

## **Penerapan Etika Komunikasi di Media Sosial (Analisis Isi Postingan Poster pada Aksi Demonstrasi Mahasiswa Indonesia Tahun 2019 Melalui Facebook)**

**Hikma Dhini, Al Rafni**

Prodi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan

FIS Universitas Negeri Padang

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

### **ABSTRAK**

*Artikel ini dilatar belakangi oleh pentingnya penerapan etika komunikasi di media sosial facebook oleh netizen. Artikel ini bertujuan untuk menjelaskan penerapan etika komunikasi di media sosial terhadap postingan poster pada aksi demonstrasi mahasiswa Indonesia tahun 2019 melalui facebook. Artikel ini menggunakan metode analisis isi (content analysis) dengan metode penelitian kualitatif. Objek yang peneliti gunakan adalah postingan poster pada aksi demonstrasi mahasiswa Indonesia tahun 2019 melalui facebook. Teknik pengumpulan data dalam artikel ini adalah studi dokumen. Adapun analisis data selama penelitian menggunakan model Miles and Huberman (1984) yang dibagi kedalam tiga aktivitas yaitu, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Penerapan etika komunikasi terhadap postingan poster pada aksi demonstrasi mahasiswa Indonesia tahun 2019 melalui facebook dapat dikelompokkan dalam tiga kategori etika komunikasi, pertama tidak berkata kasar, kedua tidak menyebarkan konten pornografi, ketiga beropini berdasarkan fakta. Implementasi nilai-nilai pancasila dalam mencegah pelanggaran etika komunikasi di media sosial terdapat pada sila pertama, sila kedua, sila ketiga, dan sila keempat.*

**Kata Kunci: Etika Komunikasi, Media Sosial, Pancasila**

### **ABSTRACT**

*This article is motivated by the importance of applying netiquette on social media facebook by netizens. This article aims to explain the application of netiquette on social media to poster postings at the 2019 Indonesian student demonstrations via facebook. This article uses a content analysis method with qualitative research methods. The object that the researcher uses is posting posters at the 2019 Indonesian student demonstrations via facebook. The data collection technique in this article is document study. The data analysis during the study used the Miles and Huberman (1984) model which was divided into three activities, namely, data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of the study show that, the application of netiquette to poster postings at the 2019 Indonesian student demonstrations via facebook can be grouped into three categories of netiquette, first not to say rude words, second not to spread pornographic content, and third to opinion based on facts. The implementation of Pancasila values in preventing violations of netiquette on social media is contained in the first precepts, second precepts, third precepts, and fourth precepts.*

**Keywords:** *communication ethics, social media, Pancasila*



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.  
©2021 by author.

Received: Jul 28 2021

Revised: Dec 13 2021

Accepted: Dec 13 2021

## PENDAHULUAN

Perubahan peradaban mengakibatkan banyak orang menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi. Media sosial yang biasa digunakan diantaranya adalah WhatsApp, Instagram, Twitter, dan Facebook. Namun, dalam penelitian ini, peneliti menemukan masalah etika komunikasi di media Facebook. Para pengguna media sosial umumnya memposting sesuatu dan saling memberikan komentar yang seharusnya memperhatikan etika yang baik dan benar. Tetapi, fakta di lapangan membuktikan bahwa komunikasi yang diasumsikan di media sosial kurang efektif karena sering melanggar etika komunikasi di media sosial. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Ditha Prasanti (2017) bahwa netizen pada media sosial Facebook, BBM, dan WhatsApp tidak memperhatikan etika komunikasi dalam media sosial (Prasanti 2017). Etika komunikasi di media sosial tertuang dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Etika secara umum adalah niat, apakah perbuatan itu boleh dilakukan atau tidak sesuai pertimbangan niat baik atau buruk sebagai akibatnya (Purwatiningsih: 2020). Sedangkan komunikasi menurut Effendy (2009) “proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk

memberitahu, mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara lisan (langsung) ataupun tidak langsung (melalui media)”. Dengan demikian etika komunikasi adalah norma, nilai, atau ukuran tingkah laku baik dalam kegiatan komunikasi di suatu masyarakat (Purwatiningsih 2020: 255). Menurut Rifauddin ada beberapa etika yang perlu diterapkan dalam menggunakan media khususnya facebook (Rifauddin 2016: 42) yaitu:

- a. Hindari konten yang berbau pornografi yang dapat mengganggu suku, agama, ras dan antargolongan (SARA) dalam bentuk tulisan, gambar, maupun video agar tidak menyinggung pihak-pihak tertentu.
- b. Sebelum memposting dan berkomentar pastikan tidak menggunakan kata-kata kasar, sebaiknya menggunakan bahasa yang baik dan sopan.
- c. Harus mampu membedakan obrolan yang bersifat pribadi dan publik.
- d. Tidak sembarangan membagikan konten atau tautan sebelum di cek kebenarannya, termasuk dalam menggunakan hashtag atau mention, jangan mengcopy paste artikel atau gambar karena semuanya mempunyai hak cipta.
- e. Memahami konten dan maksud tulisan secara komprehensif dan tidak sepotong-

potong sebelum memberikan komentar.

Persoalan tentang etika komunikasi di media sosial telah banyak diteliti oleh orang, sehingga peneliti menggunakan penelitian terdahulu sebagai perbandingan dan tolak ukur untuk menganalisa penelitian ini. Penelitian yang dilakukan oleh Prasanti (2017) Purwatiningsih (2020), menunjukkan dalam berkomunikasi di media sosial harus memperhatikan setting waktu, isi pesan, dan komunikasi. Selanjutnya, Dewi (2019) Yuhdi Fahrimal (2018) Muhammad Irhamdi (2018) menemukan bahwa etika komunikasi yang baik di media online tidak menggunakan kata-kata brutal, kata-kata provokatif, hiburan seksual atau SARA, jangan menyebar hoaks, dan tidak plagiat.

Penelitian yang peneliti lakukan berbeda dengan penelitian-penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya dilakukan di media sosial facebook dengan fokus penelitian melihat kata-kata yang terdapat pada postingan poster dan komentar netizen yang tidak menerapkan etika komunikasi. Dengan demikian peneliti tertarik meneliti ini untuk mengetahui bagaimana sebenarnya penerapan etika komunikasi di media sosial melalui pendekatan analisis isi (*content analysis*) terhadap postingan poster dan komentar netizen pada aksi demonstrasi mahasiswa Indonesia tahun 2019 melalui facebook dengan judul "Penerapan Etika Komunikasi Di Media Sosial (Analisis Isi Terhadap Postingan Poster Dan Komentar Netizen Pada Aksi Demonstrasi Mahasiswa Indonesia Tahun 2019 Melalui Facebook)".

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian analisis isi (*content analysis*) dengan metode penelitian kualitatif. Adapun fokus dalam penelitian ini adalah peneliti fokus pada kata-kata yang ada pada postingan poster dan komentar netizen pada aksi demonstrasi mahasiswa Indonesia tahun 2019 melalui facebook. Penelitian ini dilakukan pada media sosial facebook. Penelitian ini dilakukan pada akhir April sampai akhir Juli 2021.

Objek yang peneliti gunakan adalah postingan poster dan komentar netizen pada aksi demonstrasi mahasiswa Indonesia tahun 2019 melalui facebook. Dengan mencari kata kunci #TolakRUUKUHP #TolakRKUHP #TolakRevisiUUKPK #SahkanRUUPKS. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah studi dokumen.

Adapun analisis data selama penelitian menggunakan model Miles and Huberman (1984) yang dibagi kedalam tiga aktivitas, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan yang terdapat dalam buku (Sugiyono 2012: 246-253), (Bungin 2012 : 69-70), (Gunawan 2015: 210-212).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Penerapan Etika Komunikasi pada Postingan Poster di Media Facebook

Etika berasal dari bahasa Yunani, dimana bentuk tunggalnya *ethos* yang berarti adat atau kebiasaan. Bentuk

jamaknya *ta etha* yang artinya adat kebiasaan (Bertens 2004 : 4). Sehingga etika merupakan sebuah teori tentang perbuatan manusia, yang ditimbang menurut baik dan buruknya. Dengan demikian etika komunikasi adalah ilmu yang memperhatikan baik buruknya cara berkomunikasi manusia. Etika komunikasi tentu akan berbicara tentang penyampaian bahasa, dan implementasi dapat dilihat dari kesantunan dalam berkomunikasi.

Etika tidak hanya berada pada perilaku manusia tetapi juga sangat penting untuk dihadirkan dalam komunikasi, baik itu komunikasi secara langsung atau komunikasi dengan menggunakan media sosial. Didalam menggunakan media sosial facebook sebagai media komunikasi yang bersifat massa dengan berbagai macam dimensi sosial budaya maupun agama maka kehadiran etika komunikasi menjadi suatu keharusan bagi pengguna facebook.

Selanjutnya hasil temuan Ditha Prasanti (2017) komunikasi yang dilakukan dalam media sosial tidak selalu memakai bahasa yang baku hal ini menyebabkan banyaknya pengguna media sosial mengabaikan aspek nilai, norma dan etika berkomunikasi. Menurut hasil penelitian Muhamad Irhamdi (2018) menunjukkan bahwa didalam media sosial khususnya facebook banyak sekali dijumpai kata-kata bahkan gambar atau video yang sangat jauh dari kata bermoral.

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan, peneliti menemukan rata-rata netizen tidak menerapkan etika komunikasi pada postingan poster di media sosial facebook. Jika diukur dengan etika normatif yang

berarti etika berusaha mencari ukuran umum bagi baik dan buruknya tingkah laku manusia. Maka dapat dinilai penerapan etika komunikasi pada postingan poster di media sosial bernilai buruk karena sedikit netizen yang memperhatikan etika komunikasi di media sosial terbukti dari 21 postingan poster, 1 poster termasuk kategori positif dan 21 poster masuk kategori negatif. Sejalan dengan hasil penelitian yang peneliti lakukan, yang juga telah diuraikan di dalam pembahasan khusus dari penulisan ini, maka berikut ini pembahasannya:

#### *Tidak berkata kasar*



Gambar 1. Poster Berkata Kasar

Komunikasi yang dilakukan dalam media sosial tidak selalu memakai bahasa yang baku atau bahasa yang sesuai dengan ejaan yang disempurnakan (EYD) bahasa Indonesia. Hal ini menyebabkan banyaknya pengguna media sosial mengabaikan aspek nilai, norma dan etika berkomunikasi. Etika komunikasi dikatakan kasar apabila menggunakan kata-kata yang tidak pantas diucapkan dan dapat menyinggung perasaan orang lain. hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tuty Mutiah, dkk (2019) mengungkapkan bahwa netizen dalam menggunakan media

sosial sebagian besar memposting konten menggunakan kata kasar, provokatif, porno ataupun SARA serta bahasa pada media sosial tidak menggunakan bahasa yang baku, dan masih banyak ditemukan kata-kata kasar.

Oleh karena itu, sebaiknya pengguna media sosial harus memilah terlebih dahulu kata-kata yang digunakan sebelum memposting atau berkomentar. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Ditha Prasanti (2017) yang mengatakan bahwa etika komunikasi yang baik dalam media sosial adalah jangan menggunakan kata-kata kasar dan provokatif.

Sejalan dengan penelitian ini, berdasarkan dari analisis isi yang peneliti lakukan, peneliti menemukan semua postingan poster menggunakan kata-kata kasar dalam komunikasi di media sosial. Hal ini terbukti dengan bahasa dan kata-kata yang digunakan dalam berkomunikasi di media sosial. Seperti kalimat “bajingan panas banget cuk”, “asline mager pol, tapi piye meneh? DPRe pokok” seharusnya kata-kata tersebut tidak ditulis dan diposting di media sosial karena dalam bermedia sosial kita harus memperhatikan nilai, norma dan etika komunikasi di media sosial. Sebaiknya ditulis menjadi “hari ini panas ya kawan-kawan”, “demi bangsa dan negara saya rela keluar dari zona nyaman”. Sehingga kalimat ini layak untuk diposting di media sosial karena menggunakan kata-kata yang sopan dan tidak menggunakan kata-kata kasar dalam komunikasi di media sosial.

Berdasarkan pembahasan diatas penelitian ini sejalan dengan

penelitian yang telah dilakukan oleh Tuty Mutiah, dkk (2019) dan Ditha Prasanti (2017) bahwa dalam penelitian ini, rata-rata netizen dalam berkomunikasi di media sosial tidak memperhatikan etika komunikasi. Sehingga banyak netizen yang menggunakan kata-kata kasar di media sosial, sebaiknya gunakan kata-kata yang sopan di media sosial.

#### *Tidak menyebar konten pornografi*



Gambar 2. Poster Pornografi

Pornografi merupakan hal yang berbau asusila. Pornografi dikategorikan sebagai sesuatu yang bersifat tidak sopan dan bisa menimbulkan gairah seksual. Pornografi menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2008 tentang pornografi dalam BAB 1 Pasal 1 disebutkan “Pornografi adalah gambar, sketsa, ilustrasi, foto, tulisan, suara, bunyi, gambar bergerak, animasi, kartun, percakapan, gerak tubuh, dan bentuk pesan lainnya melalui berbagai bentuk media komunikasi atau pertunjukan di muka umum, yang memuat kecabulan atau eksploitasi seksual yang melanggar norma kesusilaan dalam masyarakat”.

Menurut Ditha Prasanti (2017) hasil penelitiannya menunjukkan netizen pada media sosial Facebook, BBM, dan WhatsApp tidak memperhatikan etika komunikasi

dalam media sosial sehingga banyak Ibu-ibu PKK yang tersinggung dan tidak nyaman menggunakan media sosial. Hal ini disebabkan karena banyak pengguna media sosial yang membagikan konten bersifat pornografi baik dalam bentuk tulisan dan gambar di media sosial facebook. Sehingga sangat mengganggu pengguna media sosial lainnya karena tidak memperhatikan etika komunikasi di media sosial.

Berdasarkan hasil analisis isi yang peneliti lakukan, terlihat bahwa netizen tidak menghindari konten yang berbau pornografi dalam bentuk tulisan di media sosial. Hal ini terbukti dengan banyaknya peneliti menemukan postingan poster yang berkaitan dengan konten pornografi. Salah satu contohnya adalah "Pelemahan KPK mengalahkan lemah syahwat pacarku", "Bapak DPR sibuk mengurus RUU! Sampai lupa link bokep terbaru". Kutipan tersebut sangat jelas termasuk kategori negatif karena berbau pornografi. Postingan tersebut termasuk postingan yang tidak menerapkan etika komunikasi menghindari konten yang berbau pornografi di media sosial. Sebaiknya kata-kata tersebut ditulis menjadi "Kalau KPK lemah maka negara ini juga akan ikut lemah", "Bapak DPR dalam membuat RUU tolong memperhatikan kebutuhan dan tuntutan masyarakat" sehingga kalimat ini layak untuk diposting di media sosial karena menghindari konten yang berbau pornografi di media sosial.

Berdasarkan pembahasan diatas penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ditha Prasanti (2017), pada penelitian ini netizen tidak memperhatikan etika

komunikasi di media sosial sehingga ada konten yang berbau pornografi di media sosial facebook dimana etika komunikasi yang baik di media sosial adalah tidak memposting konten yang berbau pornografi dan kecabulan baik dalam bentuk tulisan, gambar dan ilustrasi sebaiknya dihindari, kita harus tahu bagaimana etika komunikasi di media sosial.

### ***Beropini Berdasarkan Fakta***



Gambar 3. Poster Beropini

Pada umumnya media sosial memberikan kemudahan bagi para penggunanya. Namun disisi lain media sosial juga dapat mendatangkan malapetaka bagi penggunanya jika tidak dipergunakan secara bijaksana. Malapetaka yang dimaksud apabila netizen memposting postingan yang bersifat opini yang tidak baik dan tidak berpijak pada fakta sebenarnya, maka akan mendatangkan malapetaka baik bagi diri sendiri maupun bagi orang lain. Menurut Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI (2014) Beropini dan mengeluarkan pendapat harus berpijak pada fakta sebenarnya dan data yang sah (Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI 2014 : 50).

Salah satu kekuatan atau kelebihan dari media sosial adalah adanya kebebasan bagi pengguna untuk mengeluarkan pendapat tanpa ada filter atau gerbang penjaga. Manfaatkan kelebihan itu dengan hati-hati agar opini yang kita sampaikan tidak memicu perselisihan hukum karena memuat konten yang tidak sesuai fakta dan tidak valid datanya. Sedapat mungkin kita menunjukkan fakta dan data yang kuat dalam komentar dan opini-opini yang keluar.

Berdasarkan hasil analisis isi yang peneliti lakukan, terlihat bahwa masih sedikit netizen yang beropini dan mengeluarkan pendapat di media sosial berpijak pada fakta sebenarnya. Hal ini terbukti dengan banyaknya peneliti menemukan postingan poster yang berkaitan dengan opini yang tidak berpijak pada fakta sebenarnya seperti “penjara koruptor lebih mewah dari kost gue”, “musuh kita bukan suku dan agama yang berbeda tapi kekuasaan yang menindas” opini ini tidak berpijak pada fakta sebenarnya karena tidak didukung dengan data yang sah.

Berdasarkan pembahasan di atas dapat peneliti nilai bahwa rata-rata netizen tidak menerapkan etika komunikasi yang sudah dibuat oleh Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI (2014) terbukti dengan banyaknya netizen memposting sesuatu di media sosial yang tidak berdasarkan data dan fakta yang sah.

### **Implementasi Nilai-nilai Pancasila dalam Mencegah Pelanggaran Etika Komunikasi di Media Sosial**

Dalam mencegah perilaku atau tindakan pelanggaran etika

komunikasi di media sosial, upaya-upaya yang menyentuh semua aspek kehidupan berbangsa dan bernegara bukan lagi persoalan lokal melainkan permasalahan nasional. Pencegahan pelanggaran etika komunikasi dapat dicegah dengan menerapkan nilai-nilai Pancasila baik dalam kehidupan nyata ataupun media sosial. Didalam Pancasila terdapat butir-butir yang harus diteladani, setiap butir-butirnya memiliki arti penting yang menekankan kepada rakyat Indonesia untuk mengamalkan Pancasila di dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara (Mawardi 2017 : 41-42).

Di era reformasi, nilai-nilai Pancasila yang mulai ditinggalkan netizen perlu direvitalisasi, sedangkan segala bentuk pelanggaran etika komunikasi harus di minimalisir. Cara meminimalisir yang paling utama dapat dilakukan adalah melalui implementasi nilai-nilai Pancasila secara utuh, mulai dari tahap sosialisasi, pemahaman, implementasi sampai ke aktualisasi Pancasila. Dengan adanya pemahaman, penghayatan, implementasi sampai aktualisasi Pancasila maka pelanggaran etika komunikasi bisa diminimalisir, karena etika komunikasi netizen jauh dari nilai-nilai Pancasila yang ada di negara kita ini.

H. Ahmad, M. dkk (2007) menyatakan di zaman serba modern dan reformasi saat ini pengimplementasian Pancasila sangat dibutuhkan terutama untuk menjaga eksistensi bangsa Indonesia dan hal ini sangat diperlukan oleh seluruh masyarakat Indonesia terutama pada generasi muda (Sukmana 2021 : 131). Jika dianalisis pelanggaran etika

komunikasi pada postingan poster dan komentar netizen bernilai buruk karena hanya sedikit pengguna media sosial yang menerapkan etika komunikasi di media sosial, postingan poster yang menerapkan etika komunikasi berjumlah 5%, postingan yang tidak menerapkan etika komunikasi berjumlah 95%, sedangkan komentar yang pro dengan poster mahasiswa yang tidak sesuai etika berjumlah 90%, yang kontra dengan poster mahasiswa berjumlah 10%.

Jika dinilai penerapan komunikasi pada postingan poster di media sosial facebook tidak ada atau tidak baik, dan banyak netizen yang tidak mempermasalahkan hal tersebut, ini sangat memprihatinkan. Pengguna media sosial saat ini telah menyalahi nilai-nilai Pancasila, terutama dalam sila pertama, kedua, ketiga dan keempat. Adapun yang menjadi perhatian terhadap nilai-nilai Pancasila dalam etika komunikasi adalah :

#### **Sila pertama,**

Ketuhanan Yang Maha Esa ini mampu dilaksanakan dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Tentunya, postingan dan komentar netizen yang tidak sesuai dengan norma-norma agama dapat dihindari. Pancasila memuat makna keberagaman dan kebersamaan yang dapat mencegah postingan yang tidak sesuai dengan nilai-nilai agama.

#### **Sila kedua,**

Kemanusiaan yang adil dan beradab. Sila kedua ini menekankan bahwa setiap warga negara harus selalu menghargai harkat dan martabat orang lain, tidak boleh berbuat tercela menghina atau bahkan melakukan ancaman atau teror, penerapan konten di media sosial

yang baik adalah jangan menyerang pribadi seseorang secara langsung. Harkat dan martabat manusia harus dijunjung dengan cara yang adil dan beradab. Pengakuan atas harkat dan martabat kemanusiaan yakni kedudukan dan derajat yang sama. dimana dapat diterapkan dengan mengembangkan sikap saling mencintai sesama manusia, mengembangkan sikap saling tenggang rasa, mengembangkan sikap tidak semena-mena terhadap orang lain, menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan, berani membela kebenaran dan keadilan lewat poster-poster yang memiliki nilai-nilai Pancasila yang mengedukasi pengguna media sosial.

#### **Sila ketiga,**

Persatuan Indonesia, upaya merajut rasa kebangsaan dan cara mengatasi persoalan penerapan etika komunikasi harus dipertegas dengan mengimplementasikan sila ketiga Pancasila dalam kehidupan berbangsa dan bernegara, sehingga penerapan etika komunikasi dapat diatasi dengan menggunakan pemahaman atas sila ketiga, yakni mengedepankan rasa kebangsaan bersama untuk persatuan dan kesatuan di antara warga negara Indonesia.

#### **Sila Keempat,**

Kerakyatan Yang Dipimpin Oleh Hikmat Kebijaksanaan Dalam Permusyawaratan/Perwakilan, diwujudkan tidak boleh memaksakan kehendak kepada orang lain lewat postingan dan komentar di media sosial, mengutamakan musyawarah dalam mengambil keputusan untuk kepentingan bersama, harus menghormati pemimpin, musyawarah untuk mencapai mufakat diliputi oleh semangat kekeluargaan.

Dengan demikian, ditengah maraknya postingan poster dan komentar netizen di media sosial facebook yang tidak sesuai etika komunikasi dimana konten tersebut melanggar nilai-nilai pancasila, maka mahasiswa, masyarakat dan pihak kepolisian diharapkan dapat bekerja sama agar nilai-nilai pancasila dapat diterapkan dalam kehidupan berbangsa dan bernegara khususnya di ranah media sosial. Dampaknya citra mahasiswa dimata publik menjadi tidak baik, karena postingan poster, komentar netizen terhadap aksi demonstrasi mahasiswa tidak sesuai dengan etika komunikasi dan jauh dari nilai-nilai pancasila, agama dan sosial budaya dimana kita harus menghormati pemimpin dan menghormati nilai-nilai pancasila dan norma yang ada di negara ini.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan terkait penerapan etika komunikasi di media sosial facebook, dapat disimpulkan bahwa penerapan etika komunikasi terhadap postingan poster pada aksi demonstrasi mahasiswa Indonesia tahun 2019 melalui facebook dapat dikelompokkan dalam tiga kategori etika komunikasi, pertama tidak berkata kasar, kedua tidak menyebarkan konten pornografi, ketiga beropini berdasarkan fakta. Implementasi Nilai-nilai pancasila dalam mencegah pelanggaran etika komunikasi di media sosial terdapat pada Sila Pertama, Sila Kedua, Sila ketiga dan, Sila Keempat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bertens, K. 2004. *Etika*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.
- Bungin, Burhan. 2012. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Gunawan, Imam. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mawardi, Imam. 2017. "Pancasila Sebagai Landasan Karakter Pemimpin Menuju Perubahan Ideal." *Pendidikan Pancasila Kewarganegaraan dan Hukum* 1(1).
- Prasanti, Ditha. 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." *Komunikasi* 10(01).
- Purwatiningsih, Sri Desti. 2020. "Etika Komunikasi Dalam Penggunaan Media Sosial Facebook Sebagai Sarana Media Interaksi." *Ikona* XXVI(3).
- Rifauddin, Machsun. 2016. "Fenomena Cyberbullying Pada Remaja (Studi Analisis Media Sosial Facebook)." : 35-44.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmana, Salshabila Febrianti. 2021. "Pengimplementasian Nilai

Pancasila Dalam Kehidupan Sosial Dan Budaya Di Indonesia." *Journal Of Education, Psychology And Counseling* 3(1).

Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan Ri. 2014. *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk*

*Kementerian Perdagangan RI.*  
Jakarta: Pusat Hubungan Masyarakat.