

Versi online tersedia di : <https://ejournal.stipram.ac.id/index.php/JHNB/index>**JURNAL HARMONI NUSA BANGSA**

Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta

ISSN | 3032-3770 (Online)

# Etika Komunikasi Dalam Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa

Unika Putri Mutiarani<sup>1</sup>, Iztiya'ul Nur Karimah<sup>2</sup>, Yudistira Phrygian Syarafa<sup>3</sup>Program Studi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,  
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta

## JALUR PENGIRIMAN

Diterima: 11 Desember 2023  
Revisi Akhir: 28 April 2024  
Tersedia secara online: 30 April 2024

## KATA KUNCI

Etika Komunikasi, Media Sosial,  
Hoax, Cyberbullying, Mahasiswa

## KORESPONDENSI

Telepon : 088232739369  
E-mail : unikaputry75@gmail.com

## A B S T R A K

Penelitian ini dilatar belakangi oleh pentingnya penerapan etika komunikasi di media sosial di kalangan mahasiswa yang bertujuan untuk mengungkap dan mengidentifikasi bentuk etika mahasiswa dalam penggunaan media sosial dan penyebaran informasi yang berasal dari media sosial. Partisipan yang terlibat adalah mahasiswa di Kota Yogyakarta yang aktif menggunakan media sosial. Penelitian dikerjakan dengan menyebarkan kuesioner secara daring dan wawancara secara langsung dengan informan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) kebebasan dalam penggunaan media sosial membuat mahasiswa mengabaikan etika dalam berkomunikasi di media sosial, seperti berkomentar tanpa berpikir. Kurangnya pemahaman etika dalam diri seseorang khususnya mahasiswa dapat menjadi masalah serius jika terus diabaikan. 2) etika komunikasi mahasiswa dalam menggunakan media sosial sudah tergolong baik namun tidak bisa dipungkiri masih ada beberapa mahasiswa yang kurang memperhatikan penggunaan bahasa yang baik khususnya saat memberikan komentar kepada orang lain di media sosial. 3) komentar yang kurang sopan dikirim ke publik, dapat menimbulkan konflik negatif terhadap diri seseorang. Walaupun kata-kata yang dilontarkan tergolong sederhana namun mengandung kata-kata yang merujuk pada *judge* dapat menjadi salah satu contoh *cyberbullying* di media sosial. 4) luasnya jangkauan media sosial menyebabkan banyaknya berita dan informasi yang dapat diperoleh mahasiswa. Hal tersebut menyebabkan mudah tersebarnya berita *hoax* karena adanya rasa mudah percaya terhadap suatu berita yang tersebar di media sosial. 5) menyebarkan berita yang belum pasti benar merupakan salah satu contoh etika yang kurang baik karena memberikan informasi yang tidak valid kepada orang lain.



## PENDAHULUAN

Dalam empat tahun terakhir, media sosial berkembang menjadi lebih luas dalam penyebaran informasi dan berita. Media sosial menjadi tempat dan wadah untuk memotivasi dan mempengaruhi masyarakat apalagi seorang mahasiswa. Didukung dengan canggihnya perkembangan teknologi informasi zaman sekarang. Makin menarik perhatian seorang mahasiswa dalam mengakses canggihnya media sosial. Hingga persentase masyarakat Indonesia yang paling banyak menghabiskan waktu dalam menggunakan media sosial adalah mahasiswa.

Pada saat ini Indonesia menempati posisi ke sepuluh dengan rata-rata waktu penggunaan Media sosial 197 menit atau sekitar 3,2 jam per hari (Annur 2022). Dengan media sosial yang berbasis *internet* di Indonesia yaitu facebook, instagram, twitter, WhatsApp, line, blog, dan masih banyak lagi. Dengan adanya banyak media sosial yang ada ini menimbulkan banyak dampak buruk ataupun dampak positif untuk mahasiswa. Karena secara tidak langsung perkembangan media sosial memberikan dampak yang sangat besar atas perilaku dan etika mahasiswa. Dengan adanya banyak media sosial yang ada ini menimbulkan banyak dampak buruk ataupun dampak positif untuk mahasiswa. Karena secara tidak langsung perkembangan media sosial memberikan dampak yang sangat besar atas perilaku dan etika mahasiswa.

Menurut Mutiah, dkk (2019) menjelaskan beberapa etika yang perlu diperhatikan dalam menggunakan media sosial yaitu : Pertama, jangan menggunakan kata kasar, provokatif, porno ataupun SARA. Kedua, jangan memposting artikel atau status yang bohong. Ketiga, jangan *mencopy paste* artikel atau gambar yang mempunyai hak cipta, serta memberikan komentar yang relevan. Menurut (Wahyudin and Karimah 2016) etika berkomunikasi di media sosial. Pertama, sebaiknya memposting konten yang bermanfaat atau berfaedah untuk kepentingan bersama. Kedua, sebelum memposting sebaiknya memeriksa dan mempertimbangkan kembali hal-hal yang akan diposting dan hal yang perlu diperhatikan adalah menghindari konten yang akan menimbulkan konflik seperti kekerasan, *hoax*, pornografi, dan isu SARA. Ketiga, dapat membedakan hal yang termasuk ranah ruang pribadi, sehingga sebelum memposting perlu mempertimbangkan yang seharusnya tidak untuk dipublikasikan. Keempat, berkomunikasi dengan santun. Kelima, memberikan komentar secara bijak dan sopan. Keenam, gambar yang mempunyai hak cipta tidak boleh ditiru serta memberikan komentar dengan bahasa santun.

Media sosial saat ini telah menjadi bagian dalam kehidupan masyarakat, dimana masyarakat dapat memposting kegiatan sehari-hari. Posting tersebut dapat dilihat dan disebarkan oleh siapapun. Dampak yang ditimbulkan dari tersebarnya postingan seseorang dapat beragam. Dampak itu bisa positif dan negatif. Tanggapan dari orang yang menyebarkan dan mengomentari postingan sangatlah beragam, ada tanggapan yang mendukung, menolak/menghujat, dan netral. Tanggapan yang beragam itu terjadi karena tidak ada etika yang mengikat di media sosial.

Terlebih di zaman sekarang, dimana mobilitas semakin mudah, dan perubahan yang semakin cepat serta tingkat kesibukan mahasiswa yang tinggi. Tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial sekarang menjadi kebutuhan primer bagi sebagian besar kalangan mahasiswa untuk sekedar berbagi informasi. Bahkan para mahasiswa Indonesia kini mulai fasih menggunakan media sosial.

Mahasiswa sebagai pengguna media sosial seharusnya memiliki tanggung jawab dalam menggunakan media sosial. Seorang mahasiswa mungkin memang memiliki kebebasan dalam menggunakan media sosial. Namun tidak sedikit pula mahasiswa yang tidak mempertanggung jawabkan kebebasannya dengan memberikan etika dan nilai etis yang buruk dalam menggunakan media sosial seperti memberikan komentar yang tidak pantas yang mengandung SARA dan menyebarkan informasi *hoax*.

Menurut Digital Civility Index (DCI) Indonesia berada di urutan ke-29 dari 32 negara yang disurvei untuk tingkat kesopanan, sekaligus menjadi yang terendah di Asia Tenggara. Skor kesopanan *daring* di Indonesia sendiri naik delapan poin, dari 67 pada tahun 2019 menjadi 76 pada tahun 2020. Sebagaimana yang sering kita jumpai di media sosial. Tindakan tidak etis

dalam media sosial sering dilakukan oleh mahasiswa. Seperti kasus *bullying* dan *judge* dalam kolom komentar yang biasanya antar mahasiswa atau bahkan antar suku. Media sosial yang seharusnya menjadi tempat bertukar gagasan, namun akhir-akhir ini menjadi media penyebaran sikap kekerasan bahkan mengandung unsur SARA.

Selain tindakan seperti *bullying* dan *judge*. Tidak sedikit juga dijumpai penyebaran informasi *hoax*. Penyebaran *hoax* ini banyak menyebar pada awal pandemi covid-19. Penyebaran *hoax* ini biasanya dilakukan oleh mahasiswa yang tidak bertanggung jawab dalam menggunakan media sosial. Covid-19 memang sangat berpengaruh dalam penggunaan media sosial karena sejak adanya pandemi ini para mahasiswa bebas bermain media sosial. Bisa karena adanya *social distancing* sehingga banyak mahasiswa yang tidak kelas dan hanya bermain media sosial. Kebebasan dalam menggunakan media sosial itulah yang dapat menjadi faktor terjadinya *bullying* atau *Cyberbullying*. *Cyberbullying* dilihat dari asal katanya terdiri dari dua kata yaitu *cyber* (*internet*), dan *bullying* (perundungan). *Cyberbullying* dapat diartikan sebagai perundungan *online*, perundungan yang dilakukan dalam dunia digital atau dunia maya atau juga dalam media sosial. Perundungan ini dapat dilakukan melalui pesan teks, e-mail, pesan instan, permainan *online*, situs web, chat rooms, atau melalui jejaring sosial (Kowalski and Limber 2012).

Tren media sosial yang muncul belakangan ini terlihat begitu mudah menumpahkan emosi mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa ada krisis etika berkomunikasi dalam media sosial. Kondisi seperti ini menunjukkan bahwa mahasiswa pun belum mampu menggunakan media sosial dengan bijak. Bahkan belum paham konten apa yang dia ikuti dan dia bagikan. Praktik komunikasi di ruang publik semestinya mensyaratkan kemampuan pengendalian diri, kedewasaan dalam bersikap, serta tanggung jawab atas setiap ucapan yang hendak atau sedang disampaikan. Namun yang terjadi di media sosial dewasa ini adalah tren yang sebaliknya. Begitu mudah orang menumpahkan amarah atau opini negatif tanpa memikirkan perasaan orang lain. Begitu mudah orang memojokkan dan menghakimi orang lain, tanpa berpikir pentingnya memastikan kebenaran informasi atau analisis tentang orang tersebut. Dan, begitu sering orang terlambat menyadari bahwa apa yang diungkapkannya di media sosial telah tersebar ke mana-mana, menimbulkan kegaduhan publik dan merugikan pihak tertentu (Sudibyo 2016).

Etika dalam berkomentar di media sosial juga berkaitan erat dengan moralitas seorang mahasiswa. Secara tidak langsung jika moral seorang mahasiswa tidak baik maka mahasiswa tersebut tidak memiliki etika berkomentar yang baik. Seluruh tindakan dalam media sosial selalu memerlukan etika dan tanggung jawab dalam penggunaannya. Berkomunikasi dalam media sosial umumnya memiliki etika yang tidak jauh berbeda dengan berkomunikasi langsung di publik. Pasti ada UU yang mengatur dalam berkomunikasi entah di Media sosial ataupun ranah publik. Ada banyak poin yang mengatur etika dalam menggunakan media sosial. Seperti yang tercantum pada Undang-undang No 19 Tahun 2016 sebagai Perubahan Atas Undang-undang No 11 Tahun 2008 tentang informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), terdapat lima pasal yang mengatur etika bermedia sosial, mulai pasal 27 sampai 30.

Menyikapi berbagai fenomena terkait etika dalam berkomunikasi di media sosial yang terjadi sekarang ini. Menjadikan banyak pihak beranggapan bahwa pengaruh negatif media sosial telah mendominasi masyarakat terutama mahasiswa. Padahal media sosial juga dapat memberikan pengaruh positif, tergantung bagaimana penggunaannya. Kebebasan dalam menggunakan media sosial pada kalangan mahasiswa tentu memberi mereka kesenangan. Hal ini menyebabkan norma-norma dalam berkomunikasi menjadi kurang diperhatikan malah terkesan semakin lama semakin diabaikan. Kemajuan yang didapat lewat kemajuan teknologi menjadi salah satu faktor mahasiswa mulai mengesampingkan etika dan moral dalam menggunakan kesopanan berkomentar. Mereka mulai terbuai dengan kesenangan media sosial tanpa memikirkan bahaya yang mungkin dapat ditimbulkan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, rumusan masalah yang akan diangkat adalah bagaimana sikap tanggung jawab berkomentar dan penyebaran informasi dalam menggunakan media sosial sebagai seorang mahasiswa. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui bagaimana etika dan kebiasaan mahasiswa dalam menggunakan media sosial, etika berkomentar di media sosial, dan bagaimana mereka menggunakan media sosial. Bagaimana komentar-komentar yang sering mereka lontarkan tanpa pikir panjang mungkin dapat menjadi masalah dan dapat merugikan pihak lain.

Penelitian yang dilakukan untuk mengetahui masalah komunikasi dalam media sosial ini akan menggunakan metode kualitatif, dengan mengungkap perasaan dan kebiasaan seorang mahasiswa dalam menggunakan media sosial dengan mengumpulkan data sedalam-dalamnya. Bertujuan untuk mengetahui etika seorang mahasiswa dalam berkomentar dan menyebarkan informasi menggunakan media sosial. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui media sosial yang sering dibuka dan digunakan oleh mahasiswa.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan pemberitahuan kepada para mahasiswa dan para pembaca dalam bersikap dengan baik di media sosial, karena media sosial tidak lepas dari cara kita berkomunikasi dengan etika dan moral baik dalam hal berkomentar ataupun penyebaran informasi. Penelitian ini juga diharapkan mampu membuat mahasiswa menjadi melek terhadap penggunaan media sosial. Karena pada dasarnya media sosial tidak hanya berdampak negatif namun juga dapat bermanfaat tergantung bagaimana menggunakannya. Diharapkan setelah adanya penelitian ini pembaca terkhusus mahasiswa dapat menggunakan media sosial dengan bijak yang dapat dijadikan sebagai wadah untuk menjangkau ilmu dan pengetahuan bahkan dapat bermanfaat dalam hal lainnya.

## **METODE**

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang menyajikan gambaran lengkap atau eksplorasi dan klarifikasi mengenai suatu fenomena atau kenyataan sosial. Dalam penelitian ini, peneliti memiliki definisi jelas tentang subjek penelitian dan akan menggunakan pertanyaan *why* dalam menggali informasi yang dibutuhkan. Subyek dan sasaran dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Yogyakarta yang rata-rata berusia 18 tahun keatas dan memiliki media sosial aktif. Sedangkan objek yang diteliti adalah bagaimana etika mahasiswa dalam menggunakan media sosial.

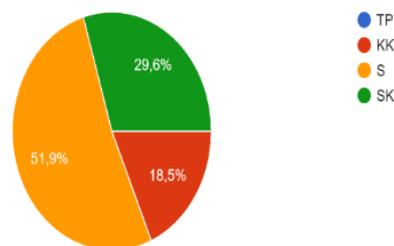
Metode pengumpulan data menggunakan metode observasi, yaitu dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap aktivitas mahasiswa dalam menggunakan media sosial, metode wawancara, yaitu dilakukan dengan cara mengadakan wawancara secara langsung kepada para informan yang telah ditentukan, dan metode kuantitatif yaitu berupa data yang diperoleh dari hasil kuisioner yang telah disebarkan kepada responden.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Partisipan penelitian ini menggunakan minimal tiga platform media sosial. Sebagai mahasiswa, mereka pasti memiliki akun media sosial WhatsApp, Instagram, dan Tiktok. Selain itu, mereka kebanyakan memiliki lebih dari satu akun dalam satu aplikasi media sosial. Adapun media sosial ini banyak digunakan untuk berbagi pengalaman atau informasi dengan teman sejawat. Dalam berkomunikasi, faktor siapa penutur, siapa petutur, apa pokok pembicaraan, di mana pembicaraan berlangsung, dan dalam suasana apa turut memengaruhi pemilihan bahasa yang digunakan (Hymes, 1974). Dalam grup WhatsApp perkuliahan, mahasiswa sebagai partisipan bergabung dengan dosen, maka topik pembicaraan berlatar serius seputar perkuliahan. Hal itu berpengaruh pada bahasa yang digunakan, yaitu cenderung formal karena adanya kesadaran partisipan akan kedudukan dosen yang lebih tinggi daripada mereka. Namun, tidak hanya WhatsApp saja yang dapat digunakan untuk berkomunikasi Instagram dan Tiktok pun sekarang dapat digunakan untuk berkomunikasi dengan orang lain.

Instagram dan Tiktok sendiri cenderung digunakan mahasiswa untuk berbagi pengalaman dan informasi dengan teman sebaya. Sehingga bahasa yang digunakan cenderung non formal. Sehingga etika dalam berkomentar dan berbagi informasi lebih bebas dan santai. Dengan bahasa yang santai, mereka bercanda, menyapa, mengejek, menggoda, mengungkapkan rasa senang atau tidak senang seperti sedang bertatap muka. Hingga terkadang para mahasiswa mengabaikan etika dalam berkomunikasi di media sosial, seperti berkomentar tanpa berpikir itu sopan atau tidak sopan untuk orang yang dikomentari. Kurangnya pemahaman etika dalam diri seseorang khususnya mahasiswa dapat menjadi masalah serius jika terus diabaikan.

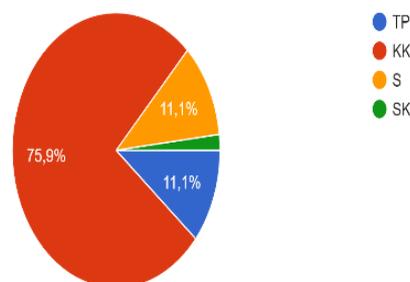
Hasil penelitian peneliti yang menggunakan mix metode yaitu kuantitatif dan kualitatif menunjukkan bahwa etika komunikasi di kalangan mahasiswa khususnya sosial media kerap kali memberikan rasa yang tidak nyaman bagi penggunanya karena hilangnya etika berkomunikasi antar sesama pengguna. Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya komentar-komentar negatif yang dilontarkan di media sosial.



Gambar 1. Seringnya Komentar Negatif Diposting di Media Sosial

Kebebasan mahasiswa dalam berkomentar menyebabkan mahasiswa merasa bahwa bisa seenaknya dalam berkomentar. Karena, dalam menggunakan media sosial Instagram dan Tiktok masih banyak kasus *judge* atau berkomentar negatif yang kebanyakan dilakukan anak muda (51,9%). Hal ini dikarenakan bebasnya media sosial tersebut tanpa adanya pengawasan.

Luasnya jangkauan media sosial menyebabkan banyaknya berita dan informasi yang dapat mahasiswa peroleh. Kebanyakan mahasiswa lebih sering mengakses media sosial untuk mengupdate informasi terkini dari pada menggunakan media cetak (75,9%). Hal ini karena media sosial lebih cepat update dalam penyebaran berita daripada media cetak. Hal lain yang menyebabkan mudah tersebarnya berita *hoax* terjadi karena adanya rasa mudah percaya terhadap suatu berita yang tersebar di media sosial. Apalagi berita-berita *viral* yang saat ini sangat mudah tersebar.



Gambar 2. Penyebaran Berita Hoax

Menurut penelitian yang didapat karena luasnya jangkauan media sosial ini menyebabkan maraknya berita *hoax* yang didapat oleh mahasiswa. Hal ini membuktikan bahwa penyebaran informasi yang belum diketahui kebenarannya masih sering mudah ditemukan di media sosial.

Penyebaran berita yang belum pasti benar juga merupakan etika yang kurang baik karena memberikan informasi yang tidak valid kepada orang lain.

## PEMBAHASAN

### Etika komunikasi

Etika dalam perkembangannya sangat mempengaruhi kehidupan manusia. Etika memberi manusia orientasi bagaimana ia menjalani hidup melalui rangkaian tindakan sehari-hari. Itu berarti etika membantu manusia untuk mengambil sikap dan bertindak secara tepat dalam menjalani hidup ini. Etika pada akhirnya membantu untuk mengambil keputusan tentang tindakan apa yang perlu dilakukan dan yang perlu dipahami bersama. Sesungguhnya etika dapat diterapkan dalam segala aspek atau sisi kehidupan, dengan demikian etika ini dapat dibagi menjadi beberapa bagian sesuai dengan aspek atau sisi kehidupan manusianya.

Dalam pergaulan hidup bermasyarakat, bernegara hingga pergaulan hidup tingkat internasional diperlukan suatu sistem yang mengatur bagaimana seharusnya manusia bergaul. Sistem pengaturan pergaulan tersebut menjadi saling menghormati dan dikenal dengan sebutan sopan santun, tata krama, protokoler dan lain-lain. Maksud pedoman pergaulan tidak lain untuk menjaga kepentingan masing-masing yang terlibat agar mereka senang, tenang, tentram, terlindung tanpa merugikan

kepentingannya serta terjamin agar perbuatannya yang tengah dijalankan sesuai dengan adat kebiasaan yang berlaku dan tidak bertentangan dengan hak-hak asasi umumnya.

Hal itulah yang mendasari tumbuh kembangnya etika di masyarakat kita. Menurut para ahli maka etika tidak lain adalah aturan perilaku, adat kebiasaan manusia dalam pergaulan antara sesamanya dan menegaskan mana yang benar dan mana yang buruk. Perkataan etika atau lazim juga disebut etik, berasal dari kata Yunani “ethos” yang berarti norma-norma, nilai-nilai, kaidah-kaidah dan ukuran-ukuran bagi tingkah laku manusia yang baik.

Kebebasan mahasiswa dalam berkomentar menyebabkan mahasiswa merasa bahwa bisa seenaknya dalam berkomentar. Komentar-komentar tersebut bukan hanya sekedar ujaran kebencian namun ujaran-ujaran yang kadang merujuk pada *judge*. Hal tersebut kadang menjadi sesuatu yang lumrah atau wajar. Bukan hanya terjadi pada public figure namun pada masyarakat biasa juga sering ditemukan komentar-komentar yang kurang patas untuk dilontarkan.



Gambar 3 : Contoh Berita Negatif

Pada gambar 3 komentar negatif dilontarkan pada media sosial Instagram cenderung memberikan *judge* dan komentar kurang pantas. Komentar yang kurang sopan dikirim ke publik, menimbulkan konflik negatif terhadap diri seseorang yang diberikan komentar negatif. Karena pada dasarnya orang yang memposting sesuatu untuk dilihat malah diberi komentar negatif yang seringkali membuat rasa tidak nyaman atau sakit hati. Walaupun kata-kata yang dilontarkan terlihat sederhana namun maksud dari kata yang dilontarkan merujuk pada *judge* yang

mengomentari tentang keadaan fisik seseorang. Hal tersebut tentu tidak pantas untuk dilontarkan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa ada juga mahasiswa yang pernah mendapat komentar negatif di media sosial yang dimilikinya. Sebagian besar memilih untuk mengabaikan namun ada pula yang memilih untuk menindaklanjuti hal tersebut karena dapat merujuk pada hal *bullying*, namun ada juga yang memilih untuk diam saja karena tidak semua mahasiswa berani untuk berbicara.

Hasil penelitian juga mengungkapkan bahwa masih ada mahasiswa yang sering kali ikut memberikan komentar negatif di media sosial. Meski hanya beberapa namun ini menunjukkan bahwa ada mahasiswa yang mempunyai etika berkomentar yang tidak baik. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada mahasiswa yang kurang memahami etika berkomentar yang baik dalam menggunakan media sosial. Media sosial seakan menjadi tempat menumpahkan cerita segala aktivitas, luapan emosi dalam bentuk tulisan atau foto yang tidak jarang mengesampingkan etika yang ada. Media sosial tidak lagi menjadi media berbagi informasi tapi hanya berbagi sensasi. Jika kemajuan teknologi tidak diiringi dengan kemajuan dalam berpikir, yang ada kemajuan teknologi tersebut berbanding terbalik dalam hal pola berpikir. Perkembangan teknologi telah membuat pergeseran pemikiran. Etika yang dulu dianggap penting oleh bangsa Indonesia, seakan menjadi tidak penting lagi karena adanya tuntutan zaman. Kemudahan dalam mengakses dan menggunakan media sosial tanpa disadari telah menjebak kita dalam penurunan etika.

Jika dilihat dari jawaban responden, peneliti dapat melihat bahwa etika berkomunikasi di kalangan mahasiswa khususnya media sosial memang diperlukan, khususnya bagi mahasiswa yang belum mempunyai rasa tanggung jawab atas perilakunya. Untuk merespon rasa ketidaknyamanan para pengguna komunikasi digital, peneliti mengklasifikasikan etika berkomunikasi ke dalam hal etika komunikasi digital dalam konteks "isi pesan" Isi pesan merupakan hal yang paling penting karena menjadi topic pembicara utama yang ingin disampaikan melalui media sosial. Dalam konteks ini, pengguna komunikasi digital khususnya sosial media diharapkan lebih mengerti mengenai apa yang ingin di sampaikan, jangan sampai pesan yang kita kirimkan dapat menyakiti perasaan orang lain melalui tutur bahasa yang kurang sopan, menggali informasi pribadi seseorang yang seharusnya tidak kita lakukan dan menyebarkan pesan berita yang belum jelas kenyataannya, agar tidak menimbulkan ketidaknyamanan dari pengguna lain.

Berdasarkan pembahasan di atas mengenai etika komunikasi, kemudian peneliti pun memberikan beberapa tips dalam etika komunikasi dalam media sosial, antara lain : pertama, ketahui keadaan dan kondisi lawan bicar usahakan berbicara dengan ramah, sopan, dan jujur sehingga kita tidak membuat kondisi lawan bicara menjadi tidak nyaman. Kedua, memosisikan diri sebagai pendengar yang baik akan suatu masalah/krisis yang terjadi atau yang sedang di hadapi oleh lawan bicara agar kita dapat member keputusan apa yang dapat kita berikan kepadanya.

Ketiga, pikirkan terlebih dahulu apa yang hendak disampaikan, jangan mengandalkan emosi semata yang akan menimbulkan konflik baru tanpa mengetahui secara rinci apa permasalahan yang terjadi. Keempat, jangan terlalu mengumbar kehidupan pribadi, terlebih hal-hal yang menyangkut pribadi, bagikan lah moment yang layak menjadi konsumsi public, dan jangan jadikan masalah pribadi menjadi konsumsi public pula, kemudian belajarliah untuk menghargai privasi orang lain, jangan mengumbar dan mengungkit masalah pribadi seseorang yang tidak ada kaitannya dengan diri sendiri, jika adapun bicarakan lah baik-baik melalui komunikasi antar pribadi.

Kelima, tidak berbicara dan membagikan konten yang kurang pantas seperti unsur sara dan pornografi, hindari menjadikan unsur yang kurang pantas tersebut sebagai bahan candaan semata. Keenam memperhatikan waktu pada saat mengirim pesan atau berkomunikasi, jangan mengganggu waktu libur dan istirahat orang lain hanya untuk komunikasi yang tidak penting.

## Memilah Informasi dalam Media Sosial

Media sosial telah menjadi gudang terkumpulnya beragam informasi, dari yang akurat hingga *hoax*. Informasi itu pun tercantum dari berbagai sumber, mulai dari postingan sepotong bahkan juga berita yang tidak akurat. Banyaknya tersebar informasi tidak akurat, menjadi persoalan yang kini dihadapi dominan masyarakat pengguna media sosial. Informasi yang tidak akurat tersebut, bisa menjadi persoalan besar bila masyarakat tidak melakukan kros-cek, apalagi membandingkan dengan sumber informasi lain. Tidak jarang masyarakat terjerat hukum, karena menyebar informasi yang tidak benar atau *hoax*, atau baru hanya separuh memahami suatu informasi.

*Hoax* merupakan informasi yang direayasa untuk menutupi informasi sebenarnya. Dengan kata lain *hoax* juga bisa diartikan sebagai upaya pemutarbalikan fakta menggunakan informasi yang seolah-olah meyakinkan tetapi tidak dapat diverifikasi kebenarannya. Salah satu contoh pemberitaan palsu yang paling umum adalah mengklaim sesuatu barang atau kejadian dengan suatu sebutan yang berbeda dengan barang/ kejadian sejatinya. Definisi lain menyatakan *hoax* adalah suatu tipuan yang digunakan untuk mempercayai sesuatu yang salah dan seringkali tidak masuk akal yang melalui media *online*.

Kepalsuan dianggap lebih benar daripada kebenaran, isu lebih dipercaya daripada informasi, dan bahkan rumor pun lebih benar daripada keasliannya. Hal ini mengakibatkan pesan menjadi lebih banyak kelas turunan cenderung pada simbol-simbol yang tidak mempunyai arti penting dan hanya sekedar simulasi. Dalam konteks media saat ini, kehadiran simulasi justru akan menciptakan realitas media yang tidak lagi mengacu pada realitas dunia nyata sebagai acuan, sehingga menjadi realitas dunia menjadi realitas kedua, pemandunya adalah dirinya sendiri. Pengguna media seringkali menggunakan pikiran untuk menentukan situasi yang menurutnya benar. Padahal sudah jelas sekali, bahwa sebagai pengguna media wajib bijak dalam menggunakan media dan menguasai perkembangan informasi, agar tidak terjadi kerusakan pada media ini. Enam belas contoh sederhananya adalah mengenai dunia komunikasi selebritis yang hanya bermuara pada kekayaan dan hal-hal yang bersifat individualistis. Seringkali semua aktivitas diunggah di media sosial tanpa pertimbangan terlebih dahulu. Suka menunjukkan kemewahan, bahkan keintiman parahnya, menonjolkan aurat, sehingga sesuatu yang tidak perlu diawasi menjadi tontonan publik. (Howey & DeLucia, 2022).

*Hoax* bertujuan untuk membuat opini publik, menggiring opini publik, membentuk persepsi juga untuk hufing fun yang menguji kecerdasan dan kecermatan pengguna internet dan media sosial. Tujuan penyebaran *hoax* beragam tapi pada umumnya *hoax* disebarkan sebagai bahan lelucon atau sekedar iseng, menjatuhkan pesaing (*black campaign*), promosi dengan penipuan, ataupun ajakan untuk berbuat amalan – amalan baik yang sebenarnya belum ada dalil yang jelas di dalamnya. Namun ini menyebabkan banyak penerima *hoax* terpancing untuk segera menyebarkan kepada rekan sejawatnya sehingga akhirnya *hoax* ini dengan cepat tersebar luas.

Dengan pengetahuan mahasiswa yang masih minim, maka penggiringan opini melalui berita bohong (*hoax*) sangat mudah sekali dilakukan. Faktor utama yang menyebabkan informasi palsu (*hoax*) mudah tersebar di Indonesia adalah karakter mahasiswa Indonesia yang dinilai belum terbiasa berpendapat atau berdemokrasi secara sehat. Ancaman global yang dapat memecah belah persatuan dan kesatuan Indonesia, salah satunya dengan maraknya isu-isu berita *hoax* atau *fake news*, seringkali merupakan berita yang berisi fitnah dan berita bohong yang tersebar luas melalui perantaraan media sosial. Sulit untuk meredam penyebaran berita bohong atau *hoax* yang disebarkan oleh orang yang tidak bertanggungjawab tersebut. Setiap individu atau kelompok dapat dengan mudah menyebarkan berita yang tidak benar, dan penerima berita seringkali pula dinilai tidak kritis dalam mencerna pemberitaan apakah berita tersebut benar atau tidak.

Untuk mencegah penyebaran *hoax* dapat dilakukan dengan literasi media. Literasi media adalah perspektif yang dapat digunakan ketika berhubungan dengan media agar dapat

menginterpretasikan suatu pesan yang disampaikan oleh pembuat berita. Literasi media adalah pendidikan yang mengajari khalayak media agar memiliki kemampuan menganalisis pesan media, memahami bahwa media memiliki tujuan komersial/bisnis dan politik sehingga mereka mampu bertanggungjawab dan memberikan respon yang benar ketika berhadapan dengan media (Rochimah, 2011, p. 28).

Dari hasil penelitian dapat dilihat lebih dari 80% mahasiswa sudah dapat memilah-milah berita yang didapatkan di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa sudah mampu dan sudah melek akan dampak dari penyebaran berita *hoax*. Namun, tidak dapat dipungkiri masih ada sebagian yang masih belum dapat memilah-milah berita dari media sosial walaupun berita tersebut kadang kala belum tentu pasti kebenarannya.



Gambar 4. Contoh Berita Hoax

Pada gambar 4, tersebar berita *hoax* yang belum tentu kebenarannya. Informasi *hoax* sering disebarluaskan dan bersumber dari kabar bohong dan dibuat dalam satu jaringan sosial untuk menjaga kepentingan pribadi maupun kelompok. Seringkali secara sadar pengguna media sosial menyebarkan kebohongan untuk membantu agenda yang direncanakan. Penyebar *hoax* bisa dari kalangan personal, komunitas, korporasi, lembaga negara, dan militer kerap membuat propaganda kebohongan agar kepentingan mereka bisa terjaga. Informasi *hoax* dibuat agar khalayak ramai tak lagi fokus pada masalah sebenarnya dan selanjutnya akan terjebak pada hal-hal bombastis yang bukan jadi permasalahan pokok. Posisi penyebar informasi *hoax* yang dianggap kredibel menjadikan pengguna merasa yakin bahwa informasi itu benar dan menjadikan itu suatu kebenaran dan dapat disebarluaskan tanpa diperiksa kembali.

Orang cenderung membangun sebuah perspektif melalui struktur pengetahuan yang sudah terkonstruksi dalam kemampuan menggunakan informasi (Pooter, 2011). Juga dalam pengertian lainnya yaitu kemampuan untuk mengevaluasi dan menkomunikasikan informasi dalam berbagai format termasuk tertulis maupun tidak tertulis khususnya bagi mahasiswa.

Berdasarkan hasil pembahasan, peneliti memeberikan beberapa tips dan saran untuk mencegah penyebaran berita *hoax*. Pertama, Berita *hoax* seringkali menggunakan judul sensasional yang provokatif, misalnya dengan langsung menudingkan jari ke pihak tertentu. Kedua, cermati alamat situs. Untuk informasi yang diperoleh dari website atau mencantumkan link, cermatilah alamat URL situs dimaksud. Berita yang berasal dari situs media yang sudah terverifikasi Dewan Pers akan lebih mudah diminta pertanggungjawabannya. Ketiga, periksa fakta Hal lain yang perlu diamati adalah perbedaan antara berita yang dibuat berdasarkan fakta dan opini. Fakta adalah peristiwa yang terjadi dengan kesaksian dan bukti, sementara opini adalah pendapat dan kesan dari penulis berita, sehingga memiliki kecenderungan untuk bersifat subyektif. Keempat, cek keaslian foto Cara untuk mengecek keaslian foto bisa dengan memanfaatkan mesin pencari Google, yakni dengan melakukan drag-and-drop ke kolom pencarian Google Images. Hasil pencarian akan menyajikan gambar-gambar serupa yang terdapat di internet sehingga bisa dibandingkan.

## KESIMPULAN

Media sosial menjadi bagian penting dari kehidupan mahasiswa. Namun, kurangnya pemahaman etika berkomunikasi dapat menyebabkan masalah seperti penyebaran hoax, komentar negatif, dan perilaku bullying di platform ini. Berbagai teori etika komunikasi media sosial menekankan karakter, mempertimbangkan konsekuensi tindakan online, aturan, dialog terbuka, keterbukaan, dan tanggung jawab dalam berkomunikasi online. Namun, fenomena negatif menunjukkan bahwa mahasiswa belum sepenuhnya menggunakan media sosial secara bijak dan etis.

Penelitian tentang perilaku, kebiasaan, dan etika mahasiswa dalam menggunakan media sosial menjadi penting. Tujuannya adalah memberikan pemahaman lebih dalam mengenai pentingnya bertanggung jawab dalam berkomunikasi online, menyadari dampak positif dan negatif media sosial, serta mempromosikan penggunaan yang lebih bijak untuk kepentingan bersama.

Keterkaitan perilaku, etika, dan media sosial menekankan perlunya kesadaran atas dampak setiap tindakan di platform ini. Dalam era di mana media sosial memainkan peran sentral, mahasiswa harus memahami dan bertanggung jawab atas tindakan online mereka untuk menciptakan lingkungan yang lebih aman, positif, dan bermanfaat bagi semua.

Penelitian ini juga fokus ditujukan pada deskripsi perilaku dan etika penggunaan media sosial oleh mahasiswa di Yogyakarta. Metode observasi, wawancara, dan penggunaan kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa aktif menggunakan berbagai platform media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan Tiktok, namun terdapat kurangnya pemahaman akan etika dalam berkomunikasi. Masalah tersebut tercermin dari penyebaran komentar negatif dan kurangnya kesadaran akan dampaknya, serta meluasnya penyebaran berita palsu atau hoax.

Dalam konteks ini, teori-teori etika komunikasi media sosial, yang mengacu pada karakter, konsekuensi tindakan, aturan, dialog terbuka, keterbukaan, dan tanggung jawab, menyoroti pentingnya pemahaman dan penerapan prinsip-prinsip etis dalam berinteraksi online. Dengan demikian, disarankan bagi mahasiswa untuk meningkatkan pemahaman akan etika berkomunikasi dan literasi media guna mengurangi risiko konflik serta penyebaran informasi yang tidak valid di media sosial. Hal ini dapat menjadi langkah penting dalam meningkatkan kesadaran dan tanggung jawab dalam berinteraksi di dunia maya.

## REFERENSI

- Afriani, F., & Azmi, A. (2020). Penerapan Etika Komunikasi di Media Sosial: Analisis Pada Grup WhatsApps Mahasiswa PPKn Tahun Masuk 2016 Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang. *Jurnal of Civic Education, Volume 3 No.3*, 331-338.
- Angga, S., Poa, A. A., & Rikardus, F. (2023). Etika Komunikasi Netizen Indonesia di Media Sosial sebagai Ruang Demokrasi dalam Telaah Ruang Publik Jürgen Habermas. *Jurnal Filsafat Indonesia, 6*, 384-393.
- Annur, C. M. (2022, November 23). *Ini Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak pada Oktober 2022*. Retrieved from Katadata Media Network: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/23/ini-media-sosial-dengan-pengguna-terbanyak-pada-oktober-2022>
- Arif, M. F., & Widiawan, R. F. (2023). Peran Divisi Humas Polda DIY Dalam Membangun Citra Positif. *JIMAKOM, 4*, 30-44.
- Astajaya, I. M. (2020). Etika Komunikasi di Media Sosial. *Widya Duta, VOL.15, NO.1*, 81-94.
- Fazry, L., & Apsari, N. C. (2021). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Cyberbullying di Kalangan Remaja. *Jurnal Pengabdian dan Penelitian Kepada Masyarakat (JPPM), VOL.2, NO.1*, 28-36.

- Ginting, R., Yulistiyono, A., Rauf, A., Manullang, S. O., Siahaan, A. L., Kussanti, D. P., . . . Effendy, F. (2021). *Etika Komunikasi dalam Media Sosial : Saring Sebelum Sharing*. (R. Fauzi, Ed.) Cirebon: Penerbit Insania.
- Howey, M. C. L., & DeLucia, C. M. (2022). Spectacles of Settler Colonial Memory: Archaeological Findings from an Early Twentieth-Century “First” Settlement Pageant and Other Commemorative Terrain in New England. *International Journal of Historical Archaeology*, 26(4). <https://doi.org/10.1007/s10761-021-00635-2>
- Hymes, D. (1974). Model of interaction of language and social life. In Gumperz & D. Hymes (Eds.), *Direction in Sociolinguistic*. Hold & Rinehart and Winston.
- Indonesia, P. (2016). *Undang-Undang Nomor 19 TAHUN 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*. Jakarta.
- Kowalski, R. M., & Limber, S. P. (2012). Psychological , Physical , and Academic . *Journal of Adolescent Health*, 513-520.
- Mannan, A. (2019). Etika Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Kepada Dosen Melalui Smartphone. *Jurnal Aqidah*, 5, 2-22.
- McQuail, D. (2003). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mustafa. (2023, Maret 3). *Deontologi Pilkada*. Retrieved November 1, 2023, from uin-suska.ac.id/: <https://www.uin-suska.ac.id/blog/2017/03/03/deontologi-pilkada/>
- Mutiah, T., Albar, I., Fitriyanto, & A.Rafiq. (2019). Etika Komunikasi dalam Menggunakan Media Sosial. *Global Komunika*, 1, 14-24.
- Mutiarani, U. P. (2023). Etika Komunikasi Mahasiswa. *Etika Komunikasi II*, 50-60.
- Oliver, A. (2021, Agustus 23). *Etika Media Sosial yang Wajib Diketahui Pekerja*. Retrieved November 1, 2023, from glints.com: <https://glints.com/id/lowongan/etika-media-sosial/>
- Pooter, J. (2011). *Media Literacy (7th ed)*. California: SAGE.
- Pradana, L. R. (2018). *Etika Komunikasi Remaja Dalam Media Sosial (Studi Kualitatif Deskriptif Komunitas Cosplayer Dalam Menggunakan Media Sosial Facebook)*. Yogyakarta: Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta.
- Pratiwi, K. E., & Rianto, P. (2023, Mei 24). Etika Komunikasi dalam Bermedia Sosial di Kalangan Siswa Sekolah Menengah Atas (SMA) di Kabupaten Kudus. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 3, 19-34.
- Purwatiningsih, S. D., Inayah, R., & Gukguk, S. R. (2020, Desember 3). Etika Komunikasi Dalam Penggunaan Media Sosial Facebook Sebagai Sarana Media Interaksi. *Jurnal Ikon Desember*, 26, 246-267.
- Rahadi, D. R. (2017). Perilaku Pengguna dan Informasi Hoax di Media Sosial. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 5, 58-70.
- Rochimah, T. (2021). Gerakan Literasi Media : Melindungi Anak-Anak dari Gempuran Pengaruh Media. In D.Herlina, *Gerakan Literasi Media Indonesia*, pp 18-36.
- Sudibyo, A. (2016, 10 18). *Etika Bermedia dan Kontroversi Politik*. Retrieved from Bagi Raja Tega: <http://doa-bagirajatega.blogspot.com/2016/10/etika-bermedia-dan-kontroversi-politik.html#>
- Turnip, E. Y., & Siahaan, C. (2021). Etika Berkomunikasi Dalam Era Media Digital. *Intelektiva*, 3(4), 38-45.
- Wahyudin, U., & Karimah, K. E. (2016). Etika Komunikasi di Media Sosial. *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi*, 216-224.
- Wahyuni, S. (2021). Etika Berkomunikasi di Media Sosial (Whatsapp). *EUNOIA ( Jurnal Pendidikan Bahasa Indonesia )*, 1, 157-163.
- Wijayanti, S. H., Sihotang, K., Dirgantara, V. E., & Maytriyanti. (2022, April 2). Bentuk-Bentuk Bermedia Sosial Generasi Milenial. *Jurnal Komunikasi*, 16, 129-146.

- Zakiah, E. Z., Humaedi, S., & Santoso, M. B. (2017). Faktor yang Mempengaruhi Remaja dalam Melakukan Bullying. *Jurnal Penelitian dan PPM*, 129-389.
- Pendidikan Bahasa Indonesia* ), 1, 157-163.
- Wijayanti, S. H., Sihotang, K., Dirgantara, V. E., & Maytriyanti. (2022, April 2). Bentuk-Bentuk Bermedia Sosial Generasi Milenial. *Jurnal Komunikasi*, 16, 129-146.
- Zakiah, E. Z., Humaedi, S., & Santoso, M. B. (2017). Faktor yang Mempengaruhi Remaja dalam Melakukan Bullying. *Jurnal Penelitian dan PPM*, 129-389.