

## **Penerapan Etika Komunikasi di Media Sosial: Analisis Pada Grup WhatsApps Mahasiswa PPKn Tahun Masuk 2016 Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang**

**Febi Afriani, Alia Azmi**

Jurusan Ilmu Sosial Politik

FIS Universitas Negeri Padang

E-mail: [febyafriani97@gmail.com](mailto:febyafriani97@gmail.com)

### **ABSTRAK**

*Penelitian ini dilatar belakangi oleh pentingnya penerapan etika komunikasi di media sosial WhatsApp oleh mahasiswa. Etika komunikasi di media sosial ini terbagi atas tiga poin penting yang harus diterapkan oleh setiap pengguna termasuk mahasiswa. Tujuan penelitian untuk menganalisis bagaimana penerapan etika komunikasi mahasiswa di media sosial WhatsApp. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kualitatif dengan menggunakan teknik observasi dan dokumentasi. Objek penelitian adalah semua postingan mahasiswa mahasiswa PPKn Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang tahun masuk 2016 pada media sosial whatsapp grup angkatan 2016 yaitu grup ISP 16, yang meliputi semua teks, audio, video, gambar dan dokumen yang diposting selama bulan maret 2020. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa: 1) Penerapan etika berkomunikasi yang santun dalam menggunakan media sosial di media sosial WhatsApps grup oleh mahasiswa PPKN tahun masuk 2016 sudah sangat baik, hal ini dibuktikan berdasarkan hasil analisis terlihat ketika menyampaikan salam atau sapaan ketika memulai pembicaraan, mengucapkan kata terimakasih setelah mendapatkan informasi dan memberikan respon ketika bertanya. 2) Penerapan etika memberikan informasi secara bijak sangat baik ini hal ini terbukti dari memberikan informasi dari sumber terpercaya, tidak menyebarkan konten yang bersifat pornografi, memberikan informasi positif, tidak memberikan informasi yang memicu terjadinya konflik, tidak menyebarkan informasi yang bersifat SARA, serta tidak adanya plagiat atas hak kekayaan intelektual orang lain. 3) Penerapan etika menghargai privasi orang lain sangat baik penerapannya hal ini dibuktikan tidak adanya menuduh dan menyerang secara pribadi dalam grup, tidak menyebarkan informasi yang sifatnya privasi dan tidak adanya bullying dalam grup.*

**Kata Kunci:** Etika, Media Sosial, Mahasiswa, Whatsapp

### **ABSTRACT**

*This research is motivated by the importance of implementing communication ethics on WhatsApp social media by students. Communication ethics on social media is divided into three important points that must be applied by every user, including students. The research objective was to analyze how the application of student communication ethics on WhatsApp social media. This study used a qualitative content analysis method using observation and*

documentation techniques. The object of research is all postings of PPKn students of the Faculty of Social Sciences, Padang State University in 2016 on the 2016 batch of 2016 whatsapp social media, namely the ISP 16 group, which includes all text, audio, video, images and documents posted during March 2020. The results show that: 1) The application of polite communication ethics in using social media on WhatsApps group social media by PPKN students in 2016 is very good, this is evidenced by the results of the analysis seen when delivering greetings or greetings when starting a conversation, saying thank you after get information and respond when asked. 2) The application of ethics in providing information wisely is very good, this is evident from providing information from trusted sources, not spreading pornographic content, providing positive information, not providing information that triggers conflict, not spreading information that is racial in nature, and the absence of plagiarism of the intellectual property rights of others. 3) The application of ethics respecting the privacy of others is very good, this is proven by the absence of accusing and attacking personally in the group, not spreading information that is privacy-oriented and there is no bullying in the group.

**Keywords:** Ethics, Social Media, Students, Whatsapp



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. ©2020 by author.

Received: Jun 23 2020

Revised: Agt 24 2020

Accepted: Agt 25 2020

## PENDAHULUAN

Kehadiran internet berkembang begitu sangat pesat dewasa ini. Untuk Indonesia sendiri pada tahun 2019 pengguna internet mencapai 150 juta jiwa dari 268,2 juta jiwa rakyat Indonesia. Penggunaan internet pun naik 13% dari tahun 2018. Meningkatnya penggunaan internet dibarengi dengan tingginya penggunaan media sosial, di tahun 2019 pengguna media sosial mencapai 150 juta pengguna. Para pengguna media sosial rata-rata tiap hari menghabiskan waktu jam, 26 menit melalui perangkat apapun (We Are Social, 2019)

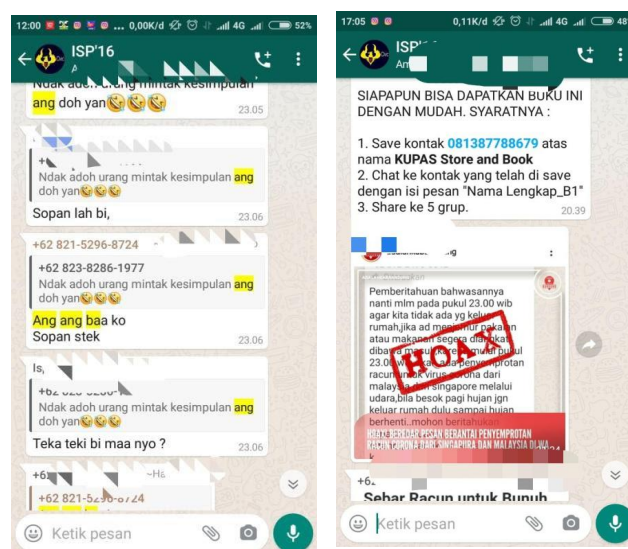
Penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi harus memperhatikan unsur etika agar tidak terjadi kerugian bagi pihak-pihak tertentu dan berujung pada tindakan pelanggaran hukum. Etika berkomunikasi di internet yang dikenal dengan istilah dengan Netiquette

Fahrimal (2018) Netiquette merupakan aturan dan tata cara penggunaan internet sebagai alat komunikasi atau pertukaran data antar-sekelompok orang dalam sistem yang termediasi. Sama seperti aturan etika di dunia nyata, netiquette juga mendorong para pengguna untuk taat pada aturan etis dan moral –yang meskipun tidak tertulis –untuk menciptakan ruang bersama yang nyaman, tenang, dan damai. Berkomunikasi di media sosial dan dunia nyata tidak ada bedanya, tentu harus memperhatikan norma dan aturannya. Namun, tidak semua penggunaannya menerapkan etika tersebut dalam menggunakan media sosial. Media sosial dijadikan tempat mengungkapkan amarah, kebencian, cacimaki, penghinaan, cyber bullying. Masalah pornografi, SARA, dan bahkan masalah yang berkaitan dengan eksistensi diri turut meramaikan media

sosial. Pengguna sering kali memposting apapun tanpa batas, bahkan mereka bebas, dan lupa bahwa media sosial termasuk pada ruang publik yang akan dilihat oleh khalayak banyak. Dalam hal ini pengguna media sosial bisa beranggapan apa yang telah diposting dan dibagikannya adalah wajar, tetapi kalau hal tersebut tidak sesuai dengan nilai-nilai dan norma yang ada maka dianggap sebagai perbuatan yang tidak beradab

Menurut Mutiah, dkk (2019) menjelaskan beberapa etika yang perlu diperhatikan dalam menggunakan media sosial (Instagram) 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 dan 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 dan ranah publik, sehingga sebelum memposting perlu mempertimbangkan yang seharusnya tidak untuk di publikasikan. 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.

Mahasiswa sebagai pengguna media sosial yang mencapai penetrasi sebesar 92,6% (Pengguna Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesi, 2018). Tingginya penggunaan media sosial oleh mahasiswa berpeluang tinggi terjadinya pelanggaran etika dalam menggunakan media sosial. Berdasarkan pengamatan penulis lakukan di beberapa media sosial yang dimiliki mahasiswa Universitas Negeri Padang, masih ditemukan mahasiswa yang belum memahami dan mengaktualisasikan etika komunikasi seperti berkomentar "Bacot" "Njrr" "Idiot". Serta mereka bebas memposting apa yang mereka sukai, seperti postingan yang berkaitan kegiatan pribadinya, curhatan, serta foto atau gambar yang tidak sesuai dengan etika komunikasi yang baik.



Penelitian dan analisis mengenai media sosial telah banyak dikaji dan dilakukan dengan menganalisis berbagai tema. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan penelitian terdahulu sebagai perbandingan dan tolak ukur dalam menganalisa penelitian ini. Penelitian yang pertama merupakan penelitian oleh Dewi (2019) Objek

penelitian berfokus pada media sosial Instagram berkenaan penerapan etika komunikasi yang santun, hasil penelitian menunjukkan bahwasanya pola komunikasi netizen di media sosial instagram hampir semua menggunakan bahasa tidak baku dan dari segi pesan yang ingin disampaikan netizen, tergolong masih terlalu kasar.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan Mutiah, dkk (2019) Penelitian hanya berfokus kepada pengetahuan etika komunikasi dalam menggunakan media sosial. Dan hasil penelitian menunjukkan bahwasanya etika komunikasi dalam menggunakan media sosial, khususnya instagram sangat diperlukan. Adapun etika tersebut adalah Pertama, Jangan menggunakan kata kasar, provokatif, porno ataupun SARA. Kedua, jangan memposting artikel atau status yang bohong. Ketiga, jangan mengcopy paste artikel atau gambar yang mempunyai hak cipta, serta memberikan komentar yang relevan

Selanjutnya penelitian yang dilakukan Prasanti dan Indriani (2017) penelitian berfokus pentingnya etika komunikasi media sosial Facebook, BBM dan Whatsapp. Dan hasil penelitian menunjukkan bahwasanya ibu-ibu PKK sadar akan penerapan etika komunikasi dan media sosial, dan etika komunikasi di media sosial dibagi tas tiga poin penting yaitu etika dalam konteks waktu; etika dalam konteks isi pesan; etika dalam konteks komunikan/sasaran ibu PKK.

Penelitian ini bertujuan menggambarkan dan menganalisis penerapan etika komunikasi dalam menggunakan media sosial khususnya yang dilakukan oleh mahasiswa. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat

menambah wawasan khasanah ilmu pengetahuan dalam bidang etika komunikasi di media sosial khususnya bagi mahasiswa dalam mencermati penggunaan media sosial serta diharapkan dapat membantu memberikan informasi dan masukan bagi mahasiswa untuk lebih memahami betapa pentingnya etika baik di dunia nyata maupun di dunia maya. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan bagi pihak kampus, sebagai masukan meningkatkan usaha dari kampus untuk mencetak mahasiswa yang berkarakter.

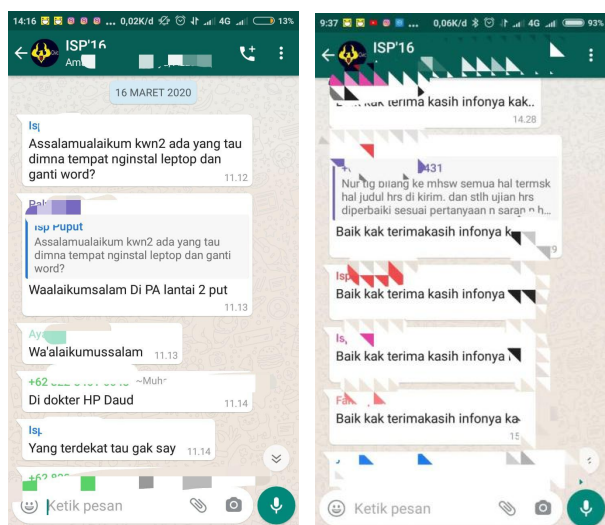
### **Metode Penelitian**

Sesuai maksud dan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, maka metode yang digunakan adalah metode analisis isi (content analysis). Analisis isi berupaya mengungkap berbagai informasi dibalik data yang disajikan di media atau teks. Analisis isi dapat didefinisikan sebagai sebuah teknik pengumpulan dan menganalisis isi dari suatu teks. Isi dalam hal ini dapat berupa kata, arti (makna), gambar symbol, ide, tema, atau beberapa pesan yang dapat dikomunikasikan (Martono, 2016:92). Objek penelitian adalah semua postingan mahasiswa mahasiswa PPKn Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang tahun masuk 2016 pada media sosial whatsapp grup angkatan 2016 yaitu grup ISP 16, yang meliputi semua teks, audio, video, gambar dan dokumen yang diposting selama bulan maret 2020. Instrumen pada pengumpulan data menggunakan lembar data (Coding Sheet) yang dibuat berdasarkan kategori yang ditetapkan pada alat ukur. Adapun metode yang digunakan untuk mengumpulkan yaitu metode observasi dan dokumentasi

## Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan temuan Grup WhatsApp ISP 16 adalah grup angkatan mahasiswa PPKn tahun masuk 2016, dimana grup ini dibuat pada 18 Agustus 2017, yang terdiri dari 135 peserta dan memiliki 3 orang admin utama. Grup ini seringkali digunakan sebagai media untuk komunikasi dan berinteraksi antar mahasiswa angkatan 2016. Hampir setiap hari ada interaksi di dalamnya. Dalam berinteraksi tidak ada aturan atau norma yang dibuat khusus, hanya mengikuti aturan bermedia sosial yang ada. Selama bulan maret 2020 didapatkan 1299 postingan.

### a. Penerapan etika komunikasi yang santun



Berdasarkan hasil temuan, bahwasanya banyak ditemukannya penggunaan kata-kata yang santun dalam berkomunikasi. Hal ini dilihat ketika memulai komunikasi memulai dengan salam seperti: *Assalamualaikum*, *Assalamualaikum wr. wb*, *Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh*, Selamat pagi. Untuk respon salam yang diberikan ditemukan seperti: *Walaikumsalam*, *Wa'alaikum salaam*, *Walaikumsalam*. Komunikasi yang santun berkaitan

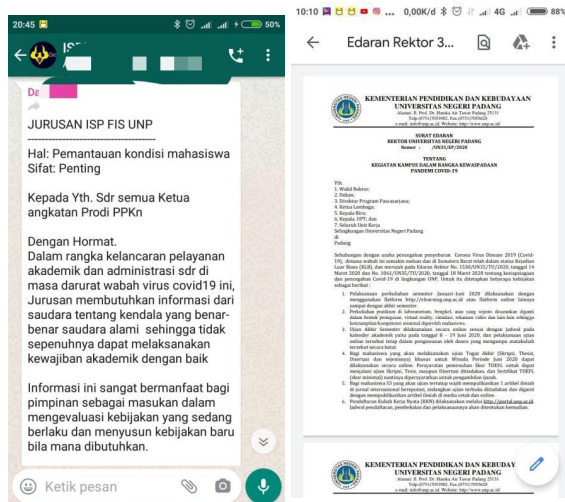
dengan mengucapkan terimakasih setelah mendapatkan informasi banyak ditemukan, seperti: *Thanks*, *terimakasih*, *terima kasih*, kata-kata syukron. Selanjutnya temuan penggunaan emoticon yang tepat dan sesuai konteks pesan yang disampaikan juga sangat banyak ditemukan seperti: emoticon tangan yang bersedekap untuk menunjukkan kalimat yang mengandung permintaan, kedua tangan yang melambangkan permohonan doa, emoticon tertawa melambangkan unsur lucu, emoticon pangkal lengan yang menggambarkan semangat, emoticon jempol melambangkan persetujuan. Selanjutnya juga ditemukannya postingan yang memberikan jawaban ketika ada yang bertanya atau meminta bantuan seperti kata "gak, ada, kurang tau"

Etika komunikasi tentu akan berbicara tentang penyampaian bahasa, dan implementasi dapat dilihat dari kesantunan dalam berkomunikasi. Menurut Menurut Rifauddin (2016) kesantunan dapat dilihat dari penggunaan pilihan kata dan kalimat dalam tulisan atau komentar yang diberikan, gunakanlah bahasa yang baik dan sopan. Fahrimal (2018) kesantunan dilihat dari pilihlah kata-kata yang tepat untuk membuat postingan di internet dan media sosial. Selanjutnya menurut Prasanti dan Indriani (2017) Saat berinteraksi pergunakan dan pilihlah bahasa yang tepat sesuai dengan dengan siapa kita berbicara.

Berdasarkan hasil analisis isi yang dilakukan oleh penulis, terdapat gambaran dalam penerapan Penerapan etika berkomunikasi yang santun dalam menggunakan media sosial dimedia sosial WhatsApps grup oleh mahasiswa PPKN tahun masuk 2016 sudah sangat baik, hal ini dibuktikan berdasarkan hasil analisis terlihat ketika

menyampaikan salam atau sapaan ketika memulai pembicaraan, mengucapkan kata terimakasih setelah mendapatkan informasi dan memberikan respon ketika bertanya.

## b. Penerapan etika memberikan informasi secara bijak.



Hasil temuan yang telah peneliti temukan bahwasanya banyak ditemukannya dokumen seperti: RPS, kalender akademik, edaran rektor. Selain itu juga ditemukan pesan-pesan yang diteruskan atau yang dibagikan diketahui langsung oleh yang bersangkutan serta informasi tersebut memang langsung diinstruksikan, hal ini dibuktikan dengan diketahui oleh pimpinan/pihak berwenang di akhir pesan. Kebijakan memberikan informasi berkenaan dengan memberikan informasi yang positif sangat baik, hal ini didukung dengan banyak temuan penulis seperti informasi jadwal dosen, jadwal perkuliahan, alamat email dosen, no telepon yang dibutuhkan, hal ini tentunya akan sangat berguna dalam menunjang informasi dalam keberhasilan akademik. Selain itu juga ditemukan informasi positif lainnya seperti informasi mengenai kegiatan angkatan seperti rapat

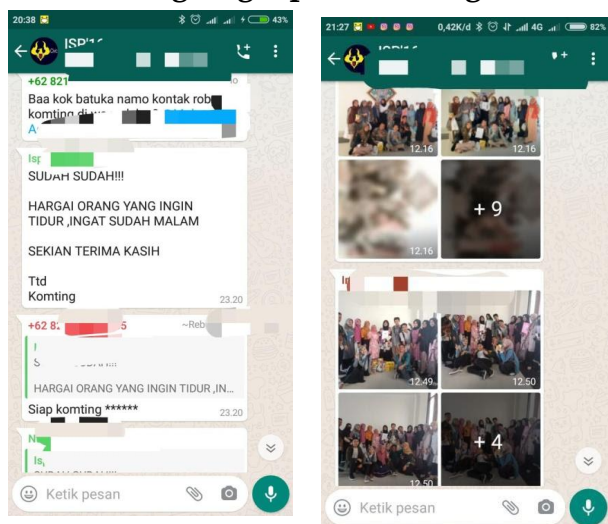
angkatan, informasi berita kemalangan seperti ada yang meninggal, kecelakaan, kehilangan, atau peristiwa bencana alam, keberhasilan di bidang akademik, serta prestasi lainnya. Serta pamflet informasi seminar, perlombaan. Penulis juga menemukan postingan-postingan berupa diskusi tentang isu-isu terbaru, hal ini tentu bersifat positif. Selanjutnya etika komunikasi mengenai konten yang bersifat pornografi, informasi yang bersifat hoax, informasi yang memicu terjadinya konflik tidak ditemukan postingan yang mengidentifikasi pelanggaran tersebut.

Salah satu bentuk kebijakan memberikan informasi adalah dengan cara memberikan informasi dari sumber yang dapat dipercaya. Menurut Rifauddin (2016) kebijakan bermedia seperti tidak memposting status yang berbau SARA baik dalam bentuk tulisan, gambar, maupun video. Selanjutnya Wahyudin dan Karimah (2016) etika berkomunikasi di media sosial, sebaiknya memposting konten yang bermanfaat atau berfaedah untuk kepentingan bersama dan 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. Menurut Prasanti dan Indriani (2017) Tersedianya menu kolom untuk men share di media sosial bukan tidak berarti semua harus ditulis dan dibagikan.

Berdasarkan hasil analisis isi yang dilakukan oleh penulis, terdapat gambaran dalam penerapan etika memberikan informasi secara bijak sangat baik ini hal ini terbukti dari memberikan informasi dari sumber

terpercaya, tidak menyebarkan konten yang bersifat pornografi, memberikan informasi positif, tidak memberikan informasi yang memicu terjadinya konflik, tidak menyebarkan informasi yang bersifat SARA, serta tidak adanya plagiat atas hak kekayaan intelektual orang lain

### c. Menghargai privasi orang lain



Berdasarkan hasil temuan bahwasanya etika komunikasi menghargai privasi orang lain seperti dilihat dari waktu penyampaian ditemukan pesan yang disampaikan sebanyak 24 hari sesuai dengan waktu penyampaian pesan. Etika komunikasi selanjutnya tidak menuduh dan menyerang secara pribadi dalam grup, tidak membagikan informasi yang sifatnya rahasia dan privasi, tidak melakukan tindakan bullying dalam grup sangat baik karena tidak adanya postingan yang mengidentifikasi hal tersebut. Selain itu peneliti juga menemukan bahwasanya penyampaian pesan diluar waktu 06:00 - 22:00. Penemuan sebanyak 7 hari yang melanggar dari 31 hari. Ditemukanya pesan spam seperti spam foto, spam komentar yang tidak sesuai dengan pembicaraan. Ditemukanya persoalan

yang seharusnya dibahas secara pribadi dibahas dalam grup sehingga spam dalam grup.

Media sosial memberikan kebebasan bagi setiap penggunanya namun kebebasan itu tentu ada batasan, hak orang lain agar terciptanya keharmonisan dalam berkomunikasi. Menurut Machsun Rifauddin (2016) dalam menggunakan media sosial diharapkan mampu membedakan obrolan yang bersifat pribadi dan publik, hal ini dilakukan untuk menghindari kejahatan yang tidak diinginkan. Menurut Wahyudin dan Karimah (2016) gambar yang mempunyai hak cipta tidak boleh ditiru. Selanjutnya Menurut Fahrimal (2018), jika terjadi perdebatan dalam menggunakan media sosial maka sebaiknya dilakukan diskusikan bukan menyerang langsung di media sosial, jangan sampai kita membuat keterangan dan batasi diri sendiri untuk memilih postingan dimana yang harus diposting dan tidak harus diposting karena sesungguhnya tidak ada kebebasan yang mutlak dan kebebasan berpendapat mutlak di media sosial.

Berdasarkan hasil analisis isi yang dilakukan oleh penulis, terdapat gambaran dalam penerapan etika Penerapan etika menghargai privasi orang lain sangat baik penerapannya hal ini dibuktikan tidak adanya menuduh dan menyerang secara pribadi dalam grup, tidak menyebarkan informasi yang sifatnya privasi dan tidak adanya bullying dalam grup. namun dalam memperhatikan waktu masih dan menspam dalam grup masih kurang penerapannya.

### Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan terkait penerapan

etika dalam menggunakan media sosial terutama media sosial whatsapp grup PPKn 16 bahwasanya dapat disimpulkan 1) Penerapan etika berkomunikasi yang santun dalam menggunakan media sosial dimedia sosial WhatsApps grup oleh mahasiswa PPKN tahun masuk 2016 sudah sangat baik, hal ini dibuktikan berdasarkan hasil analisis terlihat ketika menyampaikan salam atau sapaan ketika memulai pembicaraan, mengucapkan kata terimakasih setelah mendapatkan informasi dan memberikan respon ketika bertanya. 2) Penerapan etika memberikan informasi secara bijak sangat baik ini hal ini terbukti dari memberikan informasi dari sumber terpercaya, tidak menyebarkan konten yang bersifat pornografi, memberikan informasi positif, tidak mmberikan informasi yang memicu terjadinya konflik, tidak menyebarkan informasi yang bersifat SARA, serta tidak adanya plagiat atas hak kekayaan intelektual orang lain.3) Penerapan etika menghargai privasi orang lain sangat baik penerapannya hal ini dibuktikan tidak adanya menuduh dan menyerang secara pribadi dalam grup, tidak menyebarkan informasi yang sivatnya privasi dan tidak adanya bullying dalam grup.

#### Daftar Pustaka

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJI) (2018). *Penetrasi dan Profile Perilaku Pengguna Internet Indonesia*. <https://apji.or.id/survei>
- Dewi, M. S. R. (2019). *Islam dan etika bermedia (kajian etika komunikasi netizen di media sosial instagram dalam perspektif islam)*. *Research Fair Unisri*, 3(1).
- Fahrimal, Y. (2018). *Netiquette: Etika Jejaring Sosial Generasi Milenial dalam Media Sosial*. *Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan*, 22(1), 69-78.
- Martono, N. (2010). *Metode penelitian kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. RajaGrafindo Persada.
- Mutiah, T., Albar, I., Fitriyanto, A. R., & Rafiq, A. (2019). *Etika Komunikasi dalam menggunakan Media Sosial*.
- Prasanti, D., & Indriani, S. S. (2017). *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*, 10(1), 21-34.
- Rifauddin, M. (2016). *Fenomena cyberbullying pada remaja*. *Khizanah al-Hikmah: Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, dan Kearsipan*, 4(1), 35-44.
- Wahyudin, U., & El Karimah, K. (2017). *Etika Komunikasi di Media Sosial*. *PROSIDING KOMUNIKASI*, 1(2).
- We Are Social. (2019). *Internet , Media Sosial, Seluler, dan Prilaku E-Commerce*. <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>