

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

**ETIKA KOMUNIKASI BERMEDIA SOSIAL TWITTER
(JUVENTINI INDONESIA)
TERKAIT PENERAPAN PASAL 27 UU ITE
(Studi Analisis Implementasi Undang-Undang Informasi dan Transaksi
Elektronik Pasal 27 pada Juventini Indonesia)**

SKRIPSI

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



IMAM MUTAQIN

**NPM : 169110099
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI : MEDIA MASSA**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2021**

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil al'amin, dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas segala limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Etika Komunikasi Bermedia Sosial *Twitter* (Juventini Indonesia) Terkait Penerapan Pasal 27 UU ITE (Studi Analisis Implementasi Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 27 pada Juventini Indonesia).”**

Dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana pada fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak sehingga pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak DR. Muhd. Ar Imam Riauan S.Sos., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
2. Dosen Pembimbing Bapak Eko Hero, M.Soc, Sc yang telah memberikan pengarahan, ide, motivasi dan saran kepada penulis dan juga meluangkan waktunya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
3. Kepala Prodi Akademik Ibu Dr. Fatmawati, S.IP, MM yang telah memberikan kesempatan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian dan juga selama proses pengerjaan skripsi ini.

4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen program studi Ilmu Komunikasi Universitas Riau, yang telah memberikan pembekalan penelitian ini dengan memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
5. Kepada keluarga besar dan kedua orang tua penulis yang telah memberikan segala dukungan serta kasih sayang dengan tulus dan yang selalu mendo'akan selama dalam menjalani perkuliahan dan menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman-teman seperjuangan di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islma Riau Angkatan 2016 yang telah memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini baik dari isi maupun pembahasannya masih belum begitu sempurna. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun pada penelitian ini dan semoga skripsi ini banyak memberikan manfaat bagi para pembacanya Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Pekanbaru, 17 September 2021

Imam Mutaqin

DAFTAR ISI

Judul (<i>cover</i>)	
Persetujuan Tim Pembimbing Skripsi	
Persetujuan Tim Penguji Skripsi	
Berita Acara Ujian Komprehensif	
Lembar Pengesahan	
Surat Pernyataan	
Halaman Persembahan	i
Halaman Motto	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR DAN LAMPIRAN	viii
Abstrak	ix
<i>Abstract</i>	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah Penelitian	15
C. Fokus Penelitian	15
D. Rumusan Masalah	15
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Kajian Literatur	17
1. Komunikasi Virtual	17
2. Etika Komunikasi	20
3. Etika Komunikasi Ber Media Sosial	24
4. Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik	27
5. Media Sosial	41
6. Twitter	45
7. Juventini Indonesia	49
B. Definisi Operasional	51
C. Penelitian Terdahulu yang Relevan	54
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian	60
B. Subjek dan Objek Penelitian	61
C. 1. Subjek Penelitian	61
D. 2. Objek Penelitian	62
E. Lokasi dan Waktu Penelitian	62
1. Lokasi Penelitian	62
2. Waktu Penelitian	63
F. Sumber Data	65

G. Teknik Pengumpulan Data	66
H. 1. Wawancara	66
2. Observasi	66
3. Dokumentasi	67
I. Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data	68
J. Teknik Analisis Data	68

BAB IV PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	70
B. Hasil Penelitian	73
C. Pembahasan Penelitian	86

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	99
B. Saran	100

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Postingan Oknum Juventini Indonesia di Media Sosial	12
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan	54
Tabel 3.1 Jadwal Dan Waktu Penelitian	64
Tabel 3.2 Penggunaan Kata Kasar Yang Digunakan Juventini	89
Tabel 3.3 Etika Komunikasi Yang Diterapkan Dan Tidak Diterapkan Oleh Juventini	97



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Media Sosial Yang Sering Digunakan Di Indonesia Tahun 2020	4
Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia Tahun 2020	5
Gambar 2.1 Bentuk Pelanggaran Penggunaan Kata Kasar Pada Akun <i>Twitter Informan</i>	76
Gambar 2.2 Bentuk Pelanggaran Dalam Unsur Kesusilaan Pada Akun <i>Twitter Informan</i>	80
Gambar 2.3 Bentuk Pelanggaran Dalam Unsur Penghinaan Akun <i>Twitter Informan</i>	84

LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Daftar Pertanyaan Wawancara
- Lampiran 2 : Dokumentasi Wawancara
- Lampiran 3 : Biodata Peneliti

Abstrak

Etika Komunikasi Bermedia Sosial Twitter (Juventini Indonesia) Terkait Penerapan Pasal 27 UU ITE (Studi Analisis Implementasi Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 27 Pada Juventini Indonesia)

IMAM MUTAQIN
169110099

Dalam penelitian ini dilatar belakangi oleh kebebasan pada penggunaan media sosial yang telah menggeser nilai norma dan etika dalam berkomunikasi yang baik terutama dalam menggunakan media sosial *twitter* oleh juvenini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana penerapan pada Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 27 sebagai dasar etika komunikasi di media sosial *twitter* pada juvenini. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif dengan subjek penelitian pada juvenini, mengumpulkan data dengan menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa etika komunikasi dan penerapan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 27 pada juvenini melalui media sosial *twitter* belum diterapkan dengan baik. Terdapat etika komunikasi yang belum dapat diterapkan oleh juvenini seperti penggunaan kata-kata kasar, tulisan yang memiliki muatan kesusilaan, penghinaan serta pencemaran nama baik. Namun terdapat beberapa etika komunikasi yang dapat diterapkan oleh juvenini yaitu tidak provokatif, unsur kesusilaan dengan konteks pornografi, tidak melakukan perjudian, tidak melakukan tindakan pemerasan dan pengancaman. Juventini tidak menyadari adanya unsur pelanggaran etika komunikasi di media sosial *twitter* karena menganggap sebagai hal biasa dan iseng dalam menggunakan media sosial. Sehingga perlu adanya pemahaman dan juga pengetahuan mengenai etika berkomunikasi melalui media sosial yang telah diatur dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik agar juvenini dapat menggunakan media sosial dengan lebih bijak lagi dan tidak melakukan pelanggaran etika komunikasi dalam menggunakan media sosial terutama pada penggunaan media sosial *twitter*.

Kata Kunci: *Twitter, Media Sosial, Etika Komunikasi, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik pasal 27.*

Abstract

***Social Media Communication Ethics Twitter (Juventini Indonesia)
Regarding the Application of Article 27 of the ITE Law
(Analysis Study on the Implementation of Article 27 of the Law on
Information and Electronic Transaction at Juventini Indonesia)***

IMAM MUTAQIN
169110099

This research is motivated by the freedom to use social media which has shifted the values of norms and ethics in good communication, especially in using social media twitter juventini. This study aims to determine the extent of the application of Article 27 of the Information and Electronic Transaction Act as the basis for communication ethics on social media Twitter at Juventini. The method used in this study is qualitative with research subjects at juventini, collecting data using interviews, observation and documentation. The result of this study indicate that the ethics of communication and the application of Article 27 of the Law on Information and Electronic Transactions on juventini through twitter social media have not been implemented by juventini, such as the use of harsh word, writing containing decency, insults and defamation. However, there are several communication ethics that can be applied by juventini, namely not being provocative, elements of decency in the context of pornography, not gambling, not committing acts of extortion and threats. Juventini elements are not aware of the element of violation of communication ethics on social media twitter because they think it is normal and a fad in using social media. So that there is a need for understanding and knowledge about the ethics of communicating through social media which has been regulated in the Information and Electronic Transactions Law so that juventini can use social media more wisely and so not violate communication ethics in using social media, especially on the use of twitter social media.

Keyword: *Twitter, Social Media, Communications Ethics, Electronic Information and Transaction Law article 27.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu perkembangan teknologi yang begitu pesat dalam bidang komunikasi menimbulkan berbagai macam inovasi dalam berinteraksi yang memudahkan seseorang untuk saling berhubungan satu sama lain melalui sebuah ide serta gagasan, hal tersebut bertujuan untuk mengetahui dan mempermudah jalannya proses aktifitas sosial agar dapat saling berkomunikasi. Dalam perkembangan teknologi ini menjadikan kita sebagai makhluk sosial agar lebih mudah berkomunikasi secara efektif.

Teknologi yang sedang berkembang pada saat ini yaitu adanya penggunaan alat-alat elektronik *smartphone* bermerk yang semakin canggih dan juga dilengkapi fitur-fitur unik didalamnya, membuat daya tarik minat masyarakat semakin tinggi meski dengan harga yang mahal sekalipun. *Smartphone* yang banyak digunakan seperti halnya *iPhone*, *samsung*, *vivo*, *oppo* dan lainnya, didalam *smartphone* canggih tersebut kita dapat dengan mudah mengakses internet dan menggunakan media sosial, dengan cukup memiliki kuota internet dan jaringan kita dapat secara langsung mengakses internet dan mendapatkan informasi dengan menggunakan aplikasi media sosial seperti *facebook*, *twitter*, *instagram*, *youtube* dan *whatsapp* yang mana media sosial tersebut sebagai wadah komunikasi.

Dengan adanya media sosial seperti *facebook*, *twitter*, *instagram*, *youtube* dan *whatsapp* yang salah satunya dapat digunakan sebagai alat berkomunikasi

saat ini setiap orang dapat dengan mudah berkirim pesan, gambar, ataupun video dan informasi lainnya yang dibutuhkan, tidak hanya itu saja bahkan untuk mencari kebutuhan pokok baik makanan, minuman dan barang-barang lainnya juga dapat dengan melalui media sosial. Media sosial dapat digunakan oleh berbagai kalangan mulai dari usia remaja hingga orang dewasa, media sosial ini secara luas juga dapat digunakan di berbagai daerah baik dalam kota maupun di pelosok daerah. Dapat dikatakan penggunaan media sosial ini sudah menjadi kebutuhan sehari-hari, bahkan setiap waktu tidak lepas dari yang namanya media sosial yang bertujuan untuk mengirimkan pesan komunikasi secara langsung untuk kebutuhan personal maupun interpersonal.

Media sosial merupakan jejaring sosial yang dapat menghubungkan seseorang untuk dapat berbagi informasi, gagasan, foto, video, dan banyak hal lainnya melalui jaringan tertentu (Siddiqui & Tainjer Singh, 2016). Media sosial bagi setiap penggunanya saat ini tidak hanya sebagai pengganti proses sarana komunikasi secara langsung, tetapi dengan menggunakan media sosial masyarakat juga lebih dimudahkan melalui adanya proses komunikasi serta lebih mudah mendapatkan informasi yang cepat terupdate dan juga dimanfaatkan dalam kegiatan bisnis maupun sebagai sarana pendidikan, dengan hal ini media sosial dianggap mempunyai sisi dan dampak positif bagi masyarakat sehingga banyak yang mengaksesnya dengan berbagai macam jenis media sosial.

Informasi yang didapat melalui media sosial tentunya informasi yang sebelumnya sulit di jangkau oleh masyarakat publik, sehingga sampai tepat pada tujuannya dimanapun dan kapanpun, dengan akses yang mudah digunakan

melalui media sosial tersebut berbagai sumber informasi dapat menyebar secara luas dan menyeluruh.

Harold D. Lasswell memaparkan fungsi media dapat dibagi menjadi tiga bagian.

Pertama, media memiliki fungsi sebagai pemberi informasi untuk publik luas tentang hal-hal yang berada di luar jangkauan penglihatan mereka.

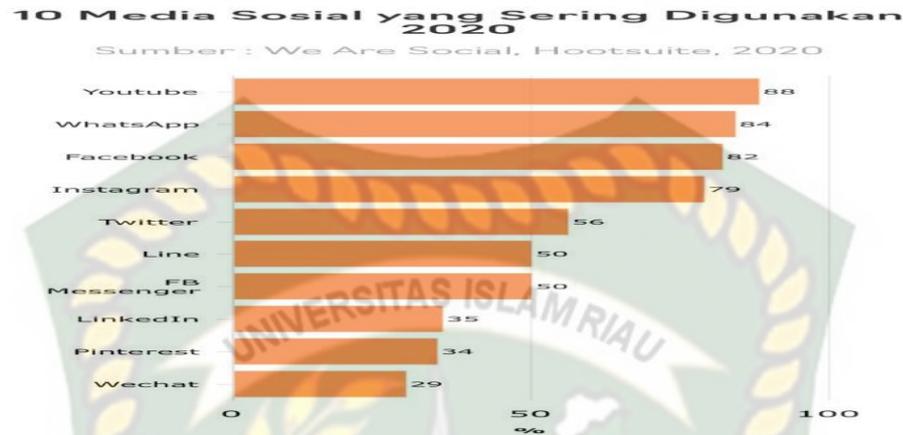
Kedua, media berfungsi melakukan seleksi, evaluasi, dan interpretasi atas informasi yang diperoleh.

Ketiga, media berfungsi menyampaikan nilai dan warisan sosial dan budaya kepada masyarakat (Haryatmoko, 2007). Dari penjelasan diatas bahwasannya media berfungsi tidak hanya sebagai sarana dalam menyebarkan dan mendapatkan sebuah informasi, namun dapat dikatakan memberikan interpretasi atas informasi dan juga menyebarkan nilai-nilai sosial dan kebudayaan.

Melihat tingginya jumlah pengguna media sosial khususnya yang terjadi di Indonesia dimana keberadaan pada aplikasi jejaring situs pertemanan dan terlebih media informasi yang paling sering di akses oleh banyak orang. Dapat dikatakan hampir seluruh masyarakat indonesia memiliki media sosial, pengguna media sosial tersebut tidak memiliki batasan usia, dari usia remaja sampai dengan orang dewasa juga banyak yang mengakses dan memiliki akun pribadi media sosial tersebut dengan eksistensi yang tinggi. Berdasarkan perkembangannya, Indonesia berada pada urutan kedua dunia setelah Amerika Serikat sebagi negara dengan penduduknya sebagai pengguna media sosial (Prio, 2015)

Gambar 1.1

Media sosial yang sering digunakan di Indonesia tahun 2020



Sumber: (We Are Social) Hootsuite, 2020 databoks.co.id

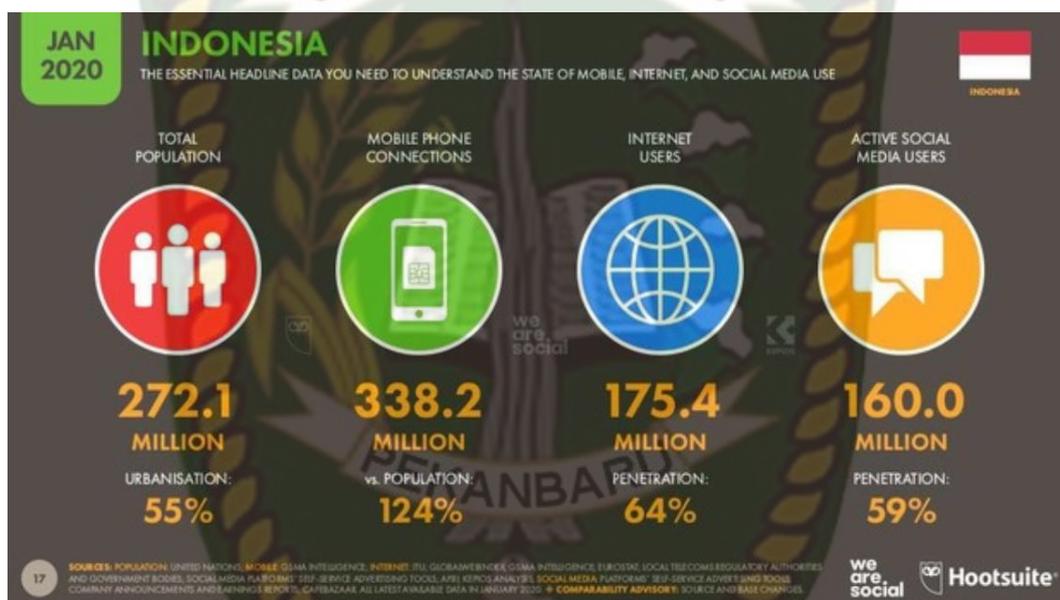
Melalui sumber informasi *We Are Social*, Youtube menjadi platform yang paling sering digunakan media sosial di Indonesia yang berusia 16 hingga 64 tahun. Persentase pengguna yang mengakses Youtube mencapai 88%. Media sosial yang paling sering diakses selanjutnya adalah WhatsApp yang jumlahnya sebesar 84%, Facebook sebesar 82%, dan Instagram 79%.

Sebagai informasi, rata-rata waktu yang dihabiskan masyarakat Indonesia untuk mengakses media sosial selama 3 jam 26 menit. Total pengguna aktif media sosial sebanyak 160 juta atau 59% dari total penduduk Indonesia. 99% pengguna media sosial melalui ponsel.

Melalui sumber yang dimuat pada detik.com, riset data terbaru dari *We Are Social*, pada tahun 2020 menyebutkan bahwa total 175,4 juta jiwa pengguna internet di Indonesia. Dibandingkan dari tahun sebelumnya, yang saat ini naik hingga 17% atau 25 juta jiwa pengguna internet di Indonesia. Berdasarkan total populasi di Indonesia yang berjumlah 272,1 juta jiwa, maka dari itu artinya 64% setengah penduduk telah merasakan akses ke dunia maya.

Persentasi pengguna internet berusia 16 hingga usia 64 tahun yang diantaranya memiliki masing-masing jenis perangkat, diantaranya mobile phone (96%), smartphone (94%), non-smart mobile phone (21%), laptop atau komputer dekstop (66%), table (23%), konsol game (16%), hingga virtual reality device (5,1%).

Gambar 1.2
Jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2020



Sumber : (*We Are Social*) m.detik.com

Berdasarkan data diatas dapat diketahui saat ini masyarakat Indonesia yang memiliki *smartphone* atau ponsel sebanyak 338,2 juta jiwa. Begitu juga dengan data yang tak kalah menariknya, ada 160 juta pengguna aktif media sosial. Bila dibandingkan dengan setahun sebelumnya 2019, maka pada tahun 2020 ini *We Are Social* menemukan adanya peningkatan 10 juta orang di Indonesia yang aktif di media sosial.

Adapun media sosial yang paling banyak diakses oleh pengguna internet

di Indonesia yang paling atas adalah *Youtube, whatsapp, facebook, instagram, twitter, line, facebook messenger, linkedln, pinterest, we chat, skype, tiktok, tumblr, reddit, sina weibo*.

We Are Social juga mengungkapkan rata-rata kecepatan koneksi internet mobile hanya sekitar 13,83 Mbps, sedangkan rata-rata kecepatan koneksi internet fix di angka 20,11 Mbps.

Sejalan dengan perkembangan teknologi informasi, media sosial sangat berpengaruh dalam ruang lingkup kehidupan seseorang, baik dalam cakupan aktifitas maupun pola pikir manusia, oleh karena itu kita sebagai pengguna media sosial harus cermat serta dapat menyikapi dengan baik dan bijak, sehingga tidak serta merta mengabaikan kehidupan nyata yang dapat merugikan perilaku diri sendiri dan orang lain. Dalam penggunaan media sosial tentunya tidak sembarangan ada etika-etika yang juga seharusnya perlu dijaga, agar mendapatkan hal baik dan positif untuk menyaring informasi terlebih dahulu dan juga mengirimkan pesan dan informasi dengan baik agar dapat diterima oleh publik, dengan unsur yang dapat menghibur dan juga sebagai sumber informasi yang bermanfaat dan faktual.

Dari informasi yang kita ketahui penyalahgunaan media sosial juga sering kali terjadi di Indonesia, tidak jarang kita dapati adanya pelanggaran-pelanggaran oleh sekelompok oknum pengguna media sosial yang mengakibatkan terjadinya perselisihan serta kesalah fahaman antar sesama penggunanya dalam cara berkomentar dengan nada negatif maupun mengirimkan pesan atau kalimat dengan nada kasar yang tidak biasa didengar seperti cacian, ancaman, bullyng,

sara, penyebaran hoax, pornografi, dan provokasi saling singgung-menyinggung diantaranya. Hal ini dapat berpengaruh besar mengundang emosional dan perselisihan di dunia nyata yang sangat berakibat.

Penggunaan media sosial di kalangan organisasi komunitas atau kelompok masyarakat saat ini merupakan hal yang tidak dapat dihindari, dapat dikatakan setiap waktu dan setiap harinya dapat mengakses media sosial yang digunakan sebagai alat mengakses sumber informasi, hiburan, media promosi, dan sarana penghubung komunikasi antar sesama, seperti dalam media sosial *facebook*, *twitter*, *instagram* dan *whatsapp*, yang digunakan untuk saling berinteraksi berkirim pesan ataupun komentar.

Komunitas merupakan sebuah kelompok yang terdiri dari berbagai individu yang memiliki kesamaan atau kemiripan ciri, minat, aktifitas, bahkan profesi, dalam suatu lingkup tertentu. Tetapi sama sekali tidak dijelaskan bahwa dalam komunitas setiap individu memiliki tujuan yang sama atau memiliki kesamaan usaha untuk mencapai satu tujuan. Karena didalam komunitas setiap individu dapat memiliki tujuan yang berbeda, hanya minat, ciri, aktifitas, dan profesi yang sama.

Menurut George Hillery Jr, komunitas adalah sekelompok orang yang tinggal didaerah dan memiliki hubungan untuk berinteraksi dengan satu sama lain. Menurut Vanina Delobelle, komunitas merupakan sarana berkumpulnya orang-orang yang memiliki kepentingan bersama, komunitas yang dibentuk oleh empat faktor :

1. Pertama, keinginan untuk berbagi dan berkomunikasi di antara anggota sesuai dengan kepentingan bersama.
2. Basecamp atau wilayah di mana mereka biasanya berkumpul.
3. Berdasarkan kebiasaan di antara anggota yang selalu hadir.

Sekelompok orang yang terdiri dalam organisasi komunitas tentunya tidak dapat dilepaskan dari jangkauan internet, yang didalamnya terdapat media sosial. Seperti adanya komunitas suporter klub sepakbola, melalui media sosial baik dari *twitter*, *facebook*, *instagram*, *whatsapp* dan lainnya, segala upaya bentuk aktifitas eksistensi dan dukungan terhadap klub sepakbola juga dapat dilakukan, seperti memposting informasi tentang sepakbola, jadwal pertandingan, foto beratribut klub, memberikan komentar, berdebat, saling membully antar suporter dan bahkan memprovokasi tim lawan pun dilakukan, demi membela klub yang didukung.

Juventini Indonesia merupakan sebuah wadah organisasi komunitas sekelompok suporter pecinta klub sepakbola Juventus asal Italia yang bermarkas di Kota turin, Italia. Komunitas ini didirikan berdasarkan sejalanannya, hoby, fanatisme dan rasa cinta terhadap klub tersebut. Klub yang berjuluk bianconeri menjadi klub asal negeri pizza yang paling banyak di gemari di seluruh dunia terutama di Indonesia. Pada tanggal 28 Juli 2006 secara resmi komunitas ini dideklarasikan, sekaligus memperkenalkan sebuah media komunikasi forum kaskus di dunia maya.

Melalui media forum kaskus, komunitas Juventini Indonesia semakin bergerak menunjukkan eksistensinya, hingga hampir sampai ke seluruh daerah di Indonesia. Kegiatan-kegiatan yang dibuat dan agenda seperti bermain *futsal*,

sepakbola, nonton bareng hingga kegiatan *sosialisasi* semakin memperkuat dan menaikkan eksistensi Juventini Indonesia. Dan pada akhirnya Juventini Indonesia membentuk kepengurusan secara resmi. Dan secara perlahan memiliki akun resmi media sosial mulai dari *facebook, twitter*, dan pada saat ini hingga *instagram* dan juga *whatsapp*. Melalui media sosial Juventini saling berinteraksi dan berkomunikasi untuk membuka forum, menarik minat dan menambah keanggotaan member pada setiap bulannya sehingga semakin banyak yang ikut bergabung dalam komunitas tersebut. Banyaknya member tak lepas dari peran forum media sosial pada saat itu dan sekarang ini yang mana dampak dan pengaruh media sosial tersebut membuat Juventini Indonesia semakin besar dan berkembang, hal tersebut dapat dilihat melalui media sosial yang saat ini memiliki banyak jumlah followers seperti *facebook (117rb pengikut), twitter (135rb pengikut) dan Instagram (16,5rb pengikut)*. Semakin banyaknya followers di platform media sosial membuat aktifitas Juventini Indonesia semakin berlanjut hingga saat ini.

Dengan adanya media sosial sebagai forum berinteraksi dan berkomunikasi baik secara individu maupun kelompok membuat setiap orang dengan mudah dan bebas berkomentar, mencari informasi terbaru, dan sebagai tempat hiburan. Termasuk dengan kelompok komunitas Juventini Indonesia dimana memudahkan mereka untuk semakin menunjukkan identitas dan eksistensinya. Namun, yang sering terjadi dalam penggunaan terhadap media sosial tersebut tidak berdasarkan ilmu pengetahuan dan pemikiran yang baik dalam penyampaian etika berkomunikasi.

Sebagaimana yang kita ketahui akhir-akhir ini semakin meningkatnya angka tindakan kriminal dan perbuatan yang tidak terpuji di dunia media sosial baik berupa kata-kata yang bernada kasar, ancaman, cacian, bullyng, sara, penyebaran hoax, pornografi, provokatif, dan juga saling singgung diantara sesama penggunanya.

Nilai-nilai yang terbentuk dalam hubungan masyarakat didalamnya bertujuan untuk mengatur bagaimana cara kita dalam berinteraksi dan berkomunikasi dengan sesama tanpa ada yang tersinggung dan tersakiti. Terlebih komunikasi merupakan hal yang tidak lepas dalam kehidupan sehari-hari manusia (Nasrullah, 2015). Komunikasi menjadi aktifitas yang paling utama dalam keseharian, mulai dari awal bangun tidur hingga tidur lagi yang dilakukan secara formal maupun non formal, meski hanya sekedar sedikit berinteraksi atau hanya obrolan basa-basi.

Melalui interaksi tersebut seseorang lambat laun dapat menciptakan nilai-nilai keragaman dan kebersamaan yang kemudian dapat disebut sebagai kebudayaan. Dalam berkomunikasi atau penggunaan penulisan sebuah kata ataupun kalimat di media sosial yang tidak sesuai dengan etika, dapat juga berakibat pada suatu hal yang tidak menyenangkan dan menimbulkan suatu kesalah pahaman antar sesama (Kiyamiyati, 2010).

Melihat adanya penggunaan media sosial pada sebagian atau sekelompok komunitas suporter klub sepakbola, Juventini Indonesia yang ingin selalu tampak dan menunjukkan eksistensinya di dunia maya atau media sosial, dimana hal tersebut merupakan menjadi aktifitas disetiap harinya melalui penggunaan media

sosial dan keberadaanya membuat Juventini Indonesia ingin selalu mendapat pengakuan dari berbagai kalangan terutama dalam akses aktifitas di dunia maya dan media sosial yang mana hal tersebut dapat membuat pengaruh besar.

Terkait dengan hal ini perlu adanya pembatasan dalam penggunaan media sosial yang baik dan digunakan dengan bijak oleh Juventini Indonesia, dengan pembatasan akses penggunaan media sosial saat ini dinilai sangat penting karena berbagai macam muatan konten yang terdapat dalam jaringan internet dan media sosial sangat mudah sekali dan juga maraknya tindakan kriminal di media sosial yang semakin meningkat pada dunia maya misalnya, cacian, ancaman, bullyng, sara, penyebaran hoax, pornografi dan provokatif saling singgung-menyinggung diantaranya.

Hal ini dapat berpengaruh besar mengundang emosional dan perselisihan di dunia nyata yang sangat berakibat. Dari kesalahan oknum pengguna media sosial tersebut tentunya masih banyak lagi jenis pelanggaran yang dilakukan oleh pengguna media sosial, hal ini dapat merugikan diri sendiri dan banyak hal terutama dalam lingkungan sosial masyarakat. Oleh karena itu pengguna media sosial perlu adanya pengawasan dan batasan sehingga tidak mudah terprovokasi oleh adanya komentar-komentar negatif dari beberapa oknum.

Berikut ini ada beberapa contoh postingan media sosial dari oknum Juventini Indonesia yang diambil dari akun media sosial *twitter* dan *facebook* :

Tabel 1.1
Postingan Oknum Juventini Indonesia di Media Sosial

Postingan



Dari beberapa contoh postingan di atas penggunaan media sosial pada Juventini Indonesia tidak berdasarkan dengan ilmu dan pemahaman etika dalam berkomunikasi melalui media sosial, hal ini termasuk dalam pelanggaran etika komunikasi.

Berkaitan dengan etika komunikasi dan padatnya penggunaan akses media sosial dalam lingkungan masyarakat, dalam penggunaannya media sosial telah diatur melalui badan hukum di Indonesia. Dalam undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) atau Undang-undang dengan nomor 11 tahun 2008 dimana UU tersebut yang mengatur tentang informasi serta transaksi elektronik, atau teknologi informasi secara umum. Pada tahun 2016 Undang-undang tersebut diubah menjadi UU ITE nomor 19 tahun 2016.

Menurut wikipedia, Undang-undang tersebut memiliki yuridiksi yang berlaku untuk setiap orang yang melakukan perbuatan hukum sebagaimana diatur dalam Undang-undang ini, baik yang berada di wilayah Indonesia maupun di luar wilayah hukum Indonesia, yang memiliki akibat hukum di wilayah hukum Indonesia dan/atau di luar wilayah hukum Indonesia dan merugikan kepentingan Indonesia.

Berikut ini bunyi dalam UU ITE nomor 19 tahun 2016 pasal 27 ayat 1-4:

1. Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan yang melanggar kesusilaan.
2. 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 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 dan/atau pengancaman.

Kemajuan teknologi dan arus globalisasi yang semakin meluas membuat kebudayaan dan norma-norma kehidupan menjadi semakin memudar. Dalam hal ini dapat berimbas pada kurangnya etika nilai-nilai hubungan antara masyarakat serta kesantunan dan moral masyarakat dalam kehidupan sehari-hari, bahkan tidak hanya kurang pada etika kesantunan dalam jalinan komunikasi, kekerasan fisik pun jadi salah satunya. Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi tidak hanya memberikan dampak positif kepada masyarakat (Keumala et al, 2018), tetapi konsekuensi negatif yang seringkali dapat merugikan individu maupun kelompok. Oleh karena itu perlu bagi setiap orang atau masyarakat dan juga termasuk kelompok organisasi komunitas Juventini Indonesia menyadari bahwa dalam etika menggunakan media sosial harus dengan bijak, menyaring informasi, dan memberikan postingan dengan contoh yang baik dan positif. Tentunya dengan dapat menggunakannya sebagai sarana hiburan dan sebagai sumber informasi yang faktual.

B. Identifikasi Masalah

1. Pelanggaran yang dilakukan di media sosial *twitter* dikarenakan kurangnya kesadaran dan pemahaman serta adanya pengaruh tulisan dan postingan yang melanggar etika berkomunikasi yang terdapat di media sosial.
2. Penggunaan kalimat atau kata-kata yang melanggar di media sosial.
3. Kurangnya Nilai sosialisasi dan Norma budaya dalam berkomunikasi di media sosial.

C. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks fokus penelitian yang dibuat peneliti, berfokus pada penelitian Etika Komunikasi dan Implementasi Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 27 pada Juventini Indonesia.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan konteks pembahasan diatas, dengan ini rumusan masalah yang akan diteliti ialah:

1. Bagaimana Etika Komunikasi pada Juventini Indonesia dalam menggunakan media sosial yang berkaitan dengan Implementasi Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 27?
2. Apa yang menjadi faktor penyebab Juventini Indonesia melakukan pelanggaran Etika Komunikasi melalui media sosial?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

- 1) Untuk dapat mengetahui Etika Komunikasi bermedia sosial dalam penerapan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik pasal 27 pada Juventini Indonesia.
- 2) Agar dapat mengetahui faktor penyebab Juventini Indonesia melanggar Etika Komunikasi melalui media sosial.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan sebagai referensi terhadap peneliti yang akan datang serta sebagai penambah ilmu pengetahuan dan pemikiran yang positif dalam penggunaan media sosial.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap lingkungan sosial masyarakat terlebih pada Juventini Indonesia agar dapat menerapkan Etika Komunikasi dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 27 dalam menggunakan media sosial yang baik, dan juga sebagai pemberi manfaat pada seluruh kalangan yang menggunakan media sosial

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Literatur

1. Komunikasi Virtual

a. Definisi Komunikasi Virtual

Komunikasi Virtual adalah cara dalam berkomunikasi yang dilakukan melalui (proses penyampaian dan penerimaan pesan) menggunakan cyberspace yang disebut dengan dunia maya yang salah satunya memanfaatkan jaringan internet yang sifatnya interaktif. Komunikasi virtual tidak dapat dilepaskan dari sebuah media internet yang menggunakannya sebagai alat komunikasi (Werner, 2001:447).

Komunikasi virtual merupakan salah satu teknologi jaringan informasi dan komunikasi yang berkembang pada saat ini, dapat disebut juga dengan media baru atau New media. Media baru ini sebagai istilah yang dimaksudkan dalam kemunculan jaringan pada abad ke-20 ini. disebutkan dalam wikipedia new media merupakan sebuah terminologi untuk menjelaskan konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi serta terhubung ke dalam jaringan.

Ron Rice mendefinisikan media baru sebagai alat teknologi komunikasi yang melibatkan komputer didalamnya yang memberikan fasilitas kepada penggunanya untuk berinteraksi antar sesama pengguna ataupun dengan informan yang diinginkannya.

New media merupakan komunikasi yang menggunakan alat teknologi meliputi komputer dan smartphone dan juga teknologi lainnya yang dapat terkoneksi melalui jaringan serta mudah cepat diakses untuk mendapatkan informasi dan adanya aplikasi-aplikasi yang telah terhubung dengan internet sehingga komunikasi tersebut dapat berjalan dengan interaktif (Setiawan, 2013).

Sebagai sarana berkomunikasi, komunikasi virtual tidak lepas dari bagian media internet. Pada saat ini setiap orang berkomunikasi tidak harus dengan bertatap muka secara langsung dengan waktu yang diinginkan. Dengan hal ini dapat berpengaruh terhadap kebiasaan setiap orang saat sedang berkomunikasi atau pada saat menyampaikan informasi. Dengan adanya komunikasi virtual setiap orang dengan mudah dan leluasa tanpa adanya hambatan selama masih terhubung dalam jangkauan akses jaringan internet. Karena sebagai sarana media komunikasi virtual jaringan internet tidak erbatas dalam penggunaannya bahkan di setiap waktu, sehingga dengan mudah menyampaikan informasi dengan secara luas dan dapat diakses oleh berbagai macam kalangan.

Dalam komunikasi virtual dapat memungkinkan seseorang untuk berinteraksi namun dalam keadaan yang sebenarnya setiap penggunanya tidak secara langsung menggunakannya ditempat tersebut. Komunikasi secara virtual dengan menggunakan internet dapat dibedakan kedalam dua jenis komunikasi virtual.

b. Jenis Komunikasi Virtual

1. Asynchronous Communication

Komunikasi yang dilakukan melalui media internet dengan pengirim dan penyampaian pesan dalam berinteraksi tidak pada kedudukan tempat dan waktu yang dilakukan secara bersamaan dengan penerimanya, namun pesan tetap dapat sampai kepada yang dituju dan dapat diterima oleh penerima.

c. Model-model Komunikasi Virtual

Keberadaan internet sebagai media komunikasi yang membawa kemajuan dan perubahan yang begitu besar di era teknologi komunikasi dan informasi saat ini. Dalam beberapa jenisnya, Komunikasi Virtual dapat dibedakan menjadi tiga model yaitu E-mail, Chatting dan juga Web.

1. E-Mail

Kata E-mail terdiri dari dua suku kata yaitu “e” dan “mail”. “e” yang mempunyai arti elektronik, dan “mail” yang berarti surat. Sehingga dapat dikatakan E-mail sebagai sarana mengirim surat dengan menggunakan media elektronik internet. Karena dalam hal ini E-mail sama dengan surat biasa yang prosesnya harus melewati beberapa kantor pos sebelum sampai ditempat yang dituju. Dengan ini E-mail merupakan jenis komunikasi asynchronous communication, yang dimaksud dengan pengirim pesan dan penerimanya tidak berada pada dalam waktu dan tempat yang sama.

2. Chatting

Chatting adalah salah satu fasilitas media internet yang mana dapat kita gunakan dalam berkomunikasi secara interaktif baik dengan satu orang

ataupun lebih secara online. Dengan ini chatting merupakan jenis komunikasi synchronous communication yang berarti komunikasi melalui internet dengan interaksi di waktu yang bersamaan.

3. Web

Web merupakan media yang digunakan sebagai tempat sumber informasi secara online dan sifatnya virtual yang didalamnya terdapat bermacam link informasi yang tidak ada batasnya. Dalam hal ini Web dapat dibedakan dalam tiga macam bagian, yaitu:

- 1) Sebagai tempat informasi umum seperti berita online, informasi pelayanan umum, dan sebagainya.

Contohnya : detik.com, kompastv.com

- 2) Sebagai informasi khusus yang bertentangan dengan suatu lembaga, atau informasi dalam berbagai kategori.

Contohnya : depkominformasi.go.id

- 3) Informasi Komersial contohnya : kapanlagi.com

Berdasarkan jenisnya Web dapat dibedakan dalam dua jenis yang pertama official web (website resmi yang dimiliki oleh lembaga), dan yang kedua unofficial web (web yang tidak resmi dimiliki secara personal atau perorangan, seperti misalnya pada “Blog”).

2. Etika Komunikasi

Dalam konteks ilmiah pengertian etika berasal dari Bahasa Yunani, yang berasal dari kata *ethos* yang memiliki banyak arti yaitu kebiasaan, adat, akhlak, watak, perasaan, sikap, dan cara berfikir. Etika berkaitan dengan perkataan moral

yang merupakan istilah dari bahasa Latin, yaitu *mos* dan dalam bentuk jamaknya *mores*, yang berarti juga adat kebiasaan atau cara hidup seseorang dengan melakukan perbuatan yang baik dan menghindari hal-hal tindakan yang buruk. Maka, jika kita membatasi diri pada asal usul katanya, etika dapat diartikan sebagai ilmu tentang apa yang biasa dilakukan atau ilmu tentang adat kebiasaan (Bertens, 2005:4).

Menurut Ki Hajar Dewantara (1962), etika ialah ilmu yang mempelajari segala soal kebaikan dan keburukan di dalam hidup manusia, yang mengenai gerak-gerik pikiran dan rasa yang dapat merupakan pertimbangan dan perasaan, sampai mengenai tujuan yang dapat merupakan perbuatan.

Dengan hal ini etika sangat berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada suatu masyarakat atau kelompok masyarakat dan dengan segala kebiasaan yang dianut dan diwariskan dari satu orang ke orang lain atau dari satu generasi ke generasi yang lain. Kebiasaan ini terungkap dalam perilaku berpola yang terus berulang sebagai suatu kebiasaan (keraf, 1998:14).

Menurut sudut pandang Sarah Trenholm dan Arthur Jensen (1996) dalam Wiryanto (2004) mendefinisikan komunikasi sebagai “*A Process by which a source transmits a message to a receiver through some channels.*” (komunikasi adalah suatu proses dimana sumber mentransmisikan pesan kepada penerima melalui beragam saluran).sedangkan menurut Bernard dan Gary (1964) definisi komunikasi “*communication: the transmission of information, ideas, emotions, skills, etc. By the uses of symbol.*” komunikasi adalah transmisi informasi,

gagasan, emosi, keterampilan dan lainnya. Tindakan dan transmisi tersebut yang disebut dengan komunikasi (Wiryanto, 2004:7).

Shannon dan Weaver mengatakan bahwa komunikasi adalah proses pemindahan makna dari sumber pesan (source) kepada penerima pesan (receiver). Shanon dan Weaver (1949), juga menyatakan bahwa komunikasi merupakan bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu dengan yang lain baik secara sengaja maupun tidak sengaja dan tidak ada batasan dalam bentuk komunikasi verbal tetapi juga ada dalam bentuk ekspresi muka, lukisan seni, dan teknologi (Wiryanto, 2004:7).

Pada umumnya Komunikasi adalah sebuah proses dalam penyampaian informasi berupa ide, pesan, dan gagasan dari satu sumber ke sumber lainnya. Komunikasi dapat dilakukan secara lisan atau verbal dan dari kedua narasumber dapat saling mengerti apa yang telah disampaikan satu sama lain. Komunikasi juga dapat dilakukan dengan menggunakan bahasa tubuh seperti menggerakkan tangan, kepala dan meng ekspresikan melalui wajah, komunikasi tersebut adalah komunikasi non verbal.

Dalam penjelasan di atas etika sangat berkaitan dengan penilaian perilaku manusia yang memberikan contoh baik dan tidak baik, yang benar dan tidak benar dan yang pantas ataupun tidak pantas, yang berguna dan tidak berguna, dalam hal tersebut mentaati undang-undang dapat dikatakan taat terhadap etika. Dengan hal ini etika komunikasi merupakan ilmu yang mengatur dalam segala aspek komunikasi secara baik dan buruk.

Terdapat tujuh perspektif etika komunikasi yang ada dalam perspektif

yang berkaitan menurut (Mufid, 2009:185) sebagai berikut:

1. Perspektif Politik. Dalam perspektif ini, etika dapat mengembangkan dan menumbuhkan sikap adil dengan memilih atas dasar kebebasan, pengutamaan motivasi, dan menanamkan penghargaan dari suatu perbedaan.
2. Perspektif sifat manusia. Manusia memiliki kemampuan serta sifat yang paling mendasar dalam berfikir dan kemampuan menggunakan simbol serta memahami apa yang dilakukan dan bebas untuk memilih melakukannya.
3. Perspektif dialog. Sikap dialogal adalah sikap setiap partisipan komunikasi yang ditandai dengan sikap kualitas keutamaan yaitu seperti keterbukaan, kejujuran, kerukunan, intensitas melalui proses interaksi dua arah dan lainnya.
4. Perspektif situasional. Faktor situasional adalah relevansi dalam setiap penilaian moral dan dalam etika memperhatikan peran dan fungsi komunikator, standar khalayak, derajat kesadaran, tujuan dan nilai khalayak serta standar khalayak untuk komunikasi etnis.
5. Perspektif religius. Kitab suci religius dapat digunakan sebagai standar mengevaluasi etika komunikasi.
6. Perspektif utilitarian. Standar utilitarian untuk mengevaluasi cara dan tujuan komunikasi dapat dilihat dari adanya kegunaan, kegembiraan dan kesenangan.

7. Perspektif legal. Perilaku komunikasi yang legal, sangat disesuaikan dengan aturan yang berlaku dan yang dianggap sebagai perilaku etnis.

Ada tiga pertimbangan mengapa adanya penerapan etika komunikasi yang semakin diperlukan (Boris, 1994 Haryatmoko, 2007:38) sebagai berikut:

1. Media memiliki kekuasaan dan efek yang dahsyat terhadap publik. Media dapat memanipulasi dan mengalienasi publik, maka dari itu media dapat melindungi publik yang lemah.
2. Dengan adanya etika komunikasi berupaya untuk menjaga keseimbangan antara kebebasan berekspresi dan bertanggung jawab.
3. Mencoba untuk dapat menghindari kemungkinan dampak negatif dari logika instrumental, dikarenakan logika lebih cenderung mengabaikan nilai dan makna.

3. Etika Komunikasi Bermedia Sosial

Penggunaan keomunikasi di media sosial sering kali dan juga banyak ditemukan menggunakan bahasa yang tidak baku atau tidak sesuai dengan Ejaan Yang Disempurnakan (EYD). Penulisan yang baik dan baku sangat diperlukan saat membuat postingan atau status dalam menggunakan media sosial seperti facebook, twitter, instagram dan media sosial lainnya, dikarenakan penulisan EYD berkaitan dengan etika dalam berkomunikasi bagi sesama penggunanya.

Dalam perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat pada perkembangan media sosial menimbulkan bermacam konsekuensi dan menjadikan pergeseran pemikiran bagi banyak penggunanya. Hal tersebut

dikarenakan sosial media menjadi tempat berbagi segala aktivitas dan juga untuk mencurahkan segala pikiran dan emosional dalam diri penggunanya seperti memposting gambar dan juga tulisan tanpa adanya melihat etika dalam bermedia sosial. Mudahnya dalam menggunakan media sosial membuat semua bagi penggunanya seakan lupa dengan menurunnya etika terutama bagi kalangan umum dan masyarakat pengguna. Dalam hal ini seakan etika tidaklah penting berbeda dengan masa lampau yang mana etika menjadi satu alasan yang dianggap penting bagi banyak orang di Indonesia.

Menurut Mursito (2006) yang mengatakan bahwa etika komunikasi yang baik dalam bermedia sosial yaitu tidak menggunakan kalimat kasar, unsur Sara, provokatif, dan unsur pornografi. Dan juga tidak memposting dan menyebarkan berita hoax atau berita bohong, tidak mengcopy paste artikel dan gambar yang mempunyai hak cipta dan bisa memberikan komentar yang relevan (dalam Maulida dan Suyatno, 2016:12).

Tanpa kita sadari kemudahan dalam mengakses dan menggunakan media sosial membuat kita terjebak dalam penggunaannya dan membuat menurunnya kualitas etika karena mengikuti alur dan tuntutan dalam perkembangan zaman. Pada saat ini media sosial menjadikan sebagai tempat untuk berbagi segala aktivitas dan cerita dalam keseharian, mencurahkan rasa emosional dalam bentuk tulisan, foto ataupun dalam bentuk video dimana hal tersebut juga tidak jarang mengesampingkan adanya etika. Tidak hanya sebagai media informasi, saat ini media sosial sudah menjadi media sensasi untuk berekspresi.

Seiring berkembang dan semakin bergantungnya masyarakat pada

teknologi informasi terutama dalam penggunaan media sosial hal tersebut membuat hilangnya kesadaran dalam etika berkomunikasi. Ketika yang seharusnya tidak dilakukan menjadi mudah dan wajar untuk dilakukan. Begitu pula menganggap hal tersebut sebagai perilaku yang wajar dengan bermacam pembenaran dan pembelaan. Dalam media sosial *facebook* yang merupakan salah satu media komunikasi yang sifatnya publistik dan tidak memiliki batasan dalam penggunaan serta pemanfaatannya sehingga dapat kita temui beberapa pesan komunikasi seperti dalam penggunaan kata dan kalimat yang bernada kasar atau yang tidak baik untuk di publikasikan apabila melihat dari etika dan moral. Tidak hanya itu saja banyak juga postingan gambar dan video yang diunggah di beberapa media sosial seperti *facebook*, *twitter* dan *instagram* yang sebagian besar memperlihatkan postingan berupa gambar yang tidak senonoh, menebar aurat baik perempuan dan juga laki-laki sehingga hal tersebut dapat dikatakan menandung unsur pornografi dan pelecehan seksual.

Media sosial yang mana pada umumnya banyak diakses oleh para penggunanya yang bersifat heterogen yang dapat dilihat dari segi agama, budaya, usia dan juga kelas sosial. Pada penggunaannya media sosial, etika menjadi sebuah ukuran agar dalam penyampaian pesan atau kalimat tidak bersifat provokatif ataupun pesan yang dapat menimbulkan masalah dan perpecahan antar masyarakat, terutama di Indonesia yang mana masyarakat memiliki beragam agama, suku, dan budaya. Di dalam agama pun memiliki standar etika yang beragam hal tersebut ketika etika dalam berkomunikasi di media sosial tidak dijadikan sebagai acuan saat penggunaannya dapat menimbulkan konflik yang

menyebabkan terjadinya perpecahan, kerusuhan dan kebencian menjadi salah satu dampak dari penggunaan media sosial yang tidak bijak.

Memposting dan menggunakan bahasa yang baik, memberikan komentar positif, memberikan apresiasi terhadap karya orang lain dengan menyertakan sumbernya, tidak memposting ulang informasi yang sifatnya privat dan pribadi dikarenakan dapat menimbulkan seseorang bahkan sekelompok orang untuk melakukan tindak kejahatan, menghindari postingan yang memiliki unsur Sara untuk disebarluaskan dan juga pornografi dan juga untuk tidak mudah percaya dengan informasi dan berita yang berada di media sosial atau dengan niat mencari tau informasi dan berita yang belum pasti kebenarannya tersebut.

4. Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik

Melihat perkembangan teknologi informasi saat ini sebagai pengguna media sosial tentunya dapat memperhatikan etika dan bijak pada saat menggunakan serta mengakses media sosial dengan mematuhi undang-undang yang telah diatur sehingga pada saat menggunakan media sosial dapat terhindar dari pelanggaran UU ITE. Berdasarkan pada etika komunikasi, di Indonesia telah mengatur etika komunikasi yang terdapat dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Nomor 19 Tahun 2016 Pasal 27.

Perlu kita ketahui bahwa adanya perubahan terhadap UU ITE, dalam rancangan Undang-Undang perubahan atas UU ITE telah disahkan menjadi Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Dalam naskah UU tersebut tertulis didalam Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 251 dan ditambah

dengan Lembaran Negara Nomor 5952 dan secara resmi diberlakukan setelah melewati 30 hari sejak disahkan. Dan UU tersebut mulai diberlakukan pada tanggal 28 November 2016.

Beberapa perubahan dalam UU ITE yang baru sebagai berikut, Untuk menghindari multi tafsir terhadap ketentuan larangan mendistribusikan, atau mentransmisikan dan/atau pencemaran nama baik pada ketentuan Pasal 27 ayat (3), dilakukan 3 (tiga) perubahan sebagai berikut:

- a. Menambahkan penjelasan atas istilah “mendistribusikan, mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik”.
 1. Yang dimaksud dengan istilah “mendistribusikan” adalah mengirimkan dan/atau menyebarkan Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik kepada banyak orang atau berbagai pihak melalui Sistem Elektronik.
 2. Yang dimaksud dengan istilah “mentransmisikan” adalah mengirimkan Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang ditujukan kepada satu pihak lain melalui Sistem Elektronik.
 3. Adapun yang dimaksud dengan “membuat dapat diakses” adalah semua perbuatan lain selain mendistribusikan dan mentransmisikan melalui Sistem Elektronik yang menyebabkan Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dapat diketahui oleh pihak lain atau publik.
- b. Menegaskan bahwa ketentuan yang sudah ada tersebut adalah delik aduan bukan delik umum.
- c. Menegaskan bahwa unsur pidana pada ketentuan tersebut mengacu pada ketentuan pencemaran nama baik dan fitnah yang telah diatur dalam KUHP.

Berikut ini bunyi dari UU ITE No 19 tahun 2016 Pasal 27 sebagai berikut:

- a. Setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa adanya hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan yang melanggar kesusilaan.

secara definisi menyebutkan dalam bahasa Belanda kesusilaan berarti “*zeden*” sedangkan didalam bahasa Inggris memiliki arti “*morals*”. Sedangkan dalam kamus hukum kesusilaan yang berarti sebagai tingkah laku, perbuatan perkataan bahwa sesuatu yang berkaitan dengan norma-norma yang berhubungan dengan sikap sopan santun, baik budi bahasanya, kesopanan dan keadaban, tata tertib dan adat istiadat yang baik sehingga masyarakat dapat menilai bahwa kesusilaan itu berkelakuan dengan baik dan benar dan hal yang salah berhubungan dengan perbuatan yang memiliki unsur seksual (Fattah, 2010:15).

Mengenai dengan definisi “melanggar kesusilaan” pemerintah tidak memberikan penjelasan dan pemahaman pembelajaran sehingga dapat dikatakan beragam pandangan. Namun hal tersebut berkaitan dengan perbuatan melanggar kesusilaan dapat dilihat atau merujuk pada ketentuan yang disebutkan pada pasal kesusilaan dalam KUHP. Dalam UU KUHP terdapat tiga objek yakni berupa tulisan, gambar dan benda yang bersifat melanggar kesusilaan.

Disebutkan Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia kata “kesusilaan” memiliki arti:

1. Baik budi bahasanya, sopan, tertib dan beradab.
 2. Adat istiadat yang baik, sopan santun, kesopanan, keadaan.
 3. Pengetahuan tentang adat (Poerdanaminta, 2003:98).
- b. Setiap orang dengan sengaja dan tanpa adanya hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan perjudian. Seperti kita ketahui biasanya perjudian dilakukan secara terang-terangan atau secara langsung dan tatap muka namun berbeda hal dengan pengguna internet saat ini yang dengan melakukan perjudian secara online melalui akses yang tersedia, contohnya seperti judi pertandingan sepakbola, game online dan yang lainnya yang berkaitan dengan penggunaan internet dan biasanya menyertakan nomor rekening milik pribadi yang digunakan untuk taruhan.
- c. Setiap orang dengan secara 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. Seseorang yang dengan sengaja menuliskan ataupun memposting foto dan video yang ditujukan pada seseorang dengan unsur menyerang dan menjelekkan kehormatan atau nama baik orang lain dengan maksud untuk diketahui oleh khalayak umum.
- d. Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau

Dokumen Elektronik yang memiliki muatan pemerasan dan/atau pengancaman.

Pemerasan merupakan tindakan yang dilakukan secara memaksa seseorang untuk menyerahkan sejumlah uang atau barang berharga yang dimiliki yang dapat menguntungkan diri sendiri maupun orang lain. Sedangkan Pengancaman merupakan tindakan memaksa seseorang yang dilakukan dengan menggunakan kekerasan atau ancaman kekerasan agar memberikan sejumlah uang dan barang seluruhnya atau sebagian yang dimiliki orang tersebut untuk dimiliki dan atau untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain.

Dalam penggunaan media sosial dan berdasarkan etika yang baik menurut Mursito (2006) dan dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 27 peneliti dapat menyimpulkan beberapa poin tentang etika komunikasi yang baik dalam menggunakan dan mengakses media sosial pada penelitian ini, berikut ini beberapa poin diantaranya:

1. Tidak menggunakan kalimat dan kata-kata kasar

Menulis kalimat dan kata kasar di media sosial dapat dikatakan sebagai tindak kekerasan secara verbal karena hal tersebut dapat menyebabkan menyingung perasaan seseorang. Disebutkan dalam kamus Besar Bahasa Indonesia kata kasar termasuk dalam kategori sarkasme yang berarti perkataan pedas yang digunakan untuk menyakiti hati orang lain, seperti cemoohan dan ejekan dengan nada kasar.

Menurut Pastika (2008:20) mengatakan bahwa kasar adalah bentuk ungkapan untuk menistakan orang lain dengan menggunakan kata-kata yang tidak senonoh seperti umpatan, penghinaan, caci maki dan lainnya. Penggunaan bahasa kasar dapat digolongkan sebagai tindak kekerasan secara verbal karena dapat menyebabkan orang lain merasa terluka (dalam Rosidin, 2010:20).

Sedangkan menurut Crystal (1995) menyebutkan dalam penggunaan bahasa kasar dapat digunakan untuk menunjukkan identitas diri, menghina, menciptakan suatu jarak, menjalin solidaritas sosial maupun untuk menunjukkan suatu keakraban seorang (dalam Rosidin, 2010:21).

Dalam kebudayaan yang ada di Indonesia kata-kata kasar atau kalimat kasar dianggap tidak memiliki kepribadian etika sopan santun. Tetapi dapat kita lihat dalam penggunaan kata kasar sudah menjadi hal yang biasa dan dipergunakan secara luas oleh kalangan remaja bahkan hingga orang dewasa. Dari penjelasan oleh beberapa pakar di atas kata-kata kasar dalam penelitian ini dibagi dan dikelompokkan menjadi beberapa kata yaitu:

- a. Penggunaan kata-kata kasar dengan bentuk fisik yaitu; jelek, pendek, kurus, gendut, hitam, buta, jongos (gigi maju), lonjong, bulat, petak.
- b. Penggunaan kata-kata kasar dengan menyebut keadaan mental yaitu; tolol, bodoh, gila, goblok, pengecut.

- c. Penggunaan kata-kata kasar dalam bentuk bagian anggota tubuh yaitu; menyebutkan dengan kata alat kelamin atau berhubungan dengan alat vital/kemaluan.
- d. Penggunaan kata-kata kasar dalam bentuk binatang yaitu; anjing, babi, monyet, dan jenis binatang lainnya.
- e. Penggunaan kata kasar dalam bentuk pekerjaan yaitu; pelacur, pemulung, pengemis, dan lainnya.
- f. Dalam bentuk makhluk halus dan tak kasat mata yaitu; jin, setan.
- g. Penggunaan kata-kata kasar di daerah yaitu seperti; jancok, brengsek, bangsat, bacot, kimak dan lainnya.

2. Provokatif

Menurut Wikipedia Provokatif memiliki sifat yang sama dengan Memprovokasi yang artinya bertindak dengan suatu hal yang sifatnya menghasut dan memancing, perilaku yang dilakukan untuk mengundang amarah dan keributan. Tindakan Provokasi tersebut biasanya dilakukan untuk menghasut dan mengundang kemarahan yang dilakukan melalui media sosial agar dapat sampai dengan cepat dan dapat mengundang keributan bahkan sampai terjadi pertumpahan darah. Hal tersebut bahkan biasanya dapat ditemukan diranah politik dan juga dilakukan untuk memecah belah sebuah bangsa. Akibat yang ditimbulkan dari orang-orang yang menjadi korban atau terpancing oleh postingan yang mengandung unsur provokatif dapat terjadinya keributan, perkelahian, sampai dengan tawuran antar kelompok organisasi bahkan hal tersebut dapat

menimbulkan perdebatan dan memicu keributan antar agama, suku, dan juga ras, dan yang lebih berbahaya lagi dapat menimbulkan peperangan anatar negara. Dari hal tersebut merupakan dampak negatif yang ditimbulkan oleh prilaku provokatif akan tetapi provokatif juga memiliki dampak positif seperti yang dilakukan oleh seorang motivator yang memberikan postingan bertulis, foto dan juga video provokatif agar semua orang mendapatkan motivasi yang berisi hal positif dalam kehidupannya.

3. Unsur SARA

Unsur SARA yaitu adalah sebuah pemikiran sentimen atas tindakan dan pandangan secara verbal ataupun nonverbal terhadap identitas pribadi yang menyangkut Suku, Agama, Ras, Antargolongan dan juga antar bangsa yang telah menjadi salah satu pokok konflik sosial yang begitu sangat sensitif bagi sebagian besar publik. Salah satu alasannya yaitu adalah karena multikulturalisme yang terdapat dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Isu SARA di Indonesia bisa menjadi ancaman yang besar bagi masyarakat Indonesia terutama dalam hal politik dan perbedaan pendapat yang dapat memecah belah masyarakat di Indonesia yang memiliki sifat majemuk.

Keberagaman Suku, Ras, dan Agama menjadi isu sensitif semenjak adanya praktik politik identitas mulai digunakan oleh para elit politik dalam kampanye-kampanyenya. Mobilisasi massa menggunakan konten SARA yang dirasa menjadi salah satu jalan tercepat dan juga mudah

untuk dapat menarik simpati dan dukungan. Dan pada praktiknya, hal ini memberikan hasil yang cukup signifikan.

Dalam konsep SARA terdapat pengertian konflik horisontal yang dimotori oleh suku, agama dan ras dan juga konflik vertikal yang bersumber pada perbedaan “ekonomi politik” antar golongan (Taufik A. Mullah, 1997).

Menurut kutipan merdeka.com dalam sejarahnya, banyak rentetan kerusuhan dan konflik selalu didasarkan pada sentimen dan konsep SARA. Hal ini dikonstruksikan oleh para pemegang kekuasaan. Mereka cenderung tidak pernah bergeming dari perspektif lain dalam memahami penyebab kerusuhan, kecuali SARA yang selalu dijadikan sebagai tersangka utama dan kuasa dari gejolak sosial tersebut.

Dampak sosiologis dari kondisi seperti ini membuat konstruksi tentang makna SARA dalam masyarakat lebih didominasi oleh perspektif rezim. SARA dipandang oleh negara sebagai sumber perpecahan dan konflik sosial. Dalam hal ini menjadikan SARA sebagai suatu pemahaman atau realita yang tabu dan Masyarakat selalu melihat SARA sebagai sebuah hal yang mengundang konflik.

4. Muatan yang melanggar Kesusilaan

UU ITE tidak menyebutkan dengan jelas mengenai apa saja unsur yang dapat masuk didalam kategori pelanggaran asusila sehingga hal tersebut banyak menimbulkan bermacam tafsiran. Prilaku tindak kejahatan kesusilaan diatur dalam Bab XIV KUHP, namun tidak diatur

dalam definisi tentang kesusilaan. Tetapi kesusilaan sering dikaitkan dengan pornografi dan pornografi tersebut diatur kedalam Undang-undang Nomor 44 Tahun 2008 (UU Pornografi).

Dalam Undang-Undang Nomor 44 Tahun 2008 Pasal 1 Ayat (1) menyebutkan pornografi ialah perilaku seksualitas yang dilakukan oleh manusia yang wujudnya berbentuk berupa gambar, sketsa, ilustrasi, foto, tulisan, suara, bunyi, gambar bergerak, kartun, animasi, gerak tubuh, percakapan, atau bentuk pesan lainnya yang melalui berbagai bentuk media komunikasi dan/atau pertunjukan dimuka umum, yang dapat membangkitkan keinginan dan memuat eksploitasi seksual yang melanggar nilai dan norma kesusilaan dalam masyarakat.

Ada beberapa kriteria pelanggaran kesusilaan yang telah peneliti simpulkan diantaranya adalah:

- a. Pornografi yaitu sebuah perilaku yang digambarkan melalui foto, video, tulisan, audio, kartun, animasi yang ditampilkan secara seksual dan dapat menimbulkan keinginan nafsu seksualitas.
- b. Pornoaksi adalah sebuah perilaku yang digambarkan dengan sebuah pergerakan, anggota tubuh, pakaian transparan, menampakkan tonjolan, lenggokan, berpakaian sexy dilakukan secara sengaja maupun tidak sengaja hal tersebut dilakukan untuk memancing hawa nafsu seks.
- c. Bahasa yang digunakan tidak sopan melanggar norma dan nilai-nilai dalam berbahasa di ruang lingkungan masyarakat.

d. Menampilkan foto, gambar atau simbol dengan mengacungkan jari tengah biasanya orang menyebutnya dengan kata “Fuck”. Dalam budaya barat dengan gestur jari tengah dan kata tersebut mempunyai arti yang tidak sopan dan dinilai negatif.

5. Muatan perjudian

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1974 merupakan bahwa perjudian pada hakekatnya bertentangan dengan Agama, Kesusilaan dan Moral Pancasila, serta membahayakan bagi penghidupan dan kehidupan masyarakat, Bangsa dan Negara.

Perjudian tidak hanya dilakukan secara langsung, namun di era teknologi perjudian dapat dilakukan dengan lebih mudah dengan menggunakan jaringan teknologi yang disebut dengan perjudian online. Perjudian online ialah permainan yang digunakan untuk bertaruh dan dilakukan secara online melalui akses jaringan internet, dimana pemainnya memilih sebuah permainan yang diantaranya ada beberapa pilihan yang mana hanya terdapat satu pilihan. Perjudian online tersebut telah diatur di dalam UU ITE Pasal 27 Ayat (2). Taruhan perjudian online menggunakan uang asli yang digunakan sebagai taruhannya dengan cara menandatangani melalui agen yang telah dipercayai dan atau menggunakan taruhan lain yang ada dalam permainan tersebut dan bersifat menguntungkan bagi yang memenangkannya. Jenis game Judi online seperti poker online yaitu sebuah game yang permainannya menggunakan sebuah kartu dan terdapat dua jenis game di dalamnya, yang pertama

Remi yang berupa Texas Poker, Capsa Susun dan yang lainnya. Yang kedua Domini game taruhan ini menggunakan sebuah kartu domino. Dan kemudian Togel online, yang menggunakan rumus dan berhubungan dengan angka, Casino, Mobile Legend, Point Blank, PUBG dan bermacam jenis game online lainnya yang dapat menghasilkan keuntungan individu berbentuk penghargaan dan bernilai besar dalam bentuk uang yang dihasilkan dari game tersebut.

Sementara berbeda hal dengan tindak pidana perjudian adu ayam, bermain kartu, dan pacu kuda serta bertaruh saat sedang menonton sebuah pertandingan olahraga sepakbola secara langsung ataupun melalui siaran televisi yang diatur dalam Pasal 303 KUHP. Seperti yang telah dijelaskan diatas dapat kita simpulkan bahwasannya segala bentuk Perjudian online yang dilakukan secara taruhan dan membuat keuntungan terhadap individu atau sekelompok yang dapat memenangkannya masuk dalam kategori perjudian online.

6. Muatan Penghinaan

UU ITE tidak mengatur secara khusus mengenai tindak pidana penghinaan seperti pada KUHP, oleh karena itu tidak ada penjelasan yang rinci terhadap unsur tindak pidana penghinaan. Pada KUHP Bab XVI Buku II Penghinaan adalah judul besar pada Bab tersebut. Dapat dilihat secara rinci mengenai apa yang dimaksud dengan tindak pidana penghinaan, seperti pada Pasal 310 tentang penistaan, Pasal 311 mengenai

fitnah dan Pasal 315 yang menyebutkan tentang tindak pidana yang disebut dengan penghinaan ringan.

Oleh karena itu apabila terjadi pelanggaran UU ITE yang bertentangan mengenai Penghinaan yang terdapat pada Pasal 27 Ayat (3) tersebut merujuk pada KUHP. Yang dimaksud dengan penghinaan tersebut seperti berupa muatan foto, video, tulisan, animasi, ilustrasi, karikatur dan lainnya yang telah disebar melalui platform media sosial baik secara sengaja maupun tidak sengaja dengan tujuan dan maksud tertentu.

7. Muatan Pencemaran Nama Baik

Tindak pidana Pencemaran nama baik secara garis besar telah diatur dalam UU ITE dan KUHP. Pada tindak pidana pada UU ITE Pasal 27 Ayat (3) merupakan aturan yang telah ditetapkan dalam KUHP. Pencemaran nama baik dalam KUHP disebutkan dengan istilah penghinaan dan didalam KUHP Penghinaan dibagi menjadi 6 jenis yaitu penistaan, penghinaan ringan, penistaan melalui surat, fitnah, pengaduan palsu atau pengaduan fitnah dan perbuatan fitnah. Pencemaran nama baik dapat terjadi atas aduan dan dapat diproses apabila korban telah melakukan pengaduan kepada pihak berwajib. Tindak pidana pencemaran nama baik tersebut tidak dapat dipisahkan terhadap norma hukum KUHP. Pencemaran nama baik dapat terjadi pada individu, kelompok, agama, suku, golongan, dan pejabat aparat negara, pegawai negeri dan yang

lainnya. Pencemaran nam baik sangat berdampak dan dapat merugikan bagi orang lain dari secara materi ataupun non materi.

8. Muatan Pemerasan

Pemerasan merupakan tindak pidana pelanggaran yang dilakukan seseorang oknum atau lembaga dengan secara sengaja memaksakan orang lain menakut-nakuti dengan satu harapan agar yang diperas dan dirampas menjadi takut dan menyerahkan sejumlah barang berharga seperti uang, perhiasan dan benda maupun barang yang dimiliki untuk menguntungkan diri sendiri ataupun orang lain. Pemerasan di media sosial juga sering terjadi seperti penipuan dengan modus pelaku meminta sejumlah uang ataupun barang dengan mengancam akan melakukan tindak kekerasan dan membuka rahasia orang tersebut di muka umum. Hal tersebut dapat membuat korban merasa bahwa dirinya dalam bahaya dan tidak aman dan takut untuk menjalankan aktifitas keseharian. Dalam pasal 368 KUHP tindak pidana tersebut sangat mirip dengan pencurian dan kekerasan.

9. Muatan Pengancaman

Pengancaman merupakan menyatakan niat untuk berencana memberikan ancaman kepada orang lain dengan melakukan sesuatu yang merugikan, menyulitkan, menyusahkan, atau mencelakakan dengan cara kekerasan. Ancaman kekerasan yang dilakukan dengan cara menggunakan fisik yang dapat mencederai orang lain seperti pemukulan, menendang, pengeroyokan, dan yang lainnya. Pemerasan dengan cara ancaman secara langsung dan menggunakan fisik dapat membuat seorang

korban merasa bahwa dirinya tidak aman, dalam bahaya dan merasa takut untuk melakukan aktifitasnya. Hal tersebut membuat korban dapat menuruti permintaan dari pelaku tindak kekerasan dan pengancaman.

5. Media Sosial

a. Definisi Media Sosial

Media sosial adalah medium internet yang memungkinkan untuk para penggunanya mempresentasikan diri, berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015:11).

Media sosial menurut Utari (2011:51) adalah sebuah media online dimana para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi, dalam artian seseorang dakan dengan mudah berbagi informasi, menciptakan konten maupun isi yang ingin disampaikan kepada orang lain dan serta memberi komentar terhadap masukan yang diterimanya dan seterusnya.

Sedangkan menurut (Zarella, 2010:2-3) media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi web baru yang berbasis internet, sehingga memudahkan penggunanya untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi, dan membentuk sebuah jaringan secara online, sehingga dapat menyebarkan konten mereka sendiri. Membagikan sebuah postingan berupa gambar, video, tulisan atau kreatifitas video youtube yang dapat diproduksi dan dapat dilihat secara langsung oleh jutaan orang.

Secara garis besar media sosial atau jejaring sosial adalah sebuah platform aplikasi dan teknologi yang berbasis internet yang memungkinkan dibuatnya konten interaktif dan sebagai tempat bertukarnya informasi dari sesama penggunanya, yang mana para penggunanya dapat memuat akun dari berbagai media sosial yang digunakannya. Seperti media sosial twitter, facebook, instagram, whatsapp, dan bermacam media sosial lainnya. Dari bermacam media sosial tersebut memiliki keunggulan masing-masing yang dapat menarik perhatian para penggunanya.

Berkembangnya media sosial pada saat ini telah menarik dan membuat semua orang berminat untuk menggunakannya, karena semakin memudahkan penggunanya untuk dapat berkomunikasi tanpa harus bertemu dan bertatap muka secara langsung. Kehadiran media sosial mempermudah aktifitas semua orang dan melalui media sosial orang dapat berbagi informasi, bertukar pikiran, ide, berbagi foto, video, audio dan dapat menjangkau secara luas. Aktifitas pengguna media sosial dari seluruh dunia pada umumnya dapat lebih mudah mengetahui apa saja yang diakses atau di posting dalam media sosial dari pemilik akun tersebut.

b. Jenis-jenis Media Sosial

Jenis-jenis media sosial menurut Puntodi (2011:34) adalah:

1) Bookmarking

Menawarkan peluang untuk menshare link dan tag yang menjadi minat. Hal tersebut memiliki tujuan agar setiap orang dapat menikmati apa yang disukai.

2) Content Sharing

Melalui situs content sharing tersebut orang dapat membuat berbagai media dan publikasi untuk berbagi kepada orang lain. Youtube dan Flick merupakan situs content sharing yang sering dikunjungi oleh banyak orang.

3) Wiki

Sebagai situs yang memiliki bermacam karakteristik yang berbeda seperti situs knowledge sharing, wikitravel yang memiliki fokus terhadap informasi tempat, dan konsep komunitas yang lebih eksklusif.

4) Flick

Merupakan situs khusus dalam berbagi image sharing dengan kontributor yang ahli pada masing-masing bidang fotografi diseluruh dunia. Flick membuat photo catalog yang masing-masing produk dapat dipasarkan.

5) Social Network

Kegiatan yang menggunakan fitur yang disediakan oleh situs tertentu menjadi suatu hubungan, interaksi dengan sesama. Situs sosial networking tersebut antara lain LinkedIn, facebook dan My Space.

6) Creating Opinion

Media sosial ini menawarkan sarana untuk berbagi pendapat dengan orang lain di seluruh dunia. Melalui creating opinion, seluruh orang dapat menjadi penulis, komentator dan juga jurnalis.

c. Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki beberapa karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh media lainnya. Dan ada batasan-batasan serta ciri khusus

tertentu yang hanya dimiliki oleh media sosial dibandingkan dengan media lainnya.

Adapun karakteristik media sosial menurut Nasrullah (2016:15) yaitu adalah sebagai berikut:

1) Jaringan (network)

Dapat dipahami dalam terminologi di bidang teknologi seperti ilmu komputer yang berarti infrastruktur yang menghubungkan komputer maupun perangkat keras yang lainnya.

2) Informasi (information)

Dalam media sosial informasi menjadi sebuah entitas yang paling penting, karena tidak seperti media-media lainnya di internet, pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi yang didapat. Informasi diproduksi, dipertukarkan dan dikonsumsi oleh setiap individu.

3) Arsip (archive)

Dapat dikatakan arsip merupakan sebuah karakter yang dapat menjelaskan bahwasannya informasi telah tersimpan dan dapat diakses kapan saja dan tak terbatas serta melalui perangkat apapun. Seperti informasi yang diunggah dalam media sosial tidak akan hilang ketika telah berganti hari, bulan, dan juga pergantian tahun.

4) Interaksi (interactivity)

Karakter dasar pada media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Bahkan kehadiran teknologi dan perangkatnya telah menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari

6. Twitter

Twitter merupakan jejaring media sosial yang didirikan dan diresmikan pada tahun 2006 tepatnya pada bulan maret, yang didirikan oleh Jack Dorsey. Jejaring media sosial *twitter* sudah sangat dikenal dan banyak digunakan di seluruh dunia. *Twitter* membatasi penggunaanya dalam mengirimkan tweet dengan batasan 140 kata, tidak lebih. *Twitter* mempunyai kesamaan dengan *Facebook* yang merupakan sama-sama sebagai layanan jejaring media sosial yang berguna untuk saling menghubungkan antara pengguna satu dengan yang lainnya.

Pada tahun 2012 popularitas *Twitter* sangat meningkat, ada sekitar 150 juta pengguna aktif di *twitter*. Sejak di catat, sudah ada lebih dari 600 juta pengguna *twitter* pada tahun 2014. *Twitter* pada saat ini menjadi jejaring media sosial yang banyak digunakan oleh setiap orang. Bisa dikatakan *twitter* menjadi saingan *facebook*.

Dahulu *twitter* belum dibuka untuk Umum, melainkan hanya untuk khusus layanan para karyawan Ordeo. *Twitter* baru dibuka untuk umum pada juli tahun 2006. Sudah ada lebih 400rb kicauan setiap harinya pada tahun 2007, pada tahun 2010 sudah ada lebih dari 75.000 Aplikasi di *twitter*. *Twitter* sudah banyak mengubah tampilan jejaring media sosialnya mulai dari yang simpel sampai dengan tampilan yang bagus. *Twitter* bekerja sama dengan beberapa perusahaan

ternama seperti Google, Bing, Yandex dan perusahaan lainnya. Banyak fitur baru yang muncul ketika *twitter* sudah sangat terkenal di mata penggunanya.

Walaupun sudah berkembang menjadi salah satu platform jejaring media sosial, *twitter* tetap menggunakan pembatasan karakter dalam *tweet* sebagai kepentingan branding. Namun seiring berjalannya waktu, pada tahun 2017 pihak *twitter* mengembangkan batasan karakter mereka yang mulanya 140 karakter dalam satu *retweet* menjadi 280 karakter.

Sebagai salah satu jejaring platform media sosial, *twitter* memiliki fitur-fitur yang berbeda dengan media sosial lainnya, diantaranya sebagai berikut:

- 1) Profil (*profile*), merupakan sebagai fitur yang menunjukkan identitas, foto yang digunakan oleh pemilik akun, jumlah pengikut, jumlah mengikuti, jumlah favorit, dan jumlah *tweet* yang telah diunggah ke *twitter*.
- 2) Mengikuti (*following*), *following* merupakan fitur pertama dari *twitter*. Pengguna *twitter* memiliki kebebasan untuk mengikuti atau menambah pengguna lainnya di *twitter* yang ingin mereka ikuti. Dengan hal ini pengguna dapat melihat konten atau postingan dari pengguna lain yang ada di *twitter*.
- 3) Kicauan (*tweet*), kicauan ataupun *tweet* ialah istilah dalam “status” di *twitter*, fitur ini memungkinkan pengguna untuk membagikan konten yang berbentuk tulisan, foto, video maupun link dan lokasi yang ditujukan kepada teman atau pengguna lain yang mengikutinya.

- 4) Pemberitahuan (*notification*), merupakan fitur yang menampilkan segala aktivitas interaksi dengan pengguna lainnya, dimana pengguna akan mendapatkan pemberitahuan ketika ada pengguna lain yang sedang memposting atau menyebutkan username pengguna di dalam sebuah konten atau status.
- 5) Repost (*retweet*), dalam fitur ini memungkinkan bagi penggunanya dapat memposting ulang atau membagikan sebuah konten yang dianggap sebagai *tweet* menarik.
- 6) Membalas (*reply*), fitur reply merupakan komentar, yang mana pengguna lainnya dapat memberikan balasan opini dan kritikan yang disampaikan dalam sebuah unggahan *tweet*.
- 7) Tagar (*hashtag*), merupakan fitur yang digunakan untuk memberi tanda atau menandai dengan keyword, yang berfungsi untuk menandai sebuah topik tertentu didalamnya yang dibahas penggunanya.
- 8) Pesan langsung (*direct message*) direct message merupakan fitur pesan yang digunakan antara kedua pengguna atau lebih secara privasi. Dengan ini pengguna dapat bertukar pesan dan berkomunikasi secara personal, dengan menggunakan fitur ini pesan yang ada didalamnya tidak dapat dipublikasikan.
- 9) Berhenti mengikuti (*unfollow*), fitur ini merupakan salah satu fitur twitter yang dapat digunakan bagi penggunanya untuk berhenti mengikuti pengguna lain. Fitur ini digunakan apabila pengguna sudah

tidak ingin lagi melihat kicauan status atau konten dari pengguna tertentu yang ada didalam berandanya.

- 10) Favorit (*favorites*), merupakan fitur yang digunakan untuk menyukai sebuah *tweet* atau konten, yang mana konten tersebut dapat disimpan dalam tab yang menjadi bagian favorite bagi penggunanya dan penggunanya dapat membaca atau melihat lagi di lain waktu.
- 11) Pencarian (*search*), *search* ialah salah satu fitur yang digunakan untuk mencari kata kunci, nama pengguna dan tagar di *twitter*.
- 12) Sebutan (*mentions*), fitur ini dapat digunakan untuk menyebutkan pengguna lainnya dalam *tweet* dan konten dengan cara menyebutkan username pengguna yang akan dituju.

Twitter sangat begitu memudahkan bagi penggunanya untuk dapat saling berkomunikasi dan menjalin pertemanan dengan pengguna lainnya, di *twitter* terdapat juga fitur top trending yang merupakan memudahkan penggunanya untuk melihat kicauan apa yang paling populer dan yang paling sering timbul kicauan oleh pengguna *twitter*.

Twitter juga memiliki konten Verified Account yang merupakan konten untuk mendapatkan lencana Verifikasi Akun bagi pemilik *twitter*, tidak semua orang yang dapat memiliki lencana Akun yang terverifikasi dari *twitter* untuk penggunanya. Hanya pemilik akun ternama dari kalangan, selebritis, politikus dan orang-orang yang memiliki pengaruh di suatu negara dan juga orang-orang tertentu. Awal kemunculan *twitter* untuk pertama kalinya *twitter* membuka layanan Verified Account untuk orang biasa, namun sekarang sudah tidak lagi.

Halaman situs *twitter* merupakan karangan dari Ruby On Rail. *Twitter* sudah tersedia dalam banyak bahasa, sehingga lebih memudahkan bagi pengguna-pengguna *twitter*. *Twitter* juga memiliki keamanan dan privasi, jadi Privasi dari pengguna *twitter* sangat bersifat rahasia, *twitter* juga menyediakan fitur penguncian akun. Jadi setiap akun yang dikunci oleh pengunanya, maka akun tersebut tidak dapat dilihat oleh siapapun atau pengguna lainnya karena akun telah terlindungi.

7. Juventini Indonesia

Juventini Indonesia merupakan sebuah wadah komunitas resmi pecinta klub sepakbola Italia, Juventus Football Club, yang terbentuk dan secara resmi komunitas ini dideklarasikan pada 28 Juli 2006, sekarang dengan nama *Juventus Official Fan Club Indonesia*, namun tetap dikenal dengan nama populer Juventini Indonesia, komunitas ini berdiri sebagai salah satu upaya menampung hobi dan semangat persaudaraan yang kuat, diantara para pecinta dunia olahraga pada umumnya dan Juventus khususnya. Yang mana setelah melalui beragam fase diskusi dan pematangan sebuah konsep, sampai pada akhirnya berhasil disepakati dengan kesesuaian kehendak untuk membentuk sebuah wadah komunitas yang kuat dan terorganisir dengan baik.

Dengan adanya media sosial pada saat ini komunitas Juventini Indonesia pada akhirnya semakin berkembang menjadi sentra komunikasi dan pengembangan diri oleh para anggotanya, yang diharapkan dapat menjadi komunitas serta sebuah organisasi tempat berkumpulnya orang yang profesional yang memiliki semangat kebersamaan.

Melalui forum media sosial, Juventini Indonesia semakin melebarkan sayapnya, hingga sampai seluruh pelosok wilayah Indonesia dan di beberapa negara. Kegiatan perdana komunitas ini dan merupakan torehan tinta emas sejarah Juventini Indonesia adalah perayaan ulang tahun Juventus ke 109 yang diselenggarakan di Monumen Nasional (Monas) Jakarta. Kegiatan tersebut yang menjadikan motivator pergerakan Juventini Indonesia dan berlanjut banyak memunculkan ide-ide kegiatan dan agenda-agenda yang menjadi rutinitas serta langkah-langkah sosialisasi untuk memperkuat formasi dan menjangkau keanggotaan yang nantinya akan memperkuat eksistensi Juventini di Indonesia.

Setelah tiga tahun berdiri, Juventini Indonesia diberi kepercayaan dan wewenang serta sebuah kebanggaan tersendiri untuk mengelola situs resmi www.juventus.co.id yang merupakan website klub sepakbola eropa pertama yang diluncurkan dan diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia. Dan pada akhirnya secara resmi Juventini Indonesia menjadi fans club resmi Juventus yang telah terdaftar di Italia

Dalam hal ini aktifitas dan persaingan platform media sosial pada saat ini masih menjadi media yang paling banyak digemari dan memberikan dampak yang begitu signifikan serta mengubah semua aktifitas sosial baik dari individu maupun kelompok. Seperti halnya pada komunitas Juventini Indonesia yang pada awalnya hanya sebatas menggunakan forum media sosial dan saat ini berhasil menjadi sebuah wadah organisasi komunitas dan fan base yang semakin besar dan berkembang. Sehingga akses kedalam media sosial dari *twitter*, *facebook*, *instagram* hingga *youtube* serta media sosial lainnya pun semakin menyebar luas

dengan menggunakan akses jaringan internet tersebut.

B. Definisi Operasional

1. Etika Komunikasi di Media Sosial

Etika berkomunikasi dalam media sosial tidak hanya berkata dengan baik tetapi juga harus dengan niat yang santun dan tulus. Dalam Etika Komunikasi terdapat nilai dan norma-norma yang melihat dalam sisi kebiasaan dan perilaku manusia pada saat berkomunikasi dengan orang lain dalam ruang lingkup kehidupan di masyarakat.

Penggunaan media sosial sebagai media komunikasi virtual, yang mana para penggunanya banyak dari beberapa daerah dan bermacam sosial budaya serta agama. Maka dalam hal ini pentingnya etika dalam berkomunikasi bagi seluruh pengguna media sosial, baik dalam penggunaan media sosial *twitter*, *facebook*, *instagram* dan media lainnya, dimana pengguna dari bermacam media sosial tersebut memiliki beragam sosial budaya, suku, agama dan dari usia anak-anak hingga orang dewasa.

Pemanfaatan publikasi media sosial baik dari hiburan, kebutuhan internal, kebutuhan pokok dan juga sebagai tempat menshare foto dan video serta kebutuhan politik pun juga menjadi ajang dimana media memiliki peran dan kegunaan yang luas pada saat ini.

2. Juventini Indonesia

Juventini Indonesia merupakan komunitas yang pada awalnya bergerak melalui forum media sosial, dengan melalui forum media sosial tersebut memudahkan para pecinta klub sepakbola Juventus, khususnya pada

anggota member Juventini Indonesia dapat saling berkumpul, berkomunikasi dan berinteraksi antar sesama. Sehingga pada saat ini Juventini Indonesia semakin eksis dan menjadikan sebuah komunitas yang terorganisir, tidak hanya dilapangan namun dimedia sosial Juventini Indonesia juga terus menampakkan keberadaan dan eksistensinya.

Semakin berkembangnya media sosial, menjadikan minat penggunaannya semakin besar, terutama pada Juventini Indonesia yang mana memernya juga sebagai pengguna media sosial yang digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi dan tidak hanya itu saja, loyalitas dan eksistensi untuk menunjukkan hoby sebagai fans Juventus pun dilakukan melalui media sosial juga menjadi kebanggan tersendiri, seperti mengunggah foto dengan menggunakan Jersey dan atribut, membuat video chant tentang Juventus, memposting berita terupdate mengenai Juventus serta tulisan yang menceritakan perihal tentang Juventus, saling berbalas komentar di akun media sosial Juventus atau Juventini Indonesia, dan sampai ada yang berdebat saling bully dengan fans club komunitas lainnya. Media yang biasa digunakan para member Juventini Indonesia untuk memberikan informasi atau berbagi foto serta video yaitu seperti *twitter*, *facebook*, *instagram* dan platform media sosial lainnya.

3. Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik

Etika berkomunikasi di Indonesia diatur dalam UU ITE No. 19 Tahun 2016. Yang mana didalam UU ITE ada beberapa bab, yang salah satunya mengatur perbuatan yang dilarang dalam menyebar luaskan

informasi dan transaksi elektronik yang ada pada Bab VII yang terdiri dari Pasal 27 sampai dengan Pasal 33. Dalam hal ini peneliti berfokus pada UU ITE Pasal 27 yang terdiri dari Ayat 1,2,3 dan 4. Yang mana isi dari UU ITE Pasal 27 Ayat (1) ialah dilarang melakukan dan menyebarkan informasi melalui media sosial yang mengandung muatan kesusilaan baik dari tulisan, mengunggah foto dan video. (2) dengan secara sengaja melakukan aktifitas perjudian melalui media sosial. (3) menyebarkan informasi yang mengandung muatan penghinaan dan pencemaran nama baik yang dilakukan dengan cara sengaja baik melalui tulisan, mengunggah foto atau video. (4) melakukan aktifitas media sosial dengan secara sengaja mengancam dan melakukan pemerasan terhadap orang lain.

C. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Dari penelitian yang sebelumnya dilakukan, terdapat beberapa penelitian yang dapat dijadikan referensi untuk dapat mengkaji lebih dalam lagi penelitian yang ada saat ini, sehingga pada penelitian saat ini dapat menambah aspek pengetahuan yang belum terdapat pada penelitian terdahulu.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu yang Relevan

No	Nama	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Nadya surya sindita, Mukaromah	Etika komunikasi dan Interaksionisme Simbolik pada anggota akun draft sms di Media Sosial	Pendekatan Deskriptif Kualitatif, dengan metode penelitian etnografi virtual	Hasil yang didapat dari penelitian ini bahwa dalam berinteraksi menunjukkan perlu adanya pemahaman yang lebih mendalam antara pelaku komunikasi agar tidak menimbulkan salah tafsir akan pesan yang dikirimkan oleh <i>sender</i> sehingga tidak menimbulkan perpecahan dan pelanggaran etika.

2.	Maya sandra rosita dewi	Islam dan Etika Bermedia (kajian Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial Instagram dalam Perspektif Islam)	Menggunakan metode Deskriptif Kualitatif	Hasil dari penelitian tersebut ialah etika komunikasi dalam menggunakan Instagram sangat diperlukan. Dikarenakan dapat meminimalisir pengaruh negatif yang ditimbulkan dari perbedaan cara pandang atau tanggapan seseorang. Setiap netizen atau pengguna akun seharusnya mampu memilah mana yang merupakan ranah pribadi dan ranah publik, sehingga dalam mengupload foto dipertimbangkan yang seharusnya tidak dipublikasikan.
3.	Fitri Hariyanti	Etika Komunikasi Media Sosial di <i>Facebook</i> (Analisis Implementasi Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 27 Pada Remaja)	Deskriptif kualitatif, dengan menggunakan cara mengumpulkan dan menyusun serta mengklarifikasi data kemudian dianalisa dan diinterpretasikan dari data yang didapat	Hasil penelitian yang didapat menjelaskan bahwa Implementasi Etika Komunikasi dan UU ITE Pasal 27 pada remaja belum diterapkan dengan baik. terdapat etika komunikasi yang belum dapat diterapkan oleh remaja seperti penggunaan kata-kata kasar, unsur SARA, tulisan yang memiliki muatan kesusilaan, perjudian online, penghinaan serta pencemaran nama baik. terdapat etika komunikasi yang dapat diterapkan oleh remaja yakni tidak provokatif, unsur kesusilaan dalam konteks pornografi, tidak melakukan

				tindakan pemerasan dan pengancaman. Dalam tindakan pelanggaran etika komunikasi yang dilakukan remaja terdapat faktor pendorong dan faktor penghambat yang dilihat dari aspek sosial, aspek budaya dan agama.
--	--	--	--	---

Terdapat perbandingan antara peneliti dan penelitian terdahulu dan juga persamaan dan perbedaan diantaranya yaitu:

1. Perbandingan antara peneliti dengan penelitian Nadya surya sindita dan Mukaromah, Etika Komunikasi dan Interaksionisme Simbolik pada anggota akun draft sms di Media Sosial. Persamaan pada penelitian ini yaitu Etika Komunikasi Media Sosial. Sedangkan perbedaan dari penelitian ini ialah peneliti menganalisis Implementasi UU ITE Pasal 27, sementara Nadya surya sindita dan Mukaromah menganalisis Interaksionisme Simbolik dan menggunakan metode penelitian etnografi virtual.
2. Perbandingan peneliti dengan penelitian Maya sandra rosita dewi, yaitu persamaannya tentang bagaimana Etika Komunikasi dan Media Sosial,

sedangkan perbedaannya Etika Komunikasi netizen di media sosial Instagram.

3. Perbandingan peneliti dengan penelitian milik Fitri Hariyanti, Etika Komunikasi Media sosial di facebook (Analisis Implementasi Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 27 Pada Remaja).
Persamaan tentang penelitian ini yaitu membahas bagaimana Etika dalam berkomunikasi di media sosial. Sedangkan perbedaannya yaitu Fitri Hariyanti meneliti di media sosial facebook dengan kalangan remaja sementara peneliti meneliti di media sosial yang mencakup kalangan umum dan masyarakat pada Juventini Indonesia.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah dengan menggunakan penelitian deskriptif kualitatif yang menerapkan metode dengan cara mengumpulkan dan menyusun dengan mengklarifikasi data lalu kemudian di analisa serta di interpretasikan dari seluruh data yang telah didapat.

Menurut Nawawi (2005:63), metode penelitian deskriptif kualitatif merupakan metode dengan menggambarkan keadaan objek penelitian pada saat ini berdasarkan fakta yang ada. Oleh karena itu, penekanan latar belakang struktur dan individu secara utuh dan secara deskriptif menggambarkan keadaan subjek dan objek penelitian berdasarkan fakta yang ada. Sedangkan menurut S. Margono penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan orang-orang dan perilaku yang diamati.

Pemilihan pendekatan kualitatif berdasarkan spesifikasi objek penelitian dan juga agar mendapat informasi yang mendalam tentang objek kajian (dalam Israyana, 2018:23).

Metode penelitian deskriptif kualitatif ialah penelitian yang menjelaskan atau menggambarkan dan juga berusaha dalam memecahkan suatu gejala sosial yang sedang terjadi berdasarkan data, dengan cara menganalisa dan menginterpretasikan sehingga diharapkan dapat memahami secara mendalam

mengenai sebuah fenomena (Narbuko, 2005:44)

Dalam tahap penelitian ini, peneliti mencoba melakukan studi pustaka untuk dapat mengetahui dan melihat bagaimana postingan media sosial yang dianggap melanggar etika komunikasi yang ada dalam UU ITE Pasal 27. Dalam hal ini studi pustaka diperlukan dalam studi pendahuluan agar dapat memahami lebih dalam dan meninjau lebih lanjut pada sebuah gejala yang terjadi dilapangan.

Menurut M. Nazir (1988:111) Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang memiliki hubungan dengan masalah yang dipecahkan.

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah pengurus atau anggota member dari Juventini Indonesia. Dengan ini peneliti memilih subjek menggunakan teknik *purposif* dengan pertimbangan kriteria dan tujuan tertentu (Sugiyono, 2014:301). Adapun kriteria yang ditentukan peneliti merupakan subjek penelitian atau informan yang mengetahui terkait permasalahan informasi tersebut.

Berdasarkan hal ini, kriteria informan yang dipilih yaitu sebagai berikut:

- a. Informan tersebut merupakan pengurus atau member Juventini Indonesia.
- b. Informan menggunakan akun media sosial dan aktif di media sosial.
- c. Aktif berperan disetiap event dan aktifitas Juventini Indonesia.
- d. Menemukan adanya pelanggaran etika komunikasi di media sosial.

- e. Berteman dengan peneliti di akun media sosial.

Pada penelitian ini, dalam kriteria yang telah disebutkan diatas dan dari hasil survei sementara yang dilakukan oleh peneliti, maka berdasarkan dari informan yang diambil hanya beberapa dari anggota dan pengurus member Juventini Indonesia. Yang mana dari informan tersebut dapat dimasukkan kedalam kriteria yang telah peneliti tetapkan.

2. Objek Penelitian

Berdasarkan objek pada penelitian ini yaitu adalah Etika Komunikasi Bermedia Sosial Twitter (Juventini Indonesia) (Analisis Implementasi Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 27 Pada Juventini Indonesia).

C. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini lokasi merupakan hal yang penting dalam melakukan penelitian, karena dengan menentukan lokasi akan menjadikan tempat dimana penelitian tersebut dilakukan. Lokasi penelitian dilakukan ditempat yang akan ditentukan sebelum melakukan penelitian nantinya dan melalui persetujuan baik dari peneliti dan karena telah melalui pertimbangan dan kesepakatan bersama dengan informan.

2. Waktu Penelitian

Penelitian dan survey yang dilakukan oleh peneliti yaitu pada bulan Desember 2020, dengan melakukan pengamatan melalui akun media sosial *twitter* milik informan dan aktifitas penggunaan media sosial dan dilanjutkan dengan mewawancarai informan pada waktu yang ditetapkan dan berlangsung hingga 2 hari dari tanggal 19 hingga 20 Desember 2020.

Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau



Tabel 3.1
Jadwal Dan Waktu Penelitian

No	JENIS KEGIATAN	BULAN DAN MINGGU KE																			
		DESEMBER 2020				JANUARI 2021				JUNI 2021				JULI 2021				AGUSTUS 2021			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Persiapan dan Penyusunan UP	X	X	x																	
2	Seminar UP						X														
3	Riset							x	X												
4	Penelitian Lapangan									X											
5	Pengolahan dan analisis data										x	X	X								
6	Konsultasi dan bimbingan Skripsi													x	x	X					
7	Ujian Skripsi																		X		
8	Revisi dan pengesahan skripsi																			x	
9	Penggandaan serta penyerahan Skripsi																				X

Sumber: Data Olahan Peneliti

D. Sumber Data

Menurut Lofland (dalam Moleong, 2013:157) yaitu adalah sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Sumber data diambil dari dokumen, hasil wawancara, catatan, lapangan dan hasil dari observasi.

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber atau yang disebut dengan data utama. Sedangkan data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh peneliti dari sumber yang telah tersedia sehingga peneliti dapat disebut dengan sebagai tangan kedua (Mulyadi, 2016:144). Pada penelitian ini data primer diperoleh melalui wawancara, sedangkan data sekunder diambil melalui dokumen, observasi, foto, data, serta penelitian terdahulu yang relevan.

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2015:187) data primer yaitu adalah sumber yang secara langsung memberikan data pada peneliti. Data diambil dengan cara melakukan wawancara, pengamatan, dan dokumentasi. Pada penelitian ini data primer diperoleh secara langsung melalui informan dengan melakukan wawancara dan observasi pada informan atau pengguna akun media sosial.

2. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data yang didapat melalui bermacam sumber, yaitu seperti buku, artikel, dokumen dan lainnya. Sumber data yang

tidak langsung memberikan data kepada peneliti melalui orang lain ataupun dokumen (Sugiyono, 2015:187). Dalam penelitian ini sumber data sekunder diambil dari kepustakaan mengenai isi dalam Undnag-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 27.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data menggunakan tiga teknik yang mendukung penelitian ini, diantaranya yaitu:

1. Wawancara

Wawancara adalah salah satu teknik atau proses dalam pengumpulan data dan informasi pada penelitian dengan cara bertemu langsung kemudian mengirimkan pesan dan berinteraksi dengan pihak terkait (*narasumber*).

Dalam proses wawancara ini peneliti memberikan beberapa pertanyaan secara tertulis dan juga memberikan pertanyaan secara bebas, tidak keluar dari topik permasalahan penelitian dan mengenai dengan masalah penelitian tersebut.

Teknik wawancara ini digunakan agar dapat menemukan jawaban dari informan dan menemukan jawaban mengenai penelitian etika komunikasi bermedia sosial dari masalah penelitian ini.

2. Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik dalam pengumpulan data pada metode penelitian kualitatif, observasi adalah bagian dari pengumpulan data, yang berarti mengumpulkan data langsung dari lapangan (Semiawan, 2010).

Menurut Rubiyanto (2011:85) observasi adalah cara mengumpulkan data

dengan cara mengamati langsung terhadap objek yang diteliti. Peneliti menggunakan observasi non partisipatif yang artinya peneliti hanya melakukan pengamatan biasa (Djam'an dan Aan, 2013).

Menurut arikunto dalam Imam Gunawan (2013:143) menyatakan Observasi merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan penelitian secara teliti, serta pencatatan secara sistematis.

Peneliti melakukan pengamatan pada akun media sosial Juventini Indonesia baik secara online maupun secara langsung. Peneliti melakukan pengamatan dengan beberapa aktifitas:

- a. Mencari akun media sosial *twitter* informan.
- b. Berteman di media sosial *twitter* dan melihat pertemanan dengan informan.
- c. Melihat dan mengamati akun media sosial *twitter* informan dan juga melihat postingan status, komentar, foto, dan video atau yang lainnya.
- d. Kemudian setelah melakukan pengamatan pada aktifitas media sosial informan, peneliti mencari aktifitas atau postingan yang berbau dalam unsur pelanggaran etika komunikasi bermedia sosial pada saat menggunakan media sosial *twitter*.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan, metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat dan menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek atau oleh orang lain. Dalam hal ini dokumentasi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh peneliti kualitatif untuk mendapatkan gambaran dari sudut

pandang subjek melalui sebuah media tertulis dan dokumen lainnya yang ditulis atau dibuat langsung. Studi metode dokumentasi ini dilakukan untuk mendapatkan data-data yang belum didapatkan dari metode observasi dan wawancara dan merupakan sebagai pelengkap dari data yang belum didapatkan. Peneliti mendapatkan dokumen dari hasil foto atau gambar yang di capture dari aktifitas komunikasi melalui akun media milik informan.

F. Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data

Teknik pemeriksaan dan keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan agar penelitian mendapatkan hasil yang diinginkan serta dapat menyimpulkan dari hasil penelitian yang didapat dan juga dapat dipertanggung jawabkan. Dalam penelitian peneliti menggunakan teknik triangulasi. triangulasi data adalah teknik dalam pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data (observasi, wawancara dan dokumentasi) dan dari sumber data yang ada dan kemudian untuk dapat ditarik kesimpulan dengan hasil yang sama.

Menurut Moleong (2014:330) triangulasi adalah teknik pemeriksaan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu. Triangulasi pada penelitian ini di dapat menggunakan observasi melalui media sosial informan lalu kemudian mewawancarai secara langsung informan tersebut serta mengumpulkan dokumentasi pada aktifitas media sosial informan, mengenai adanya pelanggaran etika komunikasi bermedia sosial ketika sedang diwawancarai.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini, yaitu menyesuaikan dengan pendekatan penelitian deskriptif. Oleh karena itu peneliti menganalisis data yang

didapat dengan menggunakan teknik deskriptif kualitatif. Yang mana dalam penelitian kualitatif ini dituju untuk mendapatkan informasi dan fakta dari keadaan fenomena yang terjadi. Dengan mendapatkan data dari wawancara dan obswervasi pada saat sedang berlangsungnya aktifitas yang terjadi di semua akun media sosial informan, dan juga melakukan dokumentasi.



Dokumen ini adalah Arsip Miilik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB IV

HASIL DAN PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Juventini Indonesia

Juventini Indonesia berdiri sejak 28 Juli 2006 tepatnya 15 tahun yang lalu, yang mana sekarang dikenal dengan nama Juventus Club Indonesia atau dengan nama resmi *Juventus Official Fan Club Indonesia*. Komunitas Juventini Indonesia terbentuk setelah melalui beragam fase dan pematangan konsep dan sampai akhirnya telah disepakati untuk membentuk sebuah wadah komunitas yang kuat terorganisir.

komunitas ini akhirnya berkembang menjadi sentra komunikasi dan pengembangan diri dari para anggotanya. Dari komunitas, menjadi organisasi, dari Juventini Indonesia menjadi (deklarasi) Juventus Club Indonesia. Organisasi dan perkumpulan yang profesional dengan berlandaskan semangat kebersamaan. Kecintaan terhadap Juventus menjadikan organisasi ini semakin besar.

Juventini Indonesia dikenal sebagai organisasi komunitas dan dengan kepengurusan yang terstruktur dengan adanya badan hukum didalamnya namun dalam penggunaan media sosial, juventini tidak menggunakannya dengan baik. Sehingga diperlukan adanya evaluasi dan perhatian dari pihak organisasi dan juga kepengurusan untuk mengatasi adanya pelanggaran etika komunikasi di media sosial yang dilakukan juventini dan juga agar dapat menjadi contoh bagi

masyarakat untuk menggunakan media sosial dengan sebaik-baiknya.

2. Visi dan Misi

a. Visi

1. Menjadi komunitas Pendukung Juventus terbesar di Asia Tenggara.
2. Membangun wadah bagi para pecinta Juventus di Indonesia, Warga negara Indonesia yang berada di luar negeri dan juga warga negara asing yang berdomisili di Indonesia.
3. Menjadi wadah masyarakat yang ingin menjadi bagian dari Juventus Club Indonesia untuk berkarya serta ajang bersosialisasi yang berguna bagi masyarakat sekitar.
4. Memberikan kontribusi dukungan yang terbaik bagi Klub Juventus di Wilayah Indonesia.
5. Menumbuhkan nilai-nilai social dan kepedulian bagi masyarakat.
6. Menyalurkan kontribusi yang positif bagi Negara kesatuan Republik Indonesia.

b. Misi

1. Membentuk organisasi berbadan hukum Republik Indonesia.
2. Memperoleh dan mempertahankan predikat sebagai fans club resmi di Indonesia dalam satu wadah komunitas Juventus Club Indonesia.
3. Sebagai sarana berkumpul seluruh Juventini yang tersebar di Indonesia dalam satu wadah komunitas Juventus Club DOC atau Official Fan Club.

4. Mengembangkan potensi pendanaan dan komersial organisasi secara mandiri.
5. Menjunjung tinggi dan mensosialisasikan nilai-nilai sportifitas dan menghindari konflik serta kerugian bagi pihak lain.
6. Menciptakan wadah berkarya pendukung Juventus di wilayah Indonesia dan luar negeri, dan menyalurkan kepada pihak lain yang berkepentingan.

3. Profil Juventini Indonesia

Nama Lengkap	: Juventus Club Indonesia / JCI
Nama Populer	: Juventini Indonesia / JCI / JOFC
Tahun Berdiri	: 28 Juli 2006
Alamat Sekretariat	: Jl. Tebet Timur Dalam Raya No. 7 Jakarta 12820
Alamat Email	: info@juventini-indonesia.com
Alamat Web	: www.juventusclubindonesia.com
Facebook Page	: Juventini Indonesia
Twitter	: @JCI_Indonesia
Instagram	: @Jofc.indonesia
Youtube	: Juventus Club Indonesia Official

B. Hasil Penelitian

Berdasarkan dari data yang telah peneliti dapatkan, pada bab ini peneliti mencoba menjelaskan hasil penelitian yang berjudul “Etika Komunikasi Bermedia Sosial Twitter Juventini Indonesia Terkait Penerapan Pasal 27 UU ITE (Studi analisis Implementasi Undang-Undang Informasi dan Transaksi Eelektronik Pasal 27 pada Juventini Indonesia).” Sebelum peneliti membahas mengenai hasil penelitian yang didapat, peneliti terlebih dahulu menjelaskan secara umum identitas dari subjek penelitian dan juga hasil penelitian tersebut, sebagai berikut:

1. Daftar profil informan/subjek

- a. Nama : Agus Suriyadi
Jabatan : Ketua Umum
Umur : 38 tahun
Akun Twitter : Agus Suriyadi (@AguyDaguy)

- b. Nama : Ade Zulkarnaen
Jabatan : Sekjen
Umur : 32 tahun
Akun Twitter : Ade Zulkarnain (@AdeZulka)

- c. Nama : Benny Haryadi
Jabatan : Member
Umur : 34 tahun

Akun Twitter : Beben (@Benjuve18)

d. Nama : Tiber Nathan

Jabatan : Member

Umur : 32 tahun

Akun Twitter : Tiber_Nathan (@TiberNathan)

e. Nama : Dika

Jabatan : Member

Umur : 29 tahun

Akun Twitter : dikaajr (@Dikaa_Jr)

Pada bagian ini peneliti akan menguraikan hasil sesi wawancara dan fakta yang telah didapatkan pada akun twitter informan mengenai etika berkomunikasi ber media sosial *twitter* Juventini Indonesia (Studi analisis implementasi undang-undang informasi dan transaksi elektronik pasal 27 pada Juventini Indonesia). Etika komunikasi dalam menggunakan media sosial pada Juventini Indonesia dilihat dari tidak dalam menggunakan kata-kata kasar. Etika komunikasi yang diatur dalam UU ITE pasal 27 yaitu tidak melanggar kesusilaan, tidak membuat unsur perjudian, tidak membuat unsur penghinaan, pencemaran nama baik dan juga tidak membuat unsur pemerasan dan pengancaman.

1. Tidak menggunakan kata-kata kasar

Dengan hal ini informan yang menggunakan kata-kata kasar sebagai bentuk rasa kesal emosional yang kemudian meluapkan amarahnya dengan memposting status sindiran di media sosial *twitter*.

Menurut salah satu pengurus atau ketua umum Juventini Indonesia di pekanbaru yang bernama Agus Suriyadi, sebagai berikut :

“kalo buka *twitter* cuman sekedar scroll terus komen biasa aja, udah jarang buat status terus sambil liat *tweet* tentang berita juve & twett orang lain. Kalo untuk komentar atau twett orang yang pakai bahasa kasar ada abang temui, banyak dari Juventini yang kayak gitu.” (wawancara dilakukan pada tanggal 28 Agustus 2021).

Sementara menurut pengurus bagian Sekjen Juventini Indonesia yang bernama Ade Zulkarnaen mengatakan :

“kalo untuk komen atau *ngetweet* engga pernah, cuman buka aja buat liat berita juve gitu. Kalo liat status orang lagi komentar kasar ada, terus status pakai kata kasar juga ada, ngeliat itu biasanya memang pas juve lagi terpuruk pas lagi engga bagus terus kalah atau pas lagi debat sama fans sebelah yang ledekin juve gitu.” (wawancara dilakukan pada tanggal 29 Agustus 2021).

Sedangkan menurut member Juventini Indonesia yang bernama Benny Haryadi :

“Untuk komen di *twitter* pernah pakai bahasa yang kasar, itu tapi sekedar iseng ngeluapin kekesalan aja & itu pun kebetulan pas ada berita *tweet* juve lagi kalah terus kesal aja.” (wawancara dilakukan pada tanggal 26 Agustus 2021).

Menurut member lainnya yang bernama Tiber Nathan :

“enggak pernah buat komen kasar di *twitter*, buat status pun enggak pernah juga, tapi kalo ada itu menurut abang ya iseng dan

wajar aja ya kan karna namanya akun pribadi.” (wawancara dilakukan tanggal 26 Agustus 2021).

Menurut member Juventini Indonesia yang bernama Dika :

“pernah,tapi kadang aja kalo pas lagi buka *twitter* paling liat berita, terus komen biasa, walaupun lagi kesel liat keadaan juve yang mainnya kacau.” (wawancara dilakukan pada tanggal 26 Agustus 2021).

Penggunaan kata kasar ialah merupakan sebagai salah satu bentuk pelanggaran etika komunikasi menurut Mursito (2006). Yang mana kata kasar merupakan bahasa yang menurut budaya bersifat sangat tidak sopan yang dapat menyinggung orang lain. Dengan semakin berkembangnya media komunikasi pada saat ini, penggunaan kata-kata kasar digunakan sebagai bahan untuk mengekspresikan rasa emosional mereka atau rasa kekesalan pada diri mereka. Pada akun *twitter* informan terdapat penggunaan kata kasar yang digunakan oleh oknum Juventini Indonesia saat berkomentar.

Gambar 2.1

Bentuk Pelanggaran Dengan Penggunaan Kata Kasar Yang Terdapat Pada Pemilik Akun *Twitter* Informan



2. Provokatif

Menyebarkan tulisan, foto atau video yang kemudian dapat membuat seseorang mudah terhasut dan terpancing oleh tindakan yang bersifat negatif seperti kemarahan, perpecahan antar kelompok, dan yang menimbulkan tawuran bagi orang lain maupun kelompok dan golongan tertentu.

Menurut ketua Juventini yang bernama Agus Suriyadi mengatakan sebagai berikut :

“enggak pernah abang, buat status aja udah enggak pernah lagi. tapi kalo liat orang berdebat atau ngoceh di *twitter* banyak tu.”
(wawancara dilakukan pada tanggal 28 Agustus 2021).

Sementara menurut sekjen Juventini yang bernama Ade Zulkarnaen menyatakan sebagai berikut :

“ndak pernah, soalnya juga ndak pernah buat status. Buka *twitter* sekedarnya aja.” (wawancara dilakukan pada tanggal 29 Agustus 2021).

Menurut salah satu member Juventini Indonesia yang bernama Benny Haryadi sebagai berikut :

”untuk ngeluarin kata-kata yang sekiranya buat mancing atau nyinggung orang enggak pernah, sampe kelahi enggak juga pernah, malah yang ada abang kepancing buat ngatain, timbul aja postingan yang muncul di beranda *twitter* yang beritanya jengkelin yang kebanyakan nyindir tentang juve secara langsung.”
(wawancara dilakukan pada tanggal 26 Agustus 2021).”

Sedangkan menurut member Juventini Indonesia yang bernama Tiber Nathan sebagai berikut :

“kalo mancing orang buat gaduh di *twitter* enggak pernah sih, tapi kalo terpancing abang pernah, pas lagi main *twitter* kepancing

sama postingan orang tapi ya enggak sampe kelahi, di *twitter* bisa sesuka kita kan mau ngetweet komen segala macam apa gitu, kadang orang mulai duluan kan ya masak kita diemin.”
(wawancara dilakukan pada tanggal 26 Agustus 2021).”

Sementara menurut member Juventini Indonesia yang bernama Dika menjelaskan sebagai berikut :

“di *twitter* mancing orang berantem enggak pernah, yang pernah malah kepancing, terus juga masalahnya biasa sih, sesuai keadaan jadi pas kalo kepancing keadaan itu langsung komentar ngeretweet juga.” (wawancara dilakukan pada tanggal 26 Agustus 2021.)

Provokatif merupakan aktifitas yang bersifat Provokasi atau memprovokasi yaitu ajakan atau hasutan untuk melakukan suatu hal yang diinginkan, Provokasi dapat bersifat positif dan negatif. Provokatif yang bersifat positif seperti ajakan atau hasutan untuk melakukan suatu kebaikan dan atau tindakan yang tidak merugikan orang lain, sedangkan Provokatif bersifat negatif tujuannya yairu adalah seperti terjadi pertengkaran, membuat perpecahan ataupun saling menjatuhkan antara individu maupun kelompok lainnya. Pada akun *twitter* informan yang ditemukan adanya unggahan, postingan atau komentar yang termasuk kedalam pelanggaran etika komunikasi yang memprovokasi seseorang untuk tindakan yang dapat merugikan orang lain atau kelompok lainnya.

3. Memiliki muatan Pelanggaran Kesusilaan

Dalam tulisan, foto ataupun video yang melanggar unsur kesusilaan seperti tulisan yang tidak senonoh, foto dengan pakaian yang terbuka atau dengan pakaian ketat yang membentuk lekuk tubuh yang diunggah posting pada media sosial *twitter*.

Menurut ketua Juventini Indonesia yang bernama Agus Suriyadi menyebutkan :

“kalo unggah foto sama video tentang negatif enggak pernah, apalagi porno sama sekali enggak pernah, di *twitter* pun udah enggak pernah unggah foto & video, paling ngelike, ngetweet sama komen. Itu pun yang positif. (wawancara dilakukan pada tanggal 28 Agustus 2021).

Kemudian menurut sekjen Juventini Indonesia yang bernama Ade Zulkarnaen mengatakan sebagai berikut :

“enggak pernah qin, cuman kalo lagi buka *twitter* ada liat postingan *tweet* negatif lewat di beranda pernah liat postingan foto atau video yang ada konten negatif.” (wawancara dilakukan pada tanggal 29 Agustus 2021).

Menurut member Juventini Indonesia yang bernama Benny Haryadi menyebutkan :

“kalo abang enggak pernah kayak gitu sampai posting di *twitter*. kalo komen, *ngetweet* atau *retweet* pernah tentang bola. (wawancara dilakukan pada tanggal 26 Agustus 2021).

Sementara member Juventini Indonesia yang bernama Tiber Nathan mengatakan sebagai berikut :

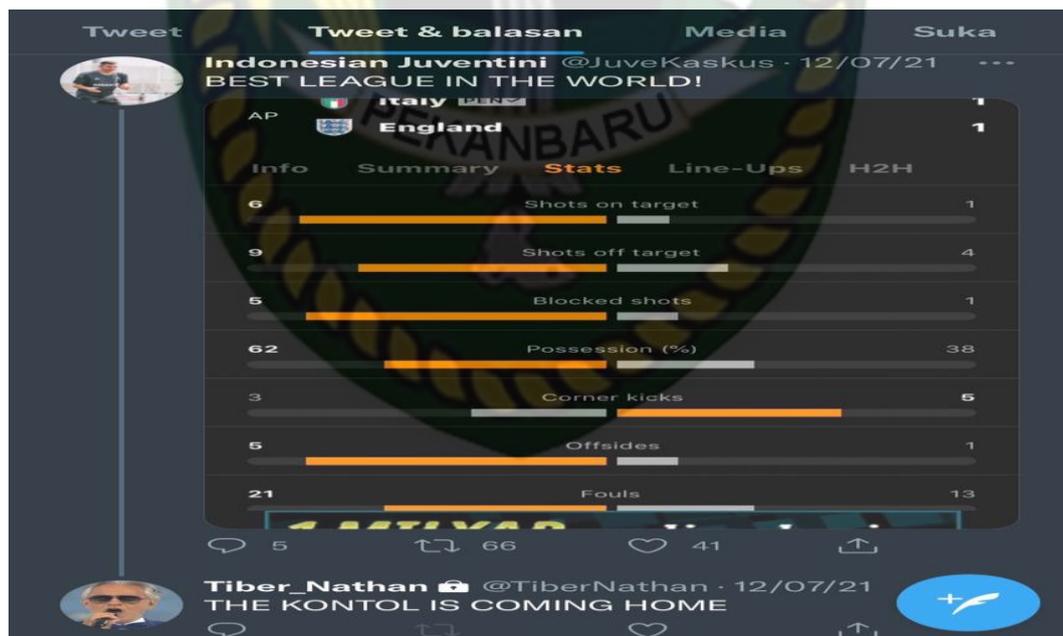
“enggak pernah, buka *twitter* ya pas liat status, baca berita, & pas buka ya liat foto & video negatif aja posting enggak pernah.” (wawancara dilakukan pada tanggal 26 Agustus 2021).

Kemudian menurut member Juventini Indonesia yang bernama Dika mengungkapkan sebagai berikut :

“posting yang itu enggak pernah, tapi pas ngeliat di beranda ada foto sama video vulgar pernah.” (wawancara dilakukan pada tanggal 26 Agustus 2021).

Dalam lingkup masyarakat pada umumnya kesusilaan dianggap sebagai suatu hal yang menyimpang atau kejahatan yang bertentangan dengan norma-norma kehidupan dimasyarakat dan juga yang bertentangan dengan hukum di Indonesia. Sebuah gambar, tulisan, perilaku, dan juga perkataan di media yang memiliki muatan asusila di pandang bertentangan dengan nilai moral dan rasa kesusilaan dimasyarakat. Dalam akun *twitter* Tiber Nathan peneliti menemukan komentar yang diunggah dalam unsur pelanggaran etika komunikasi kesusilaan. Postingan tersebut menunjukkan dengan kata yang negatif dan bersifat pornografi dengan mengatakan “*kontol*”.

Gambar 2.2
Bentuk Pelanggaran dalam Unsur Kesusilaan Yang Terdapat
Pada Pemilik Akun *Twitter* Informan



Mengenai tentang definisi “melanggar kesusilaan pemerintah tidak memberikan penjelasan serta pemahaman sehingga dapat di persepsikan dengan beragam. Namun dengan hal perbuatan melanggar kesusilaan dapat merujuk pada

ketentuan kesusilaan dalam KUHP, dalam Undang-undang KUHP memuat tiga objek yaitu, gambar, tulisan, dan juga benda yang sifatnya melanggar kesusilaan.

4. Memiliki muatan perjudian

Dengan semakin berkembangnya teknologi digital dan komunikasi pada saat ini membuat semua orang dapat dengan mudah mengaksesnya dengan menggunakan *smartphone*. Hal tersebut membuat semua orang dapat melakukan pelanggaran didalamnya termasuk tindak pelanggaran perjudian yang tak luput dari kemajuan teknologi tersebut. Dimana biasanya perjudian dilakukan secara langsung ataupun secara tatap muka, berbeda dengan penggunaan internet, perjudian yang dilakukan dengan menggunakan internet ini dilakukan dengan secara *online* seperti parlay, poker, togel dan contoh lainnya. Dan juga yang menyangkut tentang penggunaan internet atau biasanya ada juga yang bertaruh melalui rekening yang telah dibuat.

Ber macam jenis *game* online yang semakin berkembang pada saat ini sehingga banyak di gemari oleh sekelompok orang dan dapat di mainkan secara bersamaan. Sehingga dari *game* tersebut dapat menimbulkan unsur-unsur yang bersifat perjudian *online*. Tidak hanya dengan bentuk uang tetapi berbentuk virtual yang terdapat dalam *game* tersebut dan juga dalam berbentuk barang.

Dari bermacam jenis *game* yang memuat perjudian *online* seperti parlay, poker, togel dan lainnya yang tak lepas dari tindakan perjudian *online*. Yang mana *game* tersebut sangat di gemari oleh banyak orang, baik remaja hingga orang dewasa, hal tersebut di lakukan hanya untuk kepuasan

dan hiburan tersendiri. Pada penelitian ini tidak ditemukan adanya pelanggaran atas perjudian *online* yang terdapat pada pemilik akun informan.

5. Memiliki muatan penghinaan

Beberapa ungkapan dari informan yang dilakukan di akun *twitter* dalam bentuk ejekan, cemooh ataupun yang merendahkan orang lain.

Menurut Ketua Juventini yang bernama Agus Suriyadi mengatakan sebagai berikut :

“kalo untuk ejekan engga pernah, cuman buka-buka *twitter* aja komen biasa terus liat status baca-baca beritanya.” (wawancara dilakukan pada tanggal 28 Agustus 2021).

Menurut sekjen Juventini yang bernama Ade Zulkarnaen mengatakan sebagai berikut :

“ngejek enggak pernah, karna enggak mau salah gunain. Buka *twitter* sewajarnya, paling kalo ngeliat macam-macam ejekan pernah.” (wawancara dilakukan pada tanggal 29 Agustus 2021).

Sementara menurut member Juventini yang bernama Benny Haryadi menyebutkan sebagai berikut :

“pernah sih sekedar ejekan biasa gitu, namanya juga main *twitter* buat iseng pas lagi enggak ada kerjaan.” (wawancara dilakukan pada tanggal 26 Agustus 2021).

Sedangkan menurut member Juventini yang bernama Tiber Nathan mengungkapkan sebagai berikut :

“iya pernah buat komentar ejekan, karna pas lagi buka isinya jadi pengen maki-maki gitu terus pas pula lagi gabut kan, jadi ya iseng terus komen-komen aja.” (wawancara dilakukan pada tanggal 26 Agustus 2021).

Menurut member Juventini lainnya yang bernama Dika mengatakan sebagai berikut :

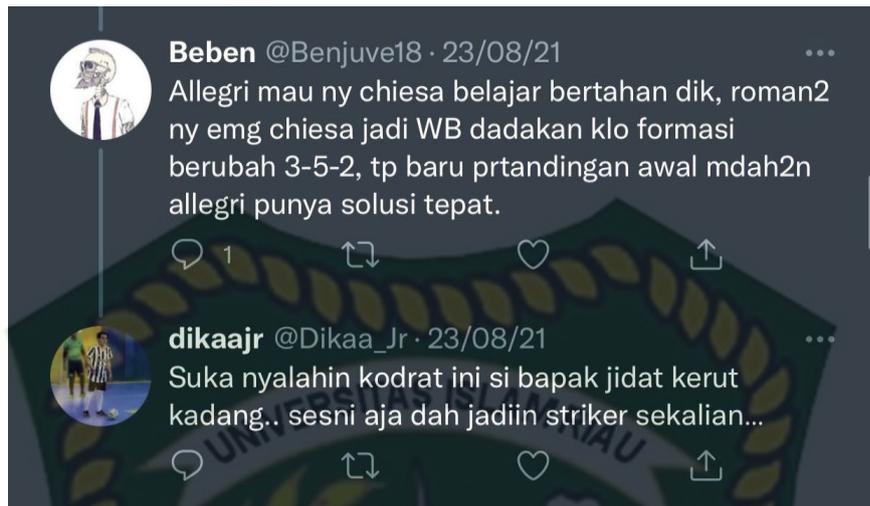
“pernah karna lagi kesel pas liat permainan juve lagi jelek, jadi ya biasa pas kesel di buat aja komen di *twitter* ngejek gitu.”
(wawancara dilakukan pada tanggal 26 Agustus 2021).

Penghinaan yang dilakukan dengan secara sengaja atau tidak sengaja dapat terjerat dengan pasal UU ITE dan juga pada UU KUHP jika orang yang dimaksud merasa tersinggung dengan ungkapan atau tulisan, ungkapan tersebut dapat berupa perkataan yang merendahkan, atau biasa yang disebut dengan *body shaming* (tindakan mengejek bentuk fisik atau dengan ukuran tubuh seseorang). Penghinaan tersebut sama dengan halnya dengan bentuk pelanggaran etika komunikasi yang disebutkan oleh Mursito (2006) tentang tidak menggunakan kata kasar.

Pada akun *twitter* milik Benny Haryadi, Tiber Nathan dan juga Dika ditemukan adanya komentar atau tulisan yang ditujukan dalam unsur ejekan atau penghinaan. Tetapi hal tersebut hanya dianggap sebagai perilaku biasa saja dengan sekedar iseng atau kegabutan. Namun berbeda halnya dengan Agus Suriyadi dan Ade Zulkarnaen tidak ditemukan adanya kalimat atau koementar yang bertujuan untuk melakukan ejekan atau penghinaan.

Gambar 2.3
Bentuk Pelanggaran Dalam Unsur Penghinaan Yang Terdapat
Pada Pemilik Akun Twitter Informan





6. Memiliki muatan pencemaran nama baik

Tuduhan dan juga penyebaran informasi yang dilakukan melalui media sosial *twitter* dengan cara memperlakukan seseorang atau kelompok yang dapat merugikan nama baik dan juga kehormatan seseorang.

Menurut ketua Juventini yang bernama Agus Suriyadi mengatakan sebagai berikut :

“enggak pernah abang ngefitnah sama nyebarin informasi lewat komen & status, yang jatuhnya ngerugiin orang lain .” (wawancara dilakukan pada tanggal 28 Agustus 2021).

Menurut sekjen Juventini yang bernama Ade Zulkarnaen mengungkapkan bahwa sebagai berikut :

“untuk nyinggung orang, nyebarin informasi kayak fitnah enggak pernah, yang dilakuin kalo pas lagi buka *twitter* ya baca berita liat trending topik ngilangin suntuk sekedarnya aja.” (wawancara pada tanggal 29 Agustus 2021).

Menurut member Juventini yang bernama Benny Haryadi mengatakan bahwa sebagai berikut :

“pencemaran nama baik? kalo itu enggak pernah, nyebarin info buat jatuhin nama baik orang juga enggak pernah soalnya itu

bahaya ada resikonya.” (wawancara dilakukan pada tanggal 26 Agustus 2021).

Sementara menurut member Juventini yang bernama Tiber Nathan mengatakan sebagai berikut :

“sama sekali enggak pernah nyebar fitnah atau informasi yang buat jatuh harga diri orang lain. Apalagi pencemaran nama baik.” (wawancara dilakukan pada tanggal 26 Agustus 2021).

Sedangkan menurut member Juventini yang bernama Dika mengungkapkan sebagai berikut :

“enggak pernah ada lakuin fitnah di *twitter*, posting buat malu sama cemar nama baik orang juga enggak pernah.” (wawancara dilakukan pada tanggal 26 Agustus 2021).

C. Pembahasan Penelitian

Etika komunikasi yang baik menurut Mursito (2006) saat menggunakan media sosial yaitu tidak dengan menggunakan kata-kata kasar, provokatif, unsur SARA ataupun pornografi. Dan juga tidak mengunggah dan menyebarkan berita bohong tidak *mengcopy paste* gambar atau artikel yang memiliki hak cipta dan dapat memberikan komentar yang relevan. Sedangkan etika komunikasi menurut Nilsen (dalam Johannesen, 1996), mengatakan bahwa untuk mencapai etika komunikasi, perlu diperhatikan sifat-sifat sebagai berikut (1) penghormatan terhadap seseorang sebagai person tanpa memandang, umur, status atau hubungan dengan si pembicara, (2) penghormatan terhadap ide, perasaan, maksud dan integritas orang lain, (3) sikap suka membolehkan, keobjektifan, dan keterbukaan pikiran yang mendorong kebebasan berekspresi, (4) penghormatan terhadap bukti dan

pertimbangan yang rasional terhadap berbagai alternatif, dan (5) terlebih dahulu menengarkan dengan cermat dan hati-hati sebelum menyatakan persetujuan atau ketidaksetujuan.

Dalam penggunaannya media sosial bagi masyarakat kini tidak hanya sebagai pengganti proses komunikasi secara langsung, namun dengan adanya media sosial masyarakat dapat lebih mudah mendapatkan akses dalam proses komunikasi dan informasi tersebut. Harold D. Laswell memaparkan fungsi media yang dapat dibagi menjadi tiga. Yang pertama, media memiliki fungsi sebagai pemberi informasi untuk publik dengan secara luas tentang hal-hal yang berada di luar jangkauan penglihatan mereka. Kedua, media berfungsi melakukan seleksi, evaluasi, dan interpretasi atas informasi yang diperoleh. Ketiga, media berfungsi menyampaikan nilai dan warisan sosial budaya kepada masyarakat (Haryatmoko 2007). Dalam penjelasan tersebut fungsi media bukan hanya sebagai sarana dalam mendapat dan menyebar luaskan informasi, akan tetapi memberikan interpretasi atas informasi dan juga menyebarkan nilai budaya. Serta etika komunikasi yang telah diatur dalam pasal 27 UU ITE yang berbunyi :

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 mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya informasi 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 dan/atau pengancaman.

Berdasarkan penjelasan yang mengatur mengenai etika komunikasi di media sosial tersebut, peneliti mengambil 6 poin dari etika komunikasi menggunakan media sosial yaitu sebagai berikut :

1. Tidak menggunakan kata-kata Kasar

Dalam menggunakan media sosial *twitter* terdapat penggunaan bahasa yang begitu bervariasi seperti menggunakan bahasa Indonesia yang baku, penggunaan bahasa Indonesia yang di campur dengan bahasa daerah dan bahasa asing. Dari penggunaan bahasa yang bermacam dan bervariasi tersebut terdapat adanya beberapa kata-kata yang digunakan oleh para pemilik akun *juventini* yang melanggar etika komunikasi. Penggunaan kata-kata kasar tersebut diantaranya ditemukan di kolom komentar, penggunaan kata-kata kasar yang dilakukan oleh *juventini* tersebut

dianggap sebagai hal yang biasa atau sebagai luapan emosional saja disaat sedang bosan.

Dari pembahasan yang telah di jelaskan di atas dapat di simpulkan bahwa pentingnya dalam penerapan etika komunikasi dalam menggunakan media sosial *twitter* pada juventini dan juga diperlukan adanya kejelasan mengenai hal apa saja yang dapat dijerat dalam UU ITE Pasal 27, sehingga ketegasan beretika dalam menggunakan komunikasi dapat dijalankan dengan baik oleh juventini, dan belum adanya penjelasan secara menyeluruh mengenai pelanggaran yang dimaksudkan dalam UU ITE Pasal 27, sehingga masyarakat dan juga juventini dapat menggunakan UU ITE sebagai acuan dasar mereka dalam menggunakan media sosial dengan baik. Dari lima poin pelanggaran yang sudah dijelaskan dan yang telah di dapat dari penelitian maka peneliti mengelompokkan etika komunikasi yang diterapkan oleh juventini dan etika komunikasi yang tidak diterapkan melalui hasil observasi yang telah dilakukan pada akun media sosial *twitter* informan.

Tabel 3.2
Penggunaan Kata Kasar Yang Digunakan Juventini

Akun Twitter Informan	Kelompok Penggunaan Kata Kasar	Tulisan Juventini Yang Menggunakan Kata Kasar
@Benjuve18	Keadaan Mental	“Sok tau lo buzzer!”
	Bentuk Fisik	“Ang bongak juo

		mah”
@TiberNathan	Bagian Tubuh	“THE KONTOL IS COMING HOME”
	Keadaan Mental	“dah miskin dana miskin lgi gelar lgi cuih”
@Dikaa_Jr	Bentuk Fisik	“Dalam kepala kerut allegri “ini masih awal musim, eksperimen banyak boleh kali ya” emang kimak lihat main babak pertama ini”
	Bagian Tubuh	“Suka nyalahin kodrat ini si bapak jidat kerut kadang”

Dalam penggunaan kata-kata kasar yang dilakukan oleh oknum member juventini tersebut dianggap sebagai hal iseng dan sebagai bentuk luapan kekesalan saja. Seperti yang dikatakan oleh member juventini yang bernama Benny Haryadi mengungkapkan bahwa hal tersebut sekedar iseng untuk meluapkan kekesalan saja. Namun, pada hasil pengamatan yang dilakukan peneliti di akun *twitter* informan juventini yang bernama Benny Haryadi ditemukan adanya penggunaan kata-kata kasar yang terdapat pada akun informan tersebut.

Tidak jauh berbeda dengan pernyataan sebelumnya yang mengatakan bahwa hanya iseng dan wajar sebagai pemilik akun pribadi,

hal tersebut dinyatakan oleh member juventini yang bernama Tiber Nathan. Namun berbeda dengan pernyataan yang disampaikan oleh member juventini bernama Dika yang mengaku bahwa hanya kadang saja pernah menggunakan kata-kata kasar saat sedang mengakses *twitter*.

2. Provokatif

Provokatif memiliki sifat yang juga sama dengan provokasi yang mana tindakan yang dilakukan seseorang tersebut seperti menghasut, mempengaruhi dan dapat menyebabkan reaksi seorang individu, kelompok, organisasi menjadi marah dan dapat melakukan suatu aksi. Tindakan provokatif merupakan sebuah ajakan atau hasutan kepada seseorang individu, kelompok, dan juga organisasi yang dapat menimbulkan amarah dan juga dapat menimbulkan terjadinya bentrokan antar kedua belah pihak yang saling berkaitan. Tindakan provokatif tersebut tidak ditemukan pada setiap akun *twitter* milik informan.

Pada hasil pengamatan tidak ditemukannya adanya postingan yang berkaitan dengan terjadinya pertengkaran antar individu, kelompok maupun golongan. Pada hasil wawancara kepada salah satu informan yang bernama Benny Haryadi mengatakan bahwa tidak pernah memancing atau menginggung dengan postingan, tulisan, foto ataupun video, namun malah sebaliknya informan tersebut yang terpancing akibat postingan orang lain. Sementara menurut informan lainnya mengatakan hal yang sama bahwa tidak pernah melakukan tindakan provokatif di *twitter* dengan memancing tetapi pernah terpancing dengan postingan lainnya.

3. Memiliki muatan pelanggaran kesusilaan

Berdasarkan kriteria pelanggaran kesusilaan yang telah disimpulkan oleh peneliti yaitu adalah sebagai berikut :

- a. Penggunaan bahasa yang tidak sopan dan melanggar adab berbahasa yang baik dalam ruang lingkup masyarakat.
- b. Pornografi dengan penggambaran melalui gambar, foto, tulisan, audio, atau animasi maupun video secara erotis yang dapat menimbulkan nafsu birahi atau seksual.
- c. Menampilkan pornoaksi yang merupakan gambaran aksi gerakan, lenggokan, menobjolkan lekuk bagian tubuh, menggunakan pakaian mini atau sexy yang dilakukan secara sengaja atau tidak sengaja untuk memunculkan kesan yang memancing nafsu seksual.
- d. Menampilkan gambar, foto dan simbol yang mengacungkan jari tengah atau biasanya dengan ungkapan “fuck”. Jari tengah “fuck” memiliki makna yang negatif dan dinilai tidak sopan. Dalam budaya Barat merupakan *gesture* yang tidak senonoh.

Berdasarkan kriteria yang telah disebutkan di atas, juventini banyak melakukan tindak pelanggaran kesusilaan dalam bentuk penggunaan bahasa yang tidak sopan dan dengan kata-kata kasar yang dilakukan oleh oknum juventini saat menggunakan *twitter*. Terdapat pelanggaran pelanggaran kesusilaan pada akun twitter Tiber Nathan, yang dapat terjerat pada UU ITE Pasal 27 tentang kesusilaan apabila postingan tersebut membuat tidak terima dengan yang situliskan.

Belum adanya uraian yang jelas mengenai pelanggaran apa saja yang masuk dalam kategori pelanggaran kesusilaan pada UU ITE Pasal 27 Ayat (1) sehingga menimbulkan banyak penafsiran bagi masyarakat dan juga bagi para aparat penegak hukum untuk menerapkannya.

4. Memiliki muatan perjudian

Dengan perkembangan teknologi digital dan juga komunikasi saat ini membuat semua orang dengan mudah mengaksesnya melalui penggunaan *smartphone*. Pelanggaran penggunaan seperti perjudian tak luput dari sebuah kemajuan teknologi yang berkembang. Jika sebelum berkembangnya teknologi perjudian dilakukan dengan cara tradisional seperti bermain kartu bersama dan dengan saling bertemu secara tatap muka, namun pada perkembangan teknologi saat ini bermain kartu dapat dilakukan melalui penggunaan *smartphone* dan dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja tanpa harus bertemu dengan lawan main.

Dunia permainan *game* online yang semakin berkembang memiliki bermacam-macam jenis sehingga banyak digemari oleh banyak orang dari anak-anak hingga dewasa dan dapat dimainkan secara bersama-sama atau berkelompok. Dari hal tersebut dapat menimbulkan unsur-unsur perjudian tidak hanya berbentuk uang namun dalam bentuk virtual yang terdapat pada *game* tersebut dan ataupun juga berbentuk barang.

Dari banyaknya jenis *game* online yang dapat memuat perjudian seperti *parlay*, *poker*, *togel* dan *game* online lainnya tak lepas dari tindakan

perjudian. Dimana game tersebut sangat di gemari oleh banyak orang, dari remaja hingga orang dewasa, hal tersebut di lakukan hanya untuk sebagai kepuasan tersendiri dan juga hiburan. Pada hasil pengamatan penelitian ini tidak ditemukan adanya unsur-unsur pelanggaran atas perjudian *online* yang berkaitan pada UU ITE Pasal 27 yang terdapat pada pemilik akun *twitter* informan.

5. Memiliki muatan penghinaan

Penghinaan merupakan tindakan yang menyerang kehormatan seseorang dan dapat melukai perasaan seseorang tersebut. Apabila dilihat dari UU ITE Pasal 27 penghinaan dan pencemaran nama baik digabungkan dan dimuat dalam satu Ayat dan pada undang-undang ini tidak menjelaskan konsep mengenai adanya unsur penghinaan. Namun, dengan tidak adanya penjelasan dalam mengatur masalah tindak pidana penghinaan dalam UU ITE Pasal 27 Ayat (3) Sehingga tindakan penghinaan tersebut juga akan tetap merujuk pada KUHP Bab XVI.

Ditemukan adanya penghinaan yang dilakukan juventini saat memberikan komentar pada akun media sosial *twitter* yang digunakannya. Dari hasil observasi yang peneliti lakukan pada setiap akun pemilik media sosial *twitter* ditemukan adanya beberapa tulisan yang menghina di kolom komentar, namun dengan hal tersebut dianggap sebagai bentuk perilaku iseng saja, karna tidak adanya kegiatan. Seperti yang dikatakan oleh member juventini Benny Haryadi bahwa hal tersebut untuk iseng.

Hal yang sama juga ditemukan pada akun *twitter* juventini Tiber Nathan dan Dika yang memuat tulisan di kolom komentar. Dimana Tiber Nathan juga mengatakan bahwa komentar yang dilakukan di *twitter* tersebut disaat gabut dan hal tersebut hanya iseng saja, sedangkan Dika mengatakan bahwa hal tersebut biasa karena sebagai bentuk kekesalan. Beberapa tulisan komentar yang merupakan ejekan atau penghinaan yang terdapat di *twitter* Benny Haryadi, Tiber Nathan dan juga Dika sebagai berikut : “Ang bongak juo mah”, “dah miskin dana miskin lgi gelar lgi cuih”, “Dalam kepala kerut allegri “ini masih awal musim, eksperimen banyak boleh kali ya” emang kimak lihat main babak pertama ini”, “Suka nyalahin kodrat ini si bapak jidat kerut kadang”.

Sementara pada akun *twitter* informan juventini lainnya bernama Agus Suriyadi dan Ade Zulkarnaen tidak ditemukan adanya tulisan ataupun postingan komentar yang termasuk dalam kategori penghinaan tersebut. Dalam hal ini perlu kita ketahui masih lemahnya penerapan dan juga pemahaman penghinaan bagi para juventini sehingga masih banyak oknum juventini yang memuat postingan komentar dengan menghina dan menganggap sebagai hal iseng ataupun biasa.

6. Memiliki muatan pencemaran nama baik

Pencemaran nama baik merupakan perbuatan yang dilakukan dengan cara menuduhkan sesuatu hal dimuka umum yang bersifat tidak jelas yang menyerang nama baik seseorang. Pencemaran nama baik disini berupa tulisan, foto maupun video yang berisi kebohongan dan tanpa

berdasarkan kebenaran yang disebarluaskan melalui media massa. Dasar dari adanya pencemaran nama baik yaitu penghinaan yang dilakukan dengan menyerang harga diri, martabat atau kehormatan mengenai nama baik orang yang bersifat pribadi maupun kelompok atau organisasi tersebut dicemarkan, dipermalukan dan juga direndahkan.

Berdasarkan hasil yang peneliti temukan dilapangan, dapat disimpulkan bahwa pencemaran nama baik dengan berupa penghinaan yang dapat menyerang harga diri maupun nama baik seseorang tersebut. Seperti contoh yang dapat diambil pada akun *twitter* informan dengan kalimat “Sok tau lo buzzer!”, kalimat tersebut terdapat pada komentar akun *twitter* Benny Haryadi yang merupakan bentuk pencemaran nama baik yang dapat menyerang harga diri seseorang. Banyak yang tidak menyadari bahwa hal tersebut termasuk dari pencemaran nama baik terhadap seseorang karena membuat tulisan yang tidak memiliki dasar yang jelas. Bisa saja dari hal tersebut dianggap sebagai sebuah candaan atau iseng bagi yang melakukannya maupun yang mendapat perlakuan dari hal tersebut.

Dari beberapa pembahasan tersebut dapat disimpulkan bahwa pentingnya dalam menerapkan etika komunikasi dalam menggunakan media sosial *twitter* pada juventini serta diperlukan adanya kejelasan mengenai kategori apa saja yang dapat dijerat dalam UU ITE Pasal 27 sehingga ketegasan beretika komunikasi dalam menggunakan media sosial dapat diterapkan dengan baik oleh juventini. Dari enam poin pelanggaran

yang telah diuraikan dan didapat melalui proses penelitian maka peneliti mengelompokkan kedalam dua bagian, etika komunikasi yang diterapkan oleh juventini dan etika komunikasi yang tidak diterapkan oleh juventini.

Tabel 3.3
Etika Komunikasi Yang Diterapkan
Dan Yang Tidak Diterapkan Oleh Juventini

No.	Etika Komunikasi Yang Diterapkan	Etika Komunikasi Yang Tidak Diterapkan
1.	Juventini tidak melakukan pelanggaran dan tindakan provokasi yang memicu perkelahian maupun kerusuhan terhadap seseorang atau ditujukan pada suatu kelompok maupun organisasi, di media sosial <i>twitter</i> . Dengan ini juventini masih menerapkan etika dengan baik dalam berkomunikasi.	Pelanggaran yang banyak dilakukan juventini yaitu penggunaan kata-kata kasar pada saat menggunakan media sosial <i>twitter</i> .
2.	Dalam penggunaan etika komunikasi di media sosial <i>twitter</i> . Tidak ditemukannya pelanggaran dalam muatan perjudian. Hal ini merupakan etika komunikasi yang masih diterapkan dengan baik oleh juventini.	Tindakan yang melanggar dalam bentuk kata-kata kasar yang dilakukan juventini di media sosial <i>twitter</i> termasuk dalam konteks pelanggaran yang memiliki unsur kesusilaan yang dimuat dalam bentuk tulisan atau komentar. Sehingga dalam hal ini dapat dikatakan bahwa etika komunikasi dalam muatan kesusilaan belum diterapkan dengan baik oleh juventini dalam menggunakan media sosial <i>twitter</i> .

3.		Etika komunikasi dalam muatan penghinaan masih belum dapat diterapkan dengan baik oleh juventini dalam menggunakan media sosial <i>twitter</i> . Dengan masih adanya tulisan dan kata-kata yang memiliki muatan penghinaan, dimana hal tersebut dianggap sebagai perilaku biasa atau iseng.
4.		Etika komunikasi dalam muatan pencemaran nama baik juga belum diterapkan dengan baik oleh juventini disaat menggunakan media sosial <i>twitter</i> dengan ditemukan adanya pelanggaran didalamnya yang ditemukan disalah satu komentar di akun <i>twitter</i> milik informan.

Dari penjelasan yang telah dibahas diatas dapat kita ketahui bahwa etika komunikasi dan implementasi UU ITE Pasal 27 pada juventini masih belum diterapkan dengan baik. Di karenakan masih banyaknya pelanggaran-pelanggaran yang di temui di beberapa akun media sosial twitter milik juventini atau informan. Hal tersebut dapat dilihat dari data yang sudah dijelaskan diatas sudah sangat jelas adanya kekurangan dan juga krisis etika komunikasi juventini dalam menggunakan media sosial terkhusus pada penggunaan media sosial *twitter*.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Adanya pelanggaran etika komunikasi yang dilakukan oleh oknum juventini pada saat ini, dimana perilaku tersebut dianggap sebagai hal biasa atau iseng dalam menggunakan media sosial diantara para penggunanya. UU ITE merupakan sebagai delik pengaduan dan bukan umum sehingga tindakan yang merupakan pelanggaran yang dilakukan juventini tidak dapat diproses dan dihukum oleh undang-undang dikarenakan adanya kesepakatan antara individu dan juga kelompok. Tetapi, dalam budaya ataupun dalam kehidupan sosial masyarakat indonesia etika yang baik yaitu menggunakan tutur kata dan perilaku yang sopan serta santun. Apabila orang yang tidak memiliki etika akan dianggap sebagai orang yang tidak memiliki moral, hal itu dikarenakan perkataan dan tindakan yang dilakukannya tidak dipertimbangkan dengan baik dan dengan buruknya dalam berperilaku.

Implementasi etika komunikasi dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 27 Pada juventini indonesia belum diterapkan dengan baik serta kurangnya kesadaran pada juventini pada saat ini dalam menggunakan media sosial *twitter*, sehingga dalam menggunakan media sosial *twitter* harus dengan pemikiran, kesadaran dari diri sendiri untuk lebih memahami etika komunikasi tentunya dan dengan lebih bijak lagi, juga berhati-hati dengan memanfaatkan media sosial *twitter* dengan sebaik-baiknya.

B. Saran

1. Pada penelitian selanjutnya peneliti menyarankan untuk dapat meneliti pada pelanggaran etika komunikasi dalam perspektif sosial di lingkungan masyarakat atau budaya di Indonesia.
2. Pemerintah dapat memberikan penjelasan tentang definisi dan juga gambaran yang jelas terhadap pelanggaran yang ada pada UU ITE Pasal 27 di setiap ayatnya, sehingga hal tersebut tidak menimbulkan banyak penafsiran dari berbagai pihak.
3. Peneliti menyarankan kepada juventini untuk dapat lebih bijak lagi dalam menggunakan media sosial terutama pada *twitter*, dikarenakan di era penggunaan digital atau media sosial pada saat ini telah diatur dengan adanya Undang-undang yang berlaku dan telah ditetapkan oleh pemerintah yang berwenang.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Haryatmoko. 2007. *Etika Komunikas Manipulasi Media, Kekerasan, dan Pornografi*. Yogyakarta: Kanisius.
- Mufid, M. 2009. *Etika dan Filsafat Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Nasrullah, Rulli (2015). *Media sosial (perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi)*. Jakarta: simbiosa Rekatama Media.
- Kismiyati. 2010. *Filsafat dan Etika*. Bandung : Widya Padjajaran.
- Nurudin.2012.*Media Sosial Baru*. Yogyakarta: Mata Padi Pressindo.
- Werner J, Severin, 2001. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana.
- Wiryanto. 2004. *Pengantar ilmu komunikasi*. Jakarta : PT. Grasindo.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Narbuko, Achmadi. 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Satori, Djam'an dan Komariah, Aan. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta ISBN.
- Zed, Mestika. 2008. *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Ardianto, (2011). *Metode Penelitian untuk Public Relations*. Bandung: Simbios Rekatama Media.
- Puntoadi, 2011. *Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum.

Jurnal Online :

Nurrahmi, Syafrida dan Puspita, Ririn. 2018. *Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial (Studi Etnografi Virtual Terhadap Etika Berkomunikasi Netizen dalam Menerima Berita dan Informasi Pada Halaman Facebook E100 Radio Surabaya*. Jurnal Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jatim No.1 Vol.1/2018.

Prasanti, Dhita dan Indriani, Sri seti. *Etika Komunikasi dalam Media Sosial Bagi Ibu-Ibu PKK di Desa Mekarmukti Kab. Bandung Barat (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Etika Komunikasi dalam Media Sosial Bagi Ibu-Ibu PKK di Desa Mekarmukti Kab. Bandung Barat)*. Profetik Jurnal Komunikasi, Volume 10/No.01/April 2017.

Setyani, Novia Ika. 2013. *Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas (Studi Deskriptif Kualitatif Pengguna Media Sosial Twitter, Facebook, dan Blog sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Akademi Berbagai Surakarta)*. Jurnal Komunikasi.

Nur, Iffatin. Muhammad, 2020. *Bermedia Sosial Dalam Perspektif Maqashid Syari'ah (Membangun Komunikasi Di Media Sosial Berdasarkan Etika)*. Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

Suryani Ita. 2014. *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Produk Dan Potensi Indonesia Dalam Upaya Mendukung Asean Community 2015 (Studi Social Media Marketing Pada Twitter Kemenparekraf Ri Dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat)*. Bina sarana informatika, jakarta.

Fitriyani Yuni, 2017. *Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat*. Amik Bsi Bekasi.

Mulawarman, Aldila, 2017. *Perilaku Pengguna Media Sosial Beserta Implikasinya Di tinjau Dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan*. Jurusan Bimbingan Dan Konseling, FIP, Universitas Negeri Semarang, Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata.

Utari, Prahastiwi. 2011. *Media Sosial, New Media dan Gender dalam Pusaran Teori Komunikasi*. Jurnal Bab Buku Komunikasi

Setiawan, Rudy. 2013. *Kekuatan New Media dalam Membentuk Budaya Populer di Indonesia (Studi tentang Menjadi Artis Dadakan dalam Mengunggah Video Musik di Youtube)*. Ejournal Ilmu Komunikasi Vol. 1, No. 02, 2013:355-374

Maulinda, dan Suyatno. 2016. *Etika Komunikasi Dalam Menggunakan Media Sosial (Instagram)*. Proceeding Human Universitas Pamulang Vol.1. No. 1

Fattah, Zainal Abdul. 2010. *Penulisan Karya Ilmiah Perbandingan Konten yang Dikecualikan dalam Tindak Pidana Kesusilaan*. Badan Pembinaan Hukum Nasional Kementerian Hukum dan HAM RI.

Sumber Internet :

<https://m.detik.com/inet/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1757-juta->

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/26/10-media-sosial-yang-paling-sering-digunakan-di-indonesia>

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. <https://www.anri.go.id/assets/download/97UU-Nomor-11-Tahun-2008-Tentang-Informasi-dan-Transaksi-Elektronik.pdf>

<http://warnakuungu.blogspot.com/2010/12/komunikasi-virtual-adalah-cara.html?m=1>

http://etikafilasafatb.blogspot.com/2016/04/mengapa-perlu-etika-komunikasi_28.html?m=1

<https://lldikti12.ristekdikti.go.id/2016/12/26/undang-undang-nomor-19-tahun-2016-tentang-perubahan-uu-ite.html>

www.cnnindonesia.com/teknologi/20190820071211-185-422898/mendefinisikan-pasal-susila-uu-ite

<https://media.neliti.com/media/publications/119656-ID-peranmedia-sosial-twitter-dalam-interaks.pdf>

<https://eprints.umm.ac.id/54757/5/BAB%20IV.pdf>

<https://m.merdeka.com/jatim/ketahui-kepanjangan-sara-dan-pengertiannya->

[pelajari-lebih-lanjut-klm.html](#)

https://www.dpr.go.id/dokjdih/dokument/uu/UU_2008_44.pdf

<https://media.neliti.com/media/publications/119656-ID-peranmedia-sosial-twitter-dalam-interaks-pdf>



Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau