

ETIKA KOMUNIKASI DALAM MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL

Tuty Mutiah, Ilham Albar, Fitriyanto, A.Rafiq

tuty.ttt@bsi.ac.id, ilham.ilb@bsi.ac.id, fitriyanto.fyt@bsi.ac.id , Arafiq.afq@bsi.ac.id

ABSTRAK

Tulisan ini membahas mengenai Etika berkomunikasi dalam menggunakan media sosial. Manusia sebagai makhluk sosial, tentu melakukan proses komunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Proses komunikasi pun bisa dilakukan dengan menggunakan peran media yang ada. Semakin berkembangnya teknologi, maka perkembangan media pun menjadi semakin canggih. Salah satunya adalah keberadaan media sosial. Saat ini, proses komunikasi pun menjadi semakin mudah, sehingga kita pun mengenal komunikasi bermedia, yakni dalam penelitian ini adalah melalui media sosial. Dalam menggunakan media sosial, tentunya tidak bisa seenaknya, tetapi ada etika komunikasi yang perlu diperhatikan. Etika komunikasi dalam media sosial inilah yang akan dikaji oleh peneliti. Dalam era digital ini, perkembangan media sosial pun sudah masuk ke dalam kehidupan di zaman sekarang. Adapun yang menjadi fokus penelitian ini adalah: (1) mengetahui etika komunikasi dalam menggunakan media sosial (2) mengetahui jenis media sosial yang digunakan. Penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Penulis menggunakan teknik pengumpulan data meliputi: observasi, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) etika komunikasi dalam menggunakan media sosial ini meliputi etika komunikasi dalam konteks waktu, isi pesan, dan komunikasi; (2) jenis media sosial yang digunakan adalah Instagram.

Kata kunci: Media Sosial, Instagram, Etika dan Komunikasi

PENDAHULUAN

Di zaman saat ini yang serba dengan teknologi, sosial media menjadi kebutuhan penting bagi banyak orang. Tak jarang kita selalu terhubung dengan dunia luar melalui media sosial. Hubungan beragam yang dibangun dengan orang yang sudah dikenal, kerabat, relasi, ataupun pihak-pihak yang belum kita kenal dan baru diketahui lewat dunia maya. Kemajuan teknologi yang pesat dibidang komunikasi telah melahirkan banyak inovasi dan gagasan baru, ide yang bertujuan untuk memudahkan proses komunikasi, manusia menjadi lebih efektif. Komunikasi melalui media sosial mempermudah proses komunikasi.

Menurut C. Widy Hermawan, adanya penggunaan internet melalui media sosial, telah menghadirkan sebuah web forum yang dapat membentuk suatu komunitas online. Layaknya forum diskusi, sebuah web forum dapat juga menampung ide, pendapat, dan segala informasi dari para anggotanya sehingga dapat saling berkomunikasi atau bertukar pikiran antara satu sama lainnya. Sebuah forum online biasanya hanya memiliki suatu pokok bahasan tertentu, tetapi tidak menutup kemungkinan dapat meluas hingga ke berbagai bidang.

Tahun 2009 media sosial menjelma menjadi alat informasi yang sangat potensial di Indonesia. Tingginya pengguna media sosial di Indonesia merupakan aplikasi jejaring situs pertemana dan informasi. Atau dengan kata lain, hampir semua masyarakat di Indonesia memiliki dan mengakses media sosial yang ada. Media sosial beragam mulai bermunculan dan menjadi pilihan masyarakat, seperti facebook, twitter, instagram, path dan masih banyak lainnya. Interaksi yang dilakukan dalam media sosial, haruslah memperhatikan etika dalam berinteraksi. Hal ini sangat penting agar segala aktivitas kita di media sosial tidak berdampak

buruk dalam kehidupan kita, baik secara langsung maupun tidak langsung. Media sosial telah menjadi *trend* tersendiri dengan pengguna di Indonesia mencapai lebih dari 15,3 juta akun (facebook), 6,2 juta akun (twitter), dan lebih dari 50 juta akun (Instagram). Berdasarkan perkembangannya, Indonesia berada di urutan ke dua dunia setelah Amerika Serikat sebagai negara dengan penduduknya sebagai pengguna media sosial.

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mereapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Salah satu hal unik dari Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti kamera Kodak Instamatic dan Polaroid.⁵ Interaksi yang dilakukan dalam media sosial haruslah komunikatif dan sopan. Sebagai manusia dalam kehidupan sehari-hari kita tidak akan pernah terlepas dari komunikasi. Komunikasi selalu menjadi kegiatan utama kita, mulai dari bangun tidur hingga tidur kembali, entah itu komunikasi formal maupun non formal.

Kemajuan teknologi yang menyebabkan mudahnya kebudayaan timur dan lunturnya norma-norma kesantunan dalam segala hal, sehingga memberikan pengaruh buruk bagi masyarakat, khususnya kamu pelajar. Selain itu, kemajuan teknologi juga menyebabkan rendahnya etika dan moral masyarakat, sehingga bukan kesantunan berbahasa yang terjalin melainkan kekerasan fisik, yaitu tawuran.

Dalam nilai-nilai yang terbentuk tersebut terdapat beberapa kaidah yang bertujuan mengatur tata cara kita berkomunikasi antar sesama tanpa menyakiti hati dan mejunjung tinggi etika sebagai sebuah tanda penghargaan pada lawan bicara kita. Namun terkadang cara berkomunikasi atau pemakaian suatu kata atau kalimat yang kita anggap sebuah etika, dapat pula berakibat pada sesuatu yang tidak menyenangkan dan menimbulkan suatu kesalahpahaman antar sesama. Sistem komunikasi, verbal maupun nonverbal, membedakan suatu kelompok dari kelompok lainnya. Terdapat banyak sekali bahasa verbal diseluruh dunia ini demikian pula bahasa nonverbal, meskipun bahasa tubuh (nonverbal) sering dianggap bersifat universal namun perwujudannya sering berbeda secara lokal. Memilih kata dalam berkomunikasi juga perlu di perhatikan agar sebuah kegiatan atau tindakan membentuk dan menyelaraskan kata dalam kalimat dengan tujuan untuk mendapatkan kata yang paling tepat dan sanggup mengungkapkan konsep atau gagasan yang dimaksudkan oleh pembicara ataupun penulis. Akibat kesalahan dalam memilih kata, informasi yang ingin disampaikan pembicara bisa kurang efektif, bahkan bisa tidak jelas.

Hal tersebut memang telah menjadi kebiasaan dan menjadi kodrat kita sebagai manusia yang merupakan makhluk sosial yang tak dapat hidup sendiri. Kita selalu membutuhkan bantuan orang lain atau ingin selalu hidup dengan orang lain. Walaupun hanya sekedar berinteraksi atau obrolan basa-basi. Dalam interaksi itulah manusia lambat laun menciptakan nilai-nilai bersama yang kemudian disebut sebagai kebudayaan. Media sosial sangat mempengaruhi kehidupan seseorang, oleh karena itu kita harus mampu menyikapi dengan pandai sehingga kelak tidak melupakan kewajiban pada kehidupan nyata. Selain itu, kita harus memenuhi etika komunikasi dalam penggunaan media sosial sehingga mendapat hal baik dan positif, minimal sebagai hiburan dan sumber informasi faktual.

Harold D. Laswell memaparkan fungsi media bisa dibagi menjadi tiga. 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-budaya kepada masyarakat (Haryatmoko, 2007).

Gamble, Teri, dan Michael dalam *Communication Works (2005)* menyebutkan, media sosial mempunyai ciri - ciri sebagai berikut ;

1. Pesan yang di sampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa ke berbagai banyak orang contohnya pesan melalui SMS ataupun internet.
2. Pesan yang di sampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu Gatekeeper
3. Pesan yang di sampaikan cenderung lebih cepat di banding media lainnya
4. Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi

Komunikasi yang dilakukan dalam media sosial tidak selalu memakai bahasa yang baku, atau bahasa yang sesuai dengan ejaan yang disempurnakan (EYD) bahasa Indonesia, ini menyebabkan banyaknya pengguna media sosial ini mengabaikan aspek nilai, norma dan etika berkomunikasi. Hal ini memungkinkan friksi yang mungkin terjadi diantara pengguna media sosial sebagai aplikasi chat baik personal maupun kelompok yang menghasilkan sebuah komunikasi yang tidak efektif. Etika komunikasi tidak hanya berkaitan dengan tutur kata yang baik tetapi juga berangkat dari niat yang tulus yang diekspresikan dari ketenangan, kesabaran dan empati kita dalam berkomunikasi (Corry, 2009). Sehingga bentuk komunikasi demikian akan menciptakan suatu komunikasi dua arah yang mencirikan penghargaan, perhatian dan dukungan timbal balik antara pihak-pihak yang berkomunikasi. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Penulis pun mengambil informan sebanyak 5 orang dengan menggunakan metode purposive sampling. Adapun teori komunikasi yang relevan digunakan dalam penelitian ini adalah teori Computer Mediated Communciation (CMC). Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Etika Komunikasi Dalam Menggunakan Media Sosial (Instagram)” Dalam penelitian ini, penulis memiliki fokus dan tujuan penelitian sebagai berikut, Untuk mengetahui Etika komunikasi dalam menggunakan media sosial yaitu Instagram. Untuk mengetahui jenis-jenis media sosial yang digunakan yaitu Instagram.

KAJIAN LITERATUR

PENGERTIAN ETIKA

Selain itu dari segi etimologi (asal kata), istilah etika berasal dari kata Latin *ethicus* yang berarti kebiasaan. Sesuatu dianggap etis atau baik, apabila sesuai dengan kebiasaan masyarakat. Pengertian lain tentang etika ialah sebagai studi atau ilmu yang membicarakan perbuatan atau tingkah laku manusia, mana yang dinilai baik dan mana pula yang dinilai buruk. Etika juga disebut ilmu normatif, maka dengan sendirinya berisi ketentuan-ketentuan yang dapat digunakan sebagai acuan untuk menilai tingkah laku yang baik atau buruk (githahanafi.blogspot.co.id).

Secara etimologis, kata “Etika” berasal dari bahasa Yunani “*ethos*”. Kata yang berbentuk tunggal ini berarti “adat atau kebiasaan”. Bentuk jamaknya “*ta etha*” atau “*ta ethe*” artinya adat kebiasaan, sehingga etika merupakan sebuah teori tentang perbuatan manusia, yang ditimbang menurut baik dan buruknya atau sebuah ilmu yang menyelidiki mana yang baik dan mana yang buruk, dengan memperhatikan akal pikiran (Setiyani, 2013).

Dari definisi etika diatas, dapat diketahui bahwa “*etika*” berhubungan dengan empat hal sebagai berikut:

1. Dilihat dari segi objek pembahasannya, etika berupaya membahas perbuatan yang

- dilakukan oleh manusia.
2. Dilihat dari segi sumbernya, etika bersumber pada akal pikiran atau filsafat. Sebagai hasil pemikiran, maka etika tidak bersifat mutlak, absolute dan tidak pula universal. Ia terbatas, dapat berubah, memiliki kekurangan, kelebihan dan sebagainya. Selain itu, etika juga memanfaatkan berbagai ilmu yang membahas perilaku manusia seperti ilmu antropologi, psikologi, sosiologi, ilmu politik, ilmu ekonomi dan sebagainya.
 3. Dilihat dari segi fungsinya, etika berfungsi sebagai penilai, penentu dan penetap terhadap sesuatu perbuatan yang dilakukan oleh manusia, yaitu apakah perbuatan tersebut akan dinilai baik, buruk, mulia, terhormat, hina dan sebagainya. Dengan demikian etika lebih berperan sebagai konseptor terhadap sejumlah perilaku yang dilaksanakan oleh manusia. Etika lebih mengacu kepada pengkajian sistem nilai-nilai yang ada.

KOMUNIKASI

Komunikasi merupakan keterampilan paling penting dalam hidup kita. Seperti halnya bernafas, banyak orang beranggapan bahwa Komunikasi sebagai sesuatu yang otomatis terjadi, sehingga orang tidak tertantang untuk belajar berkomunikasi secara efektif dan beretika. Hal yang paling penting dalam komunikasi, bukan sekadar pada apa yang dikatakan, tetapi pada karakter kita dan bagaimana kita mentransfer pesan serta menerima pesan. Komunikasi harus dibangun dari diri kita yang paling dalam sebagai fondasi integritas yang kuat. Komunikasi merupakan suatu hal yang amat penting dalam kehidupan manusia. Kita tidak bisa, tidak berkomunikasi. Kita belajar menjadi manusia melalui komunikasi. Komunikasi sudah merupakan kebutuhan manusia, bahkan kesuksesan seseorang sekarang ini, lebih banyak ditentukan pada kemampuan dia berkomunikasi.

Komunikasi melibatkan interaksi antar anggota masyarakat. Dalam interaksi diperlukan norma-norma atau aturan-aturan yang berfungsi untuk pengendalian yang tujuannya adalah untuk tercapainya Ketertiban dalam masyarakat. Salah satu, upaya mewujudkan tertibnya masyarakat adalah adanya etika komunikasi yakni kajian tentang baik buruknya suatu tindakan komunikasi yang dilakukan manusia, suatu pengetahuan rasional yang mengajak manusia agar dapat berkomunikasi dengan baik. Komunikasi menandakan pula adanya interaksi antar -anggota masyarakat, karena komunikasi selalu melibatkan setidaknya dua orang. Dalam interaksi selalu diperlukan norma-norma atau aturan-aturan yang berfungsi untuk pengendalian atau social control. tujuannya untuk menciptakan masyarakat yang tertib. Salah satu bentuk untuk mewujudkan tertibnya masyarakat adalah adanya etika, yakni filsafat yang mengkaji baik-buruknya suatu tindakan yang dilakukan manusia.

Dengan demikian etika komunikasi adalah ilmu yang memperhatikan baik buruknya cara berkomunikasi. Etika komunikasi memperhatikan kejujuran dan terus terang, keharmonisan hubungan, pesan yang tepat, menghindari kecurangan, konsistensi antara pesan verbal maupun non-verbal serta memperhatikan apakah para komunikator memotong suatu pembicaraan atau tidak. Etika komunikasi menjadi sangat penting ketika berkomunikasi dalam sebuah komunitas, komunitas menurut Wengner sebagaimana dibahas oleh Setiyani (2013) adalah sekelompok orang yang saling berbagi lingkungan, perhatian, masalah, serta memiliki keterkaitan atau kegemaran yang sama terhadap suatu topik.

MEDIA SOSIAL (INSTAGRAM)

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi, meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Anderas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan penukaran “user-generated content.

Kaplan dan Haenlein membagi media sosial menjadi enam bagian, yaitu Proyek Kolaborasi (wiki, bookmark), Blog dan Mikroblog (twitter), Konten (youtube), Situs jejaring sosial (facebook dan instagram), dan Virtual Game Works (3D). Berbagai media sosial yang populer di masyarakat Indonesia antara lain: path, facebook, Instagram dan twitter. Media sosial telah menjadi *trend* tersendiri dengan pengguna di Indonesia mencapai lebih dari 82 juta akun Facebook, 22 jt pengguna aktif Instagram, dan lebih dari 6,2 juta akun Twitter. Data tersebut merupakan survey JakPat September 2015. Berdasarkan perkembangannya, Indonesia berada di urutan ke dua dunia setelah Amerika Serikat sebagai negara dengan penduduknya sebagai pengguna media sosial.

ETIKA BERKOMUNIKASI DALAM MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL (INSTAGRAM)

Komunikasi di media sosial sering dilakukan dengan menggunakan bahasa tidak baku. Salah satu penyebabnya yakni di dunia maya sering tidak jelas siapa lawan komunikasi kita dan di mana posisinya walaupun banyak juga orang yang sudah berinteraksi dan bertemu di dunia nyata, dan berlanjut komunikasi ke dunia maya (media sosial). Bahasa di media sosial bukanlah bahasa resmi sebagaimana menulis artikel karya ilmiah, makalah, jurnal, skripsi dan tesis. Sangat sedikit dan hampir tidak pernah ada pengguna media sosial menulis status sesuai dengan Ejaan Yang Disempurnakan (EYD) padahal penulisan yang baku sangat penting dilakukan karena terkait dengan etika dalam berkomunikasi sesama pengguna media sosial.

Media sosial tampil menjadi media baru yang melahirkan berbagai konsekuensi kehidupan. Pada dasarnya, media sosial bukanlah media baru bagi proses interaksi dan komunikasi dalam masyarakat. Yang membuat media sosial seakan menjadi media baru yakni saat kita meninjau media sosial masa lalu dan masa kini dari aspek orientasi penggunaan dan aspek kelas sosial penggunanya

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian ini merupakan penelitian yang berupa deskriptif. Penelitian deskriptif adalah salah satu jenis penelitian yang tujuannya untuk menyajikan gambaran lengkap/ eksplorasi dan klarifikasi mengenai suatu fenomena atau kenyataan sosial. Dalam penelitian ini, peneliti memiliki definisi jelas tentang subjek penelitian dan akan menggunakan pertanyaan *who* dalam menggali informasi yang dibutuhkan. Subyek dalam penelitian ini adalah masyarakat Indonesia meliputi anak – anak, dewasa dan orang tua. Metode pengumpulan data yang saya lakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Metode observasi, yaitu dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap aktivitas masyarakat di beberapa wilayah di Indonesia.
2. Metode wawancara, yaitu dilakukan dengan cara mengadakan wawancara secara

langsung kepada para responden dan informan yang telah dilakukan.

3. Metode studi pustaka, yaitu berupa kajian literature yang sesuai dengan penelitian, baik berupa buku maupun dari sumber internet.

PEMBAHASAN

Etika dalam perkembangannya sangat mempengaruhi kehidupan manusia. Etika memberi manusia orientasi bagaimana ia menjalani hidupnya 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 kita untuk mengambil keputusan tentang tindakan apa yang perlu kita lakukan dan yang perlu kita pahami bersama bahwa etika ini dapat diterapkan dalam segala aspek atau sisi kehidupan kita, 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 system 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.

Etika komunikasi tentu akan berbicara juga tentang penyampaian bahasa. Simbol, bahasa, atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Bahasa dapat juga dianggap sebagai sistem kode verbal (Deddy Mulyana, 2005)., sedangkan komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang menggunakan pesan-pesan nonverbal. Istilah nonverbal biasanya digunakan untuk melukiskan semua peristiwa komunikasi diluar kata-kata terucap dan tertulis. Secara teoritis, komunikasi nonverbal dan komunikasi verbal dapat dipisahkan. Namun dalam kenyataannya, kedua jenis komunikasi ini saling jalin menjalin, saling melengkapi dalam komunikasi yang kita lakukan sehari-hari.

Di Indonesia, Instagram lebih populer dibandingkan Twitter. Pengguna Instagram di Indonesia menggunakan layanan ini untuk mencari informasi online shop dan menggugah foto liburan dan wisata. Selain itu, dapat mengetahui berita terbaru dari artis kesukaan. Hal ini tak ada yang bisa menampik Instagram sebagai latform media sosial yang bakal semakin berpengaruh di masa mendatang.

Instagram adalah sebuah desain yang memiliki fungsi komunikasi praktis dan menjadi sebuah media komunikasi praktis dan menjadi sebuah media komunikasi melalui ini signifikasi foto. Instagram merupakan situs yang digunakan untuk menampilkan berupa teks dan foto, yang seiring zaman digunakan ssebagai penyampai pesan oleh para pembaca.

Hal di atas diperkuat oleh Linaschke yang mengatakan Instagram adalah program sharing foto ke dalam jejaring sosial yang memfasilitasi penggunaannya untuk memfoto dan mengaplikasikan filter digital bertemakan *faux vintage* ke dalam fotonya untuk kemudian

dishare ke pengguna lain yang saling terhubung di dalam jejaring sosial.

Berikut beberapa contoh Instagram;



Gambar di atas memberikan informasi mengenai tausiyah kepada sesama



Gambar di atas memberikan informasi barang yang dijual di Thama Shop.

Media sosial seakan menjadi tempat menumpahkan cerita segala aktivitas, luapan emosi dalam bentuk tulisan atau foto yang tidak jarang mengesampingkan etika yang ada. Media sosial tidak lagi menjadi media berbagi informasi tapi hanya berbagi sensasi. Jika kemajuan teknologi tidak dibarengi dengan kemajuan dalam berpikir, yang ada kemajuan teknologi tersebut berbanding terbalik dalam hal pola berfikir.

Perkembangan teknologi telah membuat pergeseran pemikiran. Etika yang dulu

dianggap penting oleh bangsa Indonesia, seakan menjadi tidak penting lagi karena adanya tuntutan zaman. Kemudahan dalam mengakses dan menggunakan media sosial tanpa disadari telah menjebak kita dalam penurunan etika.

Dalam kehidupan bersosial di masyarakat, istilah etika dikaitkan dengan moralitas seseorang. Orang yang tidak memiliki etika yang baik sering disebut tidak bermoral karena tindakan dan perkataan yang diambil tidak melalui pertimbangan baik dan buruk. karena menyangkut pertimbangan akan nilai-nilai baik yang harus dilakukan dan nilai-nilai buruk yang harus dihindari. Tidak adanya filter pertimbangan nilai baik dan buruk merupakan awal dari bencana pemanfaatan media sosial.

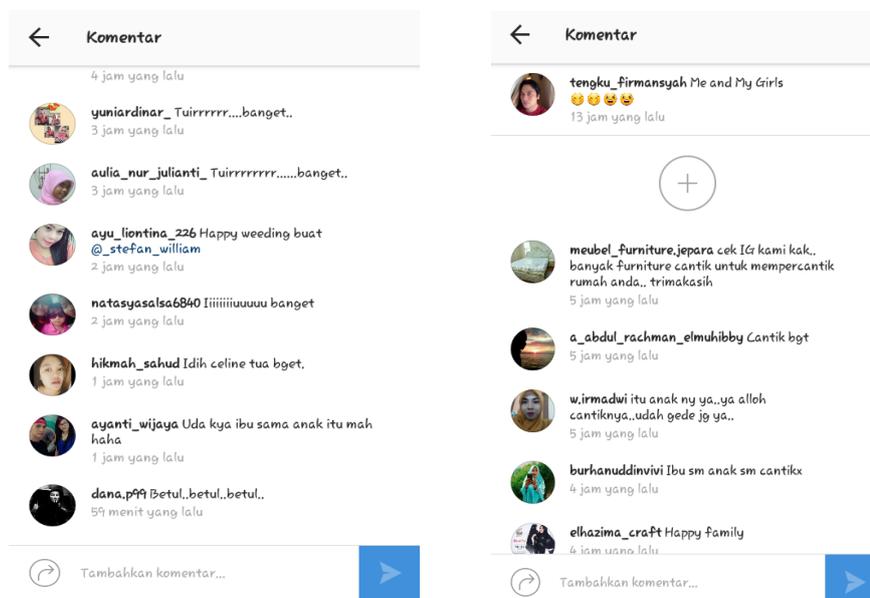
Etika berkomunikasi dalam implementasinya antara lain dapat diketahui dari komunikasi yang santun. Hal ini merupakan juga cerminan dari kesantunan kepribadian kita. Komunikasi diibaratkan seperti urat nadi penghubung Kehidupan, sebagai salah satu ekspresi dari karakter, sifat atau tabiat seseorang untuk saling berinteraksi, mengidentifikasi diri serta bekerja sama. Kita hanya bisa saling mengerti dan memahami apa yang dipikirkan, dirasakan dan dikehendaki orang melalui komunikasi yang diekspresikan dengan menggunakan berbagai saluran, baik verbal maupun non-verbal. Pesan yang ingin disampaikan melalui komunikasi, bisa berdampak positif bisa juga sebaliknya. Komunikasi akan lebih bernilai positif, jika para peserta komunikasi mengetahui dan menguasai teknik berkomunikasi yang baik, dan beretika. Etika berkomunikasi, tidak hanya berkaitan dengan tutur kata yang baik, tetapi juga harus berangkat dari niat tulus yang diekspresikan dari ketenangan, kesabaran dan empati kita dalam berkomunikasi. Bentuk komunikasi yang demikian akan menghasilkan komunikasi dua arah yang bercirikan penghargaan, perhatian dan dukungan secara timbal balik dari pihak-pihak yang berkomunikasi. Komunikasi yang beretika, kini menjadi persoalan penting dalam penyampaian aspirasi. Dalam keseharian eksistensi penyampaian aspirasi masih sering dijumpai sejumlah hal yang mencemaskan dari perilaku komunikasi yang kurang santun. Etika komunikasi sering terpinggirkan, karena etika Berkomunikasi belum membudaya sebagai urat nadi kehidupan bermasyarakat dan bernegara. Adapun Etika komunikasi yang baik dalam media sosial adalah jangan menggunakan kata kasar, provokatif, porno ataupun SARA; jangan memposting artikel atau status yang bohong; jangan mencopy paste artikel atau gambar yang mempunyai hak cipta, serta memberikan komentar yang relevan.



Gambar Instagram yang diupload di atas memberikan hal negatif bagi para pembaca. Gambar yang kurang sopan dikirim ke publik, menimbulkan komentar negatif terhadap acara yang seharusnya sakral dan berakhir kebahagiaan. Sebaiknya gambar tersebut tidak dijadikan

konsumsi publik dan tetap menjadi koleksi pribadi sebagai kenang-kenangan.

Selain itu, adapun etika komunikasi dalam Instagram adalah jangan membanjiri Photo Feed, Jangan sering narsis, dan Make conversation (Memberi komentar dan membalas komentar dengan baik).¹⁸



Gambar komentar negatif (kiri) dan positif (kiri) pembaca.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivis dengan metode deskriptif. Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti setatus sekelompok manusia, suatu obyek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. “Metodologi adalah proses, prinsip, dan prosedur yang kita gunakan untuk mendekati problem dan mencari jawaban” (Mulyana, 2008: 145). Menurut Sugiyono (2007: 1), metode penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang digunakan untuk meneliti pada objek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Penelitian kualitatif bertujuan mempertahankan bentuk dan isi perilaku manusia dan menganalisis kualitasnya alih-alih mengubahnya menjadi entitas-entitas kuantitatif (Mulyana, 2008:150). Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode penelitian deskriptif dengan analisis data kualitatif. Disebut sebagai metode deskriptif karena penelitian ini tidak menggunakan hipotesis dan variable melainkan hanya menggambarkan dan menganalisis kejadian yang ada tanpa perlakuan khusus atas objek-objek yang diteliti. Mengenai tipe deskriptif, Jalaludin Rakhmat dalam buku Metode Penelitian Komunikasi menjelaskan bahwa “Penelitian deskriptif hanyalah memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi”. (Rakhmat, 2002: 24) Lebih lanjut Jalaludin Rakhmat menjelaskan “Ciri lain metode deskriptif ialah titik berat pada observasi dan suasana alamiah (naturalisasi setting). Peneliti bertindak sebagai pengamat. Ia hanya membuat kategori pelaku, mengamati gejala, dan mencatatnya dalam buku observasi”. (Rakhmat, 2002: 25). Observasi yang peneliti lakukan yaitu penelitian berdasarkan kondisi di lapangan, peneliti tidak terlibat

dalam kegiatan tersebut hanya mengamati gejala-gejala yang ada dilapangan yang kemudian dilakukan analisis untuk mendapatkan kesimpulan daripenelitian yang dilakukan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan melakukan observasi, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi.

PENUTUP

Berdasarkan pemaparan di atas, adapun kesimpulan yang ada bahwasanya etika komunikasi dalam menggunakan media sosial, khususnya Instagram sangatlah diperlukan. Hal ini dapat meminimalkan sesuatu negatif dari tanggapan dan cara pandang seseorang pembaca atau masyarakat. Selain itu, setiap gambar atau foto yang diupload haruslah dipilih yang dapat dipublikasikan dan yang menjadi koleksi pribadi. Etika komunikasi dalam media sosial memang sangat diperlukan, baik itu mengupload gambar, menuliskan status ataupun memberikan komentar. Hal yang anda lakukan di ranah publik itu bersifat sosial. Semua khalayak masyarakat terbuka dan berhak memberi komentar ataupun hal positif atau negatif lain tanpa ada batasnya.

Perlunya pengetahuan yang lebih aplikatif tentang etika komunikasi dalam media sosial lainnya yang terus berkelanjutan melihat kemajuan teknologi dan informasi sangat pesat. Untuk mengoptimalkan etika berkomunikasi dalam media sosial, dianjurkan agar setiap lembaga juga dapat memberikan pengajaran bagaimana berkomunikasi dalam media sosial yang baik dan benar melihat kemajuan jaman yang mana setiap anak sekarang menggunakan media sosial dalam berkomunikasi dengan siapa saja dimanapun mereka berada dan kapan pun mereka ingin berkomunikasi. Oleh karena itu, pengetahuan mengenai etika berkomunikasi menjadi sangat penting.

REFERENSI

- Abu Bakar Fahmi. 2011. *Mencerna Situs Jejaring Sosial*. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Franz magnis Suseno. 1993. *Etika dasar*. Jakarta : Pustaka Filsafat.
- Haryatmoko. 2007. *Etika Komunikasi; Manipulasi Media, Kekerasan, dan Pornografi*. Yogyakarta: Kanisius.
- Hermawan, C. W. (2009). *Cara Mudah Membuat Komunitas Online dengan PHPBB*. Yogyakarta: ANDI.
- Kaplan, Andreas M; Michael Haenlein.2010. "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media" . *Business Horizons* 53 : 59:68.
- Kismiyati. 2010. *Filsafat dan Etika*. Bandung : Widya Padjajaran
- Linaschke, J. 2011. *Getting teh most from Instagram*. Berkeley: Peachpit Press
- Mulyana Dedy. 2014. *Perkembangan Teknologi Informasi: New Media, Jurnal Umum Unpas*:
- Mulyana, Deddy. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Mursito. (2006). *Memahami Institusi Media (Sebuah Pengantar)*. Surakarta: Lindu Pustaka
- Nurudin. 2012. *Media Sosial Baru*. Yogyakarta : DPPM DIKTI.
- Rachmadi, D. F. 1988. *Informasi dan Komunikasi Dalam Percaturan Komunikasi*. Bandung:
- Rulli Nasrullah. 2015. *Teori Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Kultur, dan Sosiso*

Teknologi) Jogjakarta : Simbiosis Rekatama Media.

Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif RND*. Bandung: Alfabeta.

Uno, H. B., & Lematenggo, N. 2011. *Teknologi Komunikasi dan Indonesia Pembelajaran*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Wenger, E.(et.al.)(2002). *ultivating communities of practice: a guide to managing knowledge*. Boston: Harvard Business School Press.

Jurnal Elektronik

Corry, A. 2009. Etika Berkomunikasi dalam Penyampaian Aspirasi. *Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanagara* .

Prio, R. (2015, Desember 8). Koran Kabar. Retrieved Januari 11, 2017, from Koran Kabar: <http://www.korankabar.com>