunikasi di dalam bermedia sosial terutama dalam pengguna *instagram*, menggunakan dikatakan memenuhi standar etika komunikasi bermedia sosial dimana pengguna mengunggah konten dengan menggunakan perkataan yang mulia, dibarengi dengan rasa hormat, enak didengar lemah lembut serta bertata krama artinya menghindari kalimat yang vulgar, seperti jijik, muak, ngerih dan sadis serta dilarang untuk menunjukkan rasa kebencian individual yang berdasarkan ras, agama dan antara golongan (SARA). Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan peneliti



menemukan bahwa memang benar bahwa Tedi Kurniawan tidak pernah mengunggah konten yang berkaitan dengan kalimat yang vulgar seperti mencaci, memaki dan lain-lain.

**f. Konten yang diunggah bermakna, bermanfaat, dan tidak mengandung Hoax**

Etika komunikasi di dalam bermedia sosial terutama dalam pengguna *instagram* menggunakan dikatakan memenuhi standar etika komunikasi bermedia sosial dimana konten yang diunggah mengandung unsur yang positif yang bermakna pembicaraan menimbulkan manfaat dan menimbulkan kebaikan serta dilarang untuk membagikan konten yang berunsur berita hoax atau berita palsu yang mengakibatkan kerugian orang lain. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan peneliti menemukan bahwa memang benar bahwa Tedi Kurniawan tidak pernah mengunggah konten yang berkaitan dengan hoax karena pengunggahan yang ia lakukan berdasarkan sumber yang kredibel.

**g. Tidak membajak**

Etika komunikasi di dalam bermedia sosial terutama dalam pengguna *instagram* menggunakan dikatakan memenuhi standar etika komunikasi bermedia sosial dimana menggunakan tidak dibenarkan untuk membajak dan menerobos informasi milik orang lain. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan peneliti menemukan bahwa memang benar bahwa Tedi Kurniawan

tidak pernah mengunggah konten yang berkaitan dengan tidak pernah melakukan pembajakan akun milik orang lain

Maka, terdapat kategorisasi yang peneliti susun sebagai bentuk pengungkapan data bahwa informan sudah menerapkan atau belum dari poin etika yang dijadikan sebagai acuan dapat dilihat sebagai berikut :

**Tabel 4.6**  
**Implementasi Etika Bermedia sosial Tedi Kurniawan**

<b>Konsep Etika Bermedia sosial</b>	<b>Penerapan Sudah atau Belum</b>
Konten yang diunggah dan tidak melanggar kesusilaan	Sudah
Konten yang di unggah, Mudah dipahami dan tidak mengandung perjudian	Sudah
Konten yang di unggah, melegakan perasaan dan tidak memfitnah	Sudah
Berkata yang lembut dan tidak ada nya unsur pemerasan dan ancaman	Sudah
Konten yang diunggah tidak vulgar	Sudah
Konten yang diunggah bermakna, bermanfaat, dan tidak mengandung Hoax	Sudah
Tidak membajak	Sudah

Sumber : Olahan Peneliti, 2022

Selain mendapatkan hal-hal yang berkaitan dengan etika komunikasi bermedia sosial peneliti juga mendapatkan beberapa hal yang menjadi kecenderungan pengunggahan informan di akun pribadinya Instagram, seperti sebagai berikut :

#### 4) Media Promosi

akun instagram informan dijadikan sebagai media promosi seperti mempromosikan jualan yang ia miliki dan juga sebagai tempat untuk memperlihatkan kemampuannya sebagai editor foto yang diperkuat dari pengunggahan foto-foto feed di instagramnya.

### 3. Informan Shinta Febryna

#### b. Konten yang diunggah dan tidak melanggar kesusilaan

Didalam penggunaan media sosial terutama instagram, menggunakan dikatakan memenuhi standar etika komunikasi bermedia sosial dimana, jika Pengguna diharuskan mengunggah konten yang baik, benar, jujur serta tidak dibenarkan jika konten tersebut bermuat asusila. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan peneliti menemukan bahwa dalam memanfaatkan media sosial instagramnya Shinta Febryna telah menerapkan etika bermedia sosial dalam poin tidak melanggar kesusilaan karena konten yang diunggah berkaitan dengan aktivitas diri

#### c. Konten yang di unggah, Mudah dipahami dan tidak mengandung perjudian

Didalam penggunaan media sosial terutama *instagram*, menggunakan dikatakan memenuhi standar etika komunikasi bermedia sosial dimana, jika unggahan pengguna mudah dipahami oleh pengikut dan tidak mengandung perjudian. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan peneliti menemukan

bahwa dalam memanfaatkan media sosial instagramnya Shinta Febryna telah menerapkan etika bermedia sosial hal ini dikarenakan Shinta Febryna tidak pernah mengunggah konten yang berkaitan dengan perjudian

**d. Konten yang di unggah, melegakan perasaan dan tidak memfitnah**

Didalam penggunaan media sosial terutama instagram, penggunaan dikatakan memenuhi standar etika komunikasi bermedia sosial dimana, jika Pengguna mengunggah konten melegakan perasaan seseorang dan tidak dibenarkan mengandung unsur penghinaan serta mencemarkan nama baik. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan peneliti menemukan bahwa dalam memanfaatkan media sosial instagramnya Shinta Febryna telah menerapkan etika bermedia sosial dalam memanfaatkan media sosial instagram nya hal ini dikarenakan konten yang diunggah tidak berkaitan dengan memfitnah serta merugikan orang lain.

**e. Berkata yang lembut dan tidak ada nya unsur pemerasan dan ancaman**

Etika komunikasi di dalam bermedia sosial terutama dalam pengguna *instagram*, penggunaan dikatakan memenuhi standar etika komunikasi bermedia sosial dimana mengunggah konten dengan sikap dan bahasa yang lemah lembut, tidak melontarkan kalimat yang kasar seperti mencaci dan menghina dan menggunakan nada suara yang

tinggi dan didalam penggunaan media sosial *instagram* pengguna dilarang mempublish konten yang bermuatan pemerasan dan pengancaman. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan peneliti menemukan bahwa dalam memanfaatkan media sosial instagramnya Shinta Febryna telah menerapkan etika bermedia sosial hal ini dikarenakan konten yang diunggah tidak berkaitan dengan ancaman dan pemerasan.

**f. Konten yang diunggah tidak vulgar**

Etika komunikasi di dalam bermedia sosial terutama dalam pengguna *instagram*, penggunaan dikatakan memenuhi standar etika komunikasi bermedia sosial dimana pengguna mengunggah konten dengan menggunakan perkataan yang mulia, dibarengi dengan rasa hormat, enak didengar lemah lembut serta bertata krama artinya menghindari kalimat yang vulgar, seperti jijik, muak, ngerih dan sadis serta dilarang untuk menunjukan rasa kebencian individual yang berdasarkan ras, agama dan antara golongan (SARA). Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan peneliti menemukan bahwa dalam memanfaatkan media sosial instagramnya Shinta Febryna telah menerapkan etika bermedia sosial dalam poin hal ini dikarenakan dalam memanfaatkan media sosial tidak pernah mengunggah konten dengan menggunakan kalimat yang vulgar

#### **g. Konten yang diunggah bermakna, bermanfaat, dan tidak mengandung Hoax**

Etika komunikasi di dalam bermedia sosial terutama dalam pengguna *instagram* menggunakan dikatakan memenuhi standar etika komunikasi bermedia sosial dimana konten yang diunggah mengandung unsur yang positif yang bermakna pembicaraan menimbulkan manfaat dan menimbulkan kebaikan serta dilarang untuk membagikan konten yang berunsur berita hoax atau berita palsu yang mengakibatkan kerugian orang lain. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan peneliti menemukan bahwa dalam memanfaatkan media sosial instagramnya Shinta Febryna pernah mengunggah berita hoax dengan alasan bahwa konten yang ia unggah tidak mengetahui kebenarannya tetapi hal tersebut tetap dilakukan karena banyaknya teman-teman yang juga mengunggah konten tersebut

#### **h. Tidak membajak**

Etika komunikasi di dalam bermedia sosial terutama dalam pengguna *instagram* menggunakan dikatakan memenuhi standar etika komunikasi bermedia sosial dimana menggunakan tidak dibenarkan untuk membajak dan menerobos informasi milik orang lain. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan peneliti menemukan bahwa dalam memanfaatkan media sosial

instagramnya Shinta Febryna telah menerapkan etika bermedia sosial karena tidak membajak akun milik orang lain.

Maka, terdapat kategorisasi yang peneliti susun sebagai bentuk pengungkapan data bahwa informan sudah menerapkan atau belum dari poin etika yang dijadikan sebagai acuan dapat dilihat sebagai berikut :

**Tabel 4.7**  
**Implementasi Etika Bermedia sosial Shinta Febryna**

<b>Konsep Etika Bermedia sosial</b>	<b>Penerapan Sudah atau Belum</b>
Konten yang diunggah dan tidak melanggar kesusilaan	Sudah
Konten yang di unggah, Mudah dipahami dan tidak mengandung perjudian	Sudah
Konten yang di unggah, melegakan perasaan dan tidak memfitnah	Sudah
Berkata yang lembut dan tidak ada nya unsur pemerasan dan ancaman	Sudah
Konten yang diunggah tidak vulgar	Sudah
Konten yang diunggah bermakna, bermanfaat, dan tidak mengandung Hoax	Belum
Tidak membajak	Sudah

Sumber : Olahan Peneliti, 2022

Selain mendapatkan hal-hal yang berkaitan dengan etika komunikasi bermedia sosial peneliti juga mendapatkan beberapa hal yang menjadi kecenderungan pengunggahan informan diakun pribadinya Instagram, seperti sebagai berikut :

### 1) Media Curhat

Peneliti juga menemukan bahwa instagram milik Shinta Febryna sebagai wadah untuk meluapkan emosi yang dirasakan melalui pengungkahan kalimat bijak dan juga kajian-kajian agama hal ini menyesuaikan perasaan yang dirasakan oleh Shinta Febryna, misalnya jika ia merasa sedih maka konten yang diunggah kalimat-kalimat yang dapat memotivasi diri agar semangat lagi dan jika ia merasakan senang maka konten yang diunggah juga berkaitan dengan pengucapan rasa syukur.

## 4. Informan Naulita Sandra

### a. Konten yang diunggah dan tidak melanggar kesusilaan

Didalam penggunaan media sosial terutama instagram, menggunakan dikatakan memenuhi standar etika komunikasi bermedia sosial dimana, jika Pengguna diharuskan mengunggah konten yang baik, benar, jujur serta tidak dibenarkan jika konten tersebut bermuat asusila Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan, peneliti menemukan bahwa dalam memanfaatkan media sosial instagramnya Naulita Sandra telah menerapkan etika bermedia sosial hal ini dikarenakan Naulita Sandra tidak mengunggah konten yang melanggar keasusilaan

### b. Konten yang di unggah, Mudah dipahami dan tidak mengandung perjudian

Didalam penggunaan media sosial terutama *instagram*, menggunakan dikatakan memenuhi standar etika komunikasi bermedia



sosial dimana, jika unggahan pengguna mudah dipahami oleh pengikut dan tidak mengandung perjudian. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan peneliti menemukan bahwa dalam memanfaatkan media sosial instagramnya Naulita Sandra telah menerapkan etika bermedia sosial hal ini dikarenakan konten yang diunggah tidak mengandung unsur perjudian

**c. Konten yang di unggah, melegakan perasaan dan tidak memfitnah**

Didalam penggunaan media sosial terutama instagram, penggunaan dikatakan memenuhi standar etika komunikasi bermedia sosial dimana, jika Pengguna mengunggah konten melegakan perasaan seseorang dan tidak dibenarkan mengandung unsur penghinaan serta mencemarkan nama baik. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan peneliti menemukan bahwa dalam memanfaatkan media sosial instagramnya Naulita Sandra telah menerapkan etika bermedia sosial karena tidak mengunggah konten yang memfitnah dan menurgikan orang lain

**d. Berkata yang lembut dan tidak ada nya unsur pemerasan dan ancaman**

Etika komunikasi di dalam bermedia sosial terutama dalam pengguna *instagram*, penggunaan dikatakan memenuhi standar etika komunikasi bermedia sosial dimana mengunggah konten dengan sikap dan bahasa yang lemah lembut, tidak melontarkan kalimat yang kasar seperti mencaci dan menghina dan menggunakan nada suara yang

tinggi dan didalam penggunaan media sosial *instagram* pengguna dilarang mempublish konten yang bermuatan pemerasan dan pengancaman. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan peneliti menemukan bahwa dalam memanfaatkan media sosial instagramnya Naulita Sandra telah menerapkan etika bermedia sosial hal ini dikarenakan ia tidak mengunggah konten yang berkaitan dengan pemerasan dan ancaman

e. **Konten yang diunggah tidak vulgar**

Etika komunikasi di dalam bermedia sosial terutama dalam pengguna *instagram*, penggunaan dikatakan memenuhi standar etika komunikasi bermedia sosial dimana pengguna mengunggah konten dengan menggunakan perkataan yang mulia, dibarengi dengan rasa hormat, enak didengar lemah lembut serta bertata krama artinya menghindari kalimat yang vulgar, seperti jijik, muak, ngerih dan sadis serta dilarang untuk menunjukkan rasa kebencian individual yang berdasarkan ras, agama dan antara golongan (SARA). Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan peneliti menemukan bahwa dalam memanfaatkan media sosial instagramnya Naulita Sandra telah menerapkan etika bermedia sosial karena tidak mengunggah konten yang berkaitan dengan kalimat yang vulgar

**f. Konten yang diunggah bermakna, bermanfaat, dan tidak mengandung Hoax**

Etika komunikasi di dalam bermedia sosial terutama dalam pengguna *instagram* menggunakan dikatakan memenuhi standar etika komunikasi bermedia sosial dimana konten yang diunggah mengandung unsur yang positif yang bermakna pembicaraan menimbulkan manfaat dan menimbulkan kebaikan serta dilarang untuk membagikan konten yang berunsur berita hoax atau berita palsu yang mengakibatkan kerugian orang lain. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan peneliti menemukan bahwa dalam memanfaatkan media sosial instagramnya Naulita Sandra pada poin ini ia pernah mengunggah konten hoax dengan alasan tidak mengetahui bahwa konten tersebut merupakan berita palsu

**g. Tidak membajak**

Etika komunikasi di dalam bermedia sosial terutama dalam pengguna *instagram* menggunakan dikatakan memenuhi standar etika komunikasi bermedia sosial dimana menggunakan tidak dibenarkan untuk membajak dan menerobos informasi milik orang lain. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan peneliti menemukan bahwa dalam memanfaatkan media sosial instagramnya Naulita Sandra telah menerapkan etika bermedia sosial hal ini dikarenakan ia tidak pernah membajak akun orang lain.

Maka, terdapat kategorisasi yang peneliti susun sebagai bentuk pengungkapan data bahwa informan sudah menerapkan atau belum dari poin etika yang dijadikan sebagai acuan dapat dilihat sebagai berikut :



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

**Tabel 4.8**  
**Implementasi Etika Bermedia sosial Naulita Sandra**

<b>Konsep Etika Bermedia sosial</b>	<b>Penerapan Sudah atau Belum</b>
Konten yang diunggah dan tidak melanggar kesusilaan	Sudah
Konten yang di unggah, Mudah dipahami dan tidak mengandung perjudian	Sudah
Konten yang di unggah, melegakan perasaan dan tidak memfitnah	Sudah
Berkata yang lembut dan tidak ada nya unsur pemerasan dan ancaman	Sudah
Konten yang diunggah tidak vulgar	Sudah
Konten yang diunggah bermakna, bermanfaat, dan tidak mengandung Hoax	Belum
Tidak membajak	Sudah

Sumber : Olahan Peneliti, 2022

Selain mendapatkan hal-hal yang berkaitan dengan etika komunikasi bermedia sosial peneliti juga mendapatkan beberapa hal yang menjadi kecenderungan pengungkapan informan diakun pribadinya Instagram, seperti sebagai berikut :

#### 1) **Media Fanatisme K-Pop**

Instagram juga dijadikan sebagai media untuk mengunggah idola nya bahkan pengungkapan diri yang ia unggah di media sosial menggunakan background idola nya hal ini merupakan temuan lain yang peneliti lihat bahwa jika memang seseorang terlalu mengagumi bahkan cinta terhadap sesuatu, hal ini akan dilakuakn secara berulang ulang dan tidak sedikit kita ketahui bahwa memang budaya K-Pop sudah dianut oleh beberapa kaum perempuan di Indonesia seperti

makanan Remyeon, Jajangmyeon, Hotteok, bahkan korean BBQ yang saat ini sudah ada di beberapa kota besar termasuk Kota Pekanbaru.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

**Perpustakaan Universitas Islam Riau**

## BAB V

### PENUTUP

#### A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi peneliti menemukan bahwa keempat informan telah menerapkan etika bermedia sosial UU ITE yang terdiri beberapa asumsi dasar yaitu konten yang diunggah dan tidak melanggar kesusilaan, tidak mengandung perjudian, tidak memfitnah, tidak ada nya unsur pemerasan dan ancaman, konten yang diunggah tidak vulgar, tidak mengandung hoax, dan tidak membajak akun milik orang lain. tetapi tidak secara keseluruhan hal ini dikarenakan peneliti masih menemukan beberapa informan yang masih melakkan pelanggaran seperti informan Febri Yolanda masih menggunakan kalimat vulgar dan melakukan pembajakan sedangkan Shinta Febryna dan Naulita Sandra masih memposting berita hoax. Selain menemukan penerapan etika bermedia peneliti juga menemukan kecenderungan informan dalam memanfaatkan media sosial instagram miliknya seperti instagram sebagai *Media Self Disclosure*, media eksistensi diri, media promosi, media curhat, dan instagram juga dijadikan sebagai media fanatisme K-Pop

#### B. SARAN

1. Alangkah lebih baik dalam memanfaatkan media sosial instagram menerapkan tujuh poin terpenting sebagai pedoman dalam memanfaatkan media sosial instagram, karena hari ini media sosial sebagai wadah informasi bahkan apapun yang disampaikan individu melalui dimedia

sosial miliknya dapat diterima oleh siapa saja dan dari kalangan mana saja. Peneliti menyarankan media sosial instagram dijadikan sebagai wadah untuk membagi ilmu sehingga media dapat bermanfaat secara maksimal.

2. Alangkah lebih baik jika pengguna media sosial instagram lebih menjaga privasi sehingga hal-hal pribadi tidak dijadikan sebagai konten.





## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Basrowi dan Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Rineka Cipta : Jakarta
- Ghony, Djunaidi dan Almanshur, Fauzan. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif*. AR-Ruzz Media :Yogyakarta.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana Prenada Media Group :Jakarta
- Moleong, 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Remaja Rosakarya : Bandung
- Salam, Burhanuddin. 2012. *Etika Individual Pola Dasar Filasafat Moral*. Jakarta: Rineka Cipta
- Satori, Djam'an dan Komariah, Aan. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta,cv : Bandung
- Sugiyono, 2014. *Memahami Peneliitian Kualitatif*. Alfabeta : Bandung

### Jurnal

- Astajaya, I Ketut Manik ,S.Ag.,M.Pd1.2020. *Etika Komunikasi Di Media Sosial*. Vol 15 No 1. Institut Hindu Dharma Negeri Denpasar
- Ekasari, P., & Dharmawan, H. 2012. *Dampak sosial-ekonomi masuknya pengaruh internet dalam kehidupan remaja di pedesaan*. Jurnal Sosiologi Pedesaan, 06(01), 1 – 1 5. Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat, Fakultas Ekologi Manusia, IPB
- Fauziawati, W.2015. *Upaya mereduksi kebiasaan bermain game online melalui teknik diskusi kelompok*. *Psikopedagogia*, 4(2), 115–123. Universitas Ahmad Dahlan.
- Fitri, S. 2017. *Dampak positif dan negatif sosial media terhadap perubahan sosial anak*. *Jurnal Naturalistic*, 1(2), 118–123. Universitas Muhammadiyah Tasyikmalaya
- Krisnawati, Ester.2016. *Ilmu Komunikasi.Mempertanyakan Privasi di Era Selebgram:Masih Adakah?.Volume 13.Nomor 2.Halaman 186.Universitas Atma Jaya Yogyakarta*

Mim, F.N., Islam, M.A., & Paul, G.K. 2018. *Impact of the use of social media on students academic performance and behavior change. International Journal of Statistics and Applied Mathematics*, 3(1), 299–302. Department of Statistics, Mawlana Bhashani Science and Technology University, Tangail

Ngafifi, M.2016. *Kemajuan teknologi dan pola hidup manusia dalam perspektif sosial budaya. Jurnal Pembangunan Pendidikan*, 2(3), 33–47. Universitas Negeri Yogyakarta

Rizki Aprilia, Aat Sriati, Sri Hendrawati.2020. *Tingkat Kecanduan Media Sosial pada Remaja*.Vol 3 Issue 1. Fakultas Keperawatan Universitas Padjadjaran

Suryani, F.L., & Suwarti, C.H.D.2014. *Instagram dan fashion remaja (studi kasus peran media sosial instagram terhadap trend fashion remaja dalam akun @ootdindo Tahun 2014)*, Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta

Wahyudin, Uud & Karimah, El Kismiyati.2016. *Etika Komunikasi Di Media Sosial*.Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran

Yunus, Dkk. 2014. *Pesan-Pesan Twitter Dilihat Dari Perspektif Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik No. 11 Tahun 2008 Di Kota Makasar*.Vol 3 No 2. Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin

Yurindah, Sri Narti, Indria. 2019. *Motif Pengguna Media Sosial Dalam Mengunggah Instagram Story (Studi Fenomenologi Pada Anggota Sanggar Arastra di Kota Bengkulu)*. Jurnal Professional FIS UNIVED Vol.6 No. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu- Ilmu Sosial Universitas Dehasen Bengkulu

### **Skripsi**

Antoro, Rizki. 2020. *Makna Clubbing Bagi Remaja Yang Berkunjung Ke Mp Club Pekanbaru*. Universitas Islam Riau

Solihin, Rahmad, Agus. 2020. *Etika Komunikasi Oleh Remaja Ormas Banser Melalui Facebook Desa Perhentian Raja*. Universitas Islam Riau

### **Internet**

<https://wearesocial.com/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital> (diakses pada tanggal 4 Juni 2021)

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/03/inilah-negara-pengguna-instagram-terbanyak-indonesia-urutan-berapa> (diakses pada tanggal 17 desember 2021)

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/03/inilah-negara-pengguna-instagram-terbanyak-indonesia-urutan-berapa> (diakses pada tanggal 24 oktober 2021)

<https://nasional.republika.co.id/berita/pvuzmf18000/buat-akun-instagram-pakai-nama-pacar-daji-dijerat-undangundang-ite> diakses pada tanggal 19 desember 2021  
<https://www.detik.com/edu/perguruan-tinggi/d-5698580/akun-instagram-yang-unggah-foto-mahasiswi-cantik-bisa-kena-pidana-kok-bisa> (diakses pada tanggal 13 Desember 2021)



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

**Perpustakaan Universitas Islam Riau**