

Persoalan-persoalan Etika Pengguna Instagram Dalam Berkomunikasi

Steven Willian; Miftahul Afwa; Bastian Kornellius; Markus Efraim; Darryl Nathanael, Universitas Pradita, darryl.nathanael@student.pradita.ac.id

ABSTRACT: Interacting or communicating with cyberspace is not limited by space and time. But even so, it would be nice if you still pay attention to good ethics in communicating or interacting in cyberspace. Often social media users, especially in this research Instagram social media, ignore the ethics that apply in society, intentionally or unintentionally. One of the ethical issues that is often overlooked is the use of harsh words in comments. This is a very common problem among young people today, and is often seen as a joke. This study aims to find out how many users of the Instagram social media application commit violations by alluding to ethical issues that generally occur in society, especially the area in Tangerang. The author conducted a literature study regarding the ethical issues of users of the Instagram social media application in communicating which was then supported by a survey in the form of a questionnaire as supporting data for theory or as validity. The results of this study indicate that there are still many Instagram application users who have not applied ethics in communicating on social media. The author hopes that this research can be useful and assist prospective researchers in conducting further research on similar topics of discussion, as well as readers in their efforts to apply ethics in communicating on social media.

KEYWORDS: Ethics, Communication, Instagram, Social Media, Tangerang.

ABSTRAK: Berinteraksi atau berkomunikasi dengan dunia maya memang tidak dibatasi ruang dan waktu. Namun meskipun demikian, alangkah baiknya jika tetap memperhatikan bagaimana etika yang baik dalam berkomunikasi atau berinteraksi di dunia maya. Seringkali pengguna media sosial, khususnya dalam penelitian ini media sosial Instagram, mengabaikan etika-etika yang berlaku dalam masyarakat, secara sengaja maupun tidak sengaja. Salah satu persoalan etika yang sering kali diabaikan adalah penggunaan kata kasar dalam berkomentar. Hal ini merupakan masalah yang sangat umum terjadi di kalangan anak muda zaman sekarang, serta sering kali dianggap sebagai guyonan dan candaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa banyak pengguna aplikasi sosial media Instagram yang melakukan pelanggaran dengan menyinggung persoalan etika yang umumnya terjadi di masyarakat, khususnya daerah pada Tangerang. Penulis melakukan studi literatur mengenai persoalan-persoalan etika pengguna aplikasi sosial media Instagram dalam berkomunikasi yang kemudian didukung dengan survei dalam bentuk kuesioner sebagai data pendukung teori atau sebagai validitas. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa masih banyak pengguna aplikasi Instagram yang belum menerapkan etika dalam berkomunikasi di media sosial. Penulis berharap bahwa penelitian ini dapat menjadi berguna dan membantu para bakal peneliti dalam

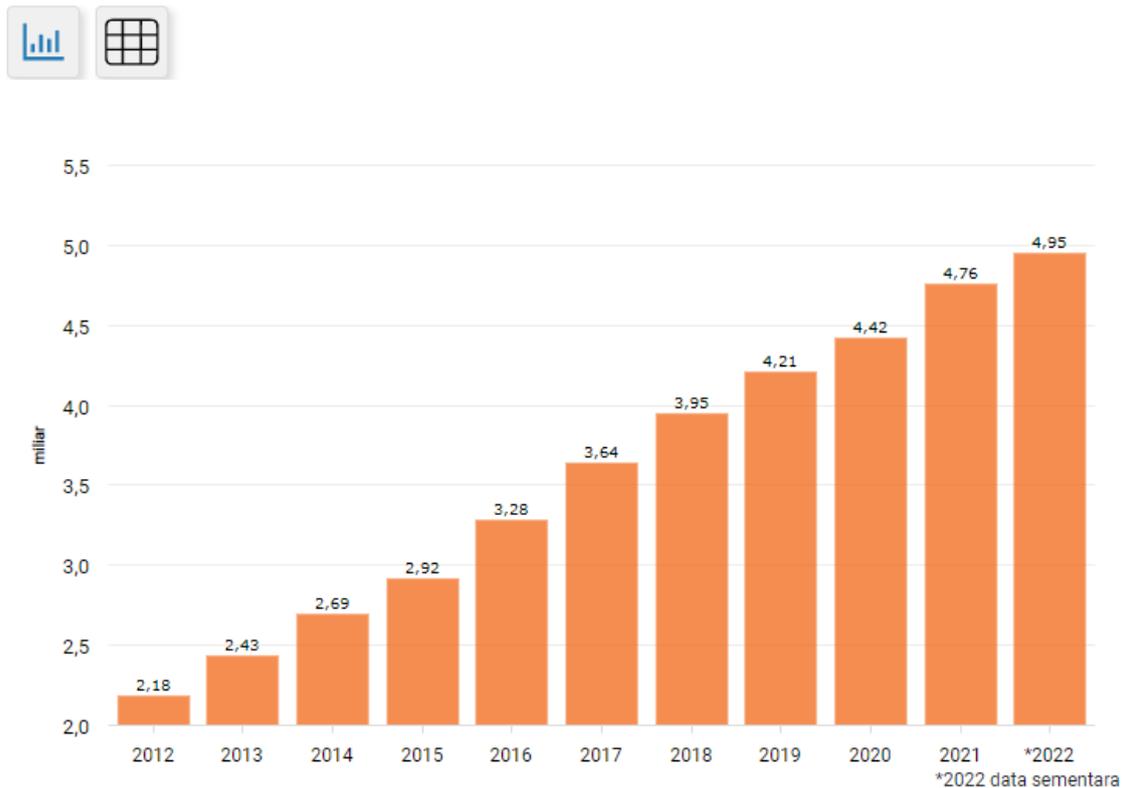
melakukan penelitian berikutnya terkait topik pembahasan yang serupa, dan juga para pembaca dalam upaya menerapkan etika dalam berkomunikasi di media sosial.

KATA KUNCI: Etika, Komunikasi, Instagram, Media Sosial, Tangerang.

I. PENDAHULUAN

Dewasa ini internet sudah digunakan dalam berbagai jenis kegiatan. Perkembangan internet yang sangat pesat menuntun masyarakat memasuki era yang sudah serba digital, yang mana pada era ini masyarakat dimudahkan dalam bertukar informasi. Salah satu sarana berinteraksi dengan sesama yang kerap digunakan masyarakat adalah media sosial. Menurut kompas.com (Oktober 8, 2021), dari 5,2 miliar warga Bumi yang memiliki ponsel, 4,5 miliar di antaranya terhubung ke internet, dan 3,8 miliar orang adalah pengguna aktif media sosial. Angka 3,8 miliar itu adalah 49 persen dari populasi penduduk Bumi, dan tumbuh 9 persen selama 2020. Dan menurut databoks.katadata.co.id (Februari 7, 2022), pengguna internet di Dunia Capai 4,95 Miliar Orang Per Januari 2022.

Jumlah Pengguna Internet di Dunia (2012 - 2022)



Dikutip dari sampoernauniversity.ac.id (Mei 7, 2022), fungsi utama dari media sosial adalah membangun ekosistem komunikasi yang baik bagi para pengguna tanpa batasan waktu dan geografi. Artinya seluruh orang di dunia dapat saling berkomunikasi, layaknya berkumpul

dalam satu tempat meski tak bertemu secara langsung. Dengan kata lain, media sosial hadir dengan tujuan agar interaksi antar penggunanya dapat saling menguntungkan. Namun sebaliknya, banyak ditemukan persoalan-persoalan etika dalam media sosial, seperti adanya *cyber bullying*, penyebaran hoax, pornografi, *cyber crime*, dan lain sebagainya.

Dalam berinteraksi di media sosial, masih banyak penggunanya yang mengabaikan etika di dalam berkomunikasi. Kebiasaan dalam menggunakan kata kurang santun yang masih sering ditemukan pada pengguna media sosial, khususnya Instagram. Tidak sedikit dari mereka menggunakan kata-kata kasar dalam komunikasi sehari-hari maupun pada media sosial, baik secara sengaja maupun tidak, dengan tujuan agar terlihat “gaul”. Selain kata-kata kasar, sering juga ditemukan banyaknya penggunaan kata bersifat sarkasme yang diutarakan oleh para pengguna media sosial untuk menyudutkan/memberikan ujaran kebencian terhadap suatu pihak tertentu dengan kata-kata yang terkesan tidak kasar.



Dilansir dari penelitian sebelumnya (referensi yang sarkasme), ditemukan bahwa masih banyaknya penggunaan kalimat sarkasme yang terjadi di media sosial. Disimpulkan bahwa terdapat banyak faktor yang mempengaruhi seseorang untuk akhirnya dapat mengucapkan kalimat sarkasme. Seperti ingin menunjukkan eksistensi diri, mengungkapkan ekspresi, komunikasi *nonface to face*, anggapan bahwa media sosial sebagai sarana yang bebas, maupun adanya kecenderungan menunjukkan sifat yang sama dengan perilaku asli orang tersebut.

Selain adanya penggunaan kata yang kurang santun, pelanggaran etika dalam berkomunikasi di media sosial juga kerap kali ditemukan

dalam bentuk praktik *cyberbullying* yang dilakukan oleh suatu oknum untuk menekan pihak tertentu. Korban dari praktik *cyberbullying* ini sendiri tidak sedikit, menurut Menteri Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan (Menko PMK), Muhadjir Effendy mengatakan bahwa setidaknya 45% dari anak di Indonesia telah menjadi korban dari praktik *cyberbullying* yang terjadi. *Cyberbullying* di media sosial, khususnya Instagram terjadi dalam bentuk unggahan foto dengan kata kasar, komentar dengan kata kasar, serta unggahan *instastory* dengan kata kasar yang merujuk pada pihak tertentu (referensi yang *cyberbullying*). Dampak dari perilaku *cyberbullying* yang terjadi tentunya bersifat negatif terhadap para korban. Korban merasakan menurunnya tingkat kepercayaan diri serta menjadi kurang fokus pada saat kegiatan pembelajaran maupun kegiatan sehari-hari.

Dilihat dari beberapa permasalahan etika di atas, ajaran bagaimana cara menjaga perilaku dan perbuatan dalam bermasyarakat harus diterapkan di media sosial, terutama Indonesia sebagai negara yang kaya akan budaya. Kemajuan teknologi menyebabkan mudahnya kebudayaan itu sendiri dan lunturnya norma-norma kesantunan dalam segala hal, sehingga memberikan pengaruh buruk bagi masyarakat Indonesia. Dalam undang-undang yang berlaku di Indonesia, terdapat lima pasal yang mengatur etika bermedia sosial, yaitu pasal 27 sampai pasal 30 UU ITE. Dapat disimpulkan bahwa etika berinteraksi dalam media sosial sangat ditekankan di negara ini. Tujuan utama artikel ilmiah ini adalah menganalisis dan mendeskripsikan persoalan-persoalan etika dalam berkomunikasi di media sosial khususnya yang dilakukan oleh generasi milenial. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pertimbangan oleh pembaca maupun calon peneliti tentang persoalan-persoalan etika yang berpotensi diabaikan dalam berkomunikasi atau berinteraksi di media sosial, khususnya dalam penelitian ini Instagram.

II. METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah studi literatur dengan data kualitatif berupa penjelasan secara deskriptif mengenai persoalan-

persoalan etika pengguna instagram yang kemudian didukung dengan survei dalam bentuk kuesioner yang disebarkan yang menerapkan pendekatan kuantitatif, yaitu metode campuran dari kualitatif dan kuantitatif sebagai data pendukung teori yang kemudian dianalisis menggunakan korelasi atau regresi sebagai validitas. Penulis melakukan pengumpulan data melalui penyebaran informasi lapangan menggunakan media Google Form. Terdapat total 15 pertanyaan dimana pada section 1 merupakan pertanyaan tentang data diri. kemudian di section 2 merupakan pertanyaan yang lebih spesifik, yaitu adat responden dalam menggunakan media awam dan hal yang wajib diperhatikan saat berkomunikasi menurut responden. Total responden sejumlah 44 orang. Setelah data disebar dan sudah terisi oleh responden, data kemudian diolah dengan menggunakan Microsoft Excel sebagai tools yang digunakan untuk mengolah data responden yang kemudian sesudah diolah akan dianalisis nantinya. Pendekatan analisis regresi dipergunakan untuk mengukur data yang diperoleh dari responden guna menemukan angka absolut pada hasil survei serta berita umum yang dilakukan. Yang akan dianalisis dalam bentuk regresi adalah statistik etika responden ketika menggunakan sosial media Instagram. Pendekatan analisis hubungan atau korelasi bermanfaat untuk mengukur seberapa kuat korelasi responden ketika menggunakan Instagram dalam konteks etika berkomunikasi untuk mendapatkan nilai pasti dari setiap korelasinya. Korelasi hubungan ini dapat memilih dampak etika berkomunikasi terhadap kehidupan sosial.

Karena etika begitu penting dalam dunia media sosial, banyak literatur yang berkembang dan diterbitkan berkaitan tentang etika dalam bersosial media. Instagram sebagai media komunikasi menjadi faktor penting dalam penelitian etika. etika berkomunikasi dalam sosial media salah satunya tanda baca, tanda baca akan mencerminkan kesopanan dalam berbahasa. disaat ingin berkomunikasi dengan seseorang harus memperhatikan tutur kata dan kalimat, selain ingin menyampaikan ide dan pemikiran seseorang harus tunduk pada norma - norma budaya. Supaya yang disampaikan mencerminkan kesantunan, [Uswatun, Ayu Tipa\(2020\)](#). Selain tanda baca terdapat juga postingan yang baik. dalam instagram semua orang dapat memposting tentang segala hal, akan tetapi

instagram seringkali menjadi media untuk menceritakan segala aktivitas yang bersifat pribadi, luapan emosi dalam bentuk tulisan atau foto dan seringkali melupakan etika dan norma yang ada, [Mutiah, Tuty\(2019\)](#).

III. HASIL

A. Persoalan-persoalan Etika Yang Berpotensi Diabaikan Dalam Berkomunikasi Di Sosial Media Instagram

Menurut Andia (2018) dan Corrie (2018), berikut adalah hal-hal yang seringkali dilanggar dalam berkomunikasi pada media sosial:

1. Pelanggaran Hak Cipta



Indonesia sebagai Negara hukum tentu sudah memiliki Undang-Undang Hak Milik Intelektual (HAKI) yakni Undang-Undang nomor 19 tahun 2002 perihal hak cipta. Pada pasal 1 ayat 1, dijelaskan bahwa Hak Cipta adalah hak eksklusif bagi Pencipta atau penerima hak untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya atau memberikan izin

untuk itu dengan tidak mengurangi pembatasan-pembatasan menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku. Dikutip dari Kompas.com (2021), pelanggaran hak cipta artinya pelanggaran hak tertentu dari pencipta seperti memperbanyak, menjual, serta memamerkan karya tanpa adanya izin yang berasal dari pencipta. Pada Undang-Undang Republik Indonesia no. 28 tahun 2014 juga diatur jenis-jenis aktivitas yang tidak melanggar hak cipta.

2. Cyber Bullying



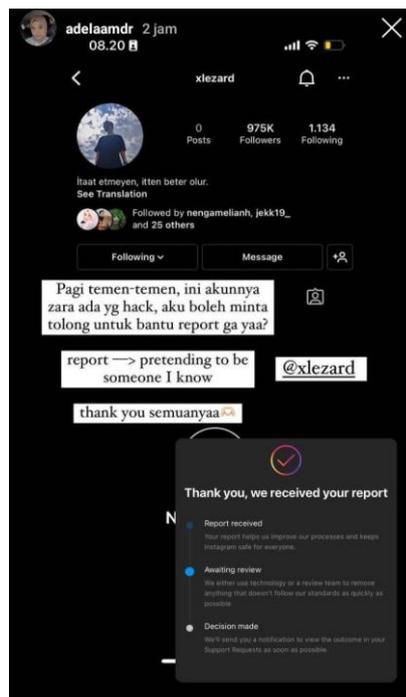
Cyber Bullying adalah kalimat yang bermakna mengganggu, mengusik terus-menerus, menyusahkan, membuat tidak nyaman seperti penghinaan, diskriminasi, pengungkapan informasi/konten yang bersifat privasi dengan maksud mempermalukan/komentar yang menghina, menyinggung secara vulgar (Andia, 2018).

3. Hoax



Dikutip dari Diskominfo Kabupaten Bandung, hoax merupakan informasi, kabar, berita yang palsu atau bohong. Pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), hoax diartikan menjadi informasi yang bohong. Hoax yaitu informasi yang dibuat-buat atau direkayasa buat menutupi informasi yang sebenarnya. Menggunakan istilah lain, hoax diartikan sebagai upaya pemutarbalikan liputan menggunakan informasi yang seolah-olah meyakinkan tapi tidak bisa diverifikasi kebenarannya. Berdasarkan UU ITE pasal 28 ayat (1), pelaku penyebar hoax adalah setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik.

4. *Illegal Content*



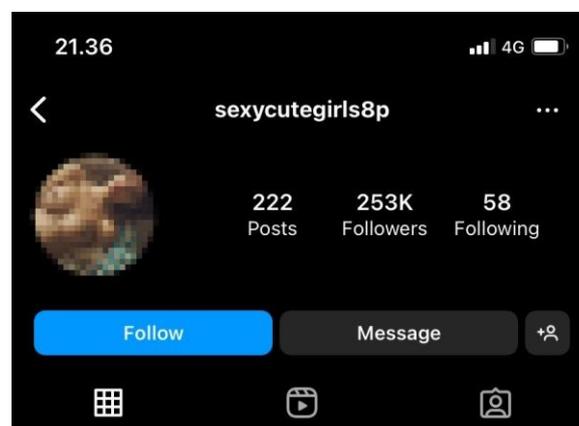
Cyber crime diatur dalam Undang-Undang Transaksi Elektronik nomor 8 Tahun 2011 sebagaimana telah diubah menjadi Undang-Undang nomor 19 Tahun 2016, (“UU ITE”) khususnya di pasal 27 sampai 30 tentang perbuatan yang tidak diperbolehkan. Lebih lanjut, hukum tentang hacking diatur dalam pasal 30 ayat (1), (2) dan (tiga) berkata bahwa:

4.1. dengan sengaja tanpa hak dan tanpa hak atau melawan aturan mengakses serta/ atau sistem elektronik orang lain dengan cara apapun.

4.2. dengan sengaja serta tanpa hak atau melawan hukum mengakses komputer serta / atau sistem orang lain dengan cara apapun untuk tujuan memperoleh informasi elektronik serta / atau dokumen elektronik.

4.3. menggunakan sengaja serta tanpa hak atau melawan aturan mengakses personal komputer dan / atau sistem elektronik dengan tujuan melanggar menerobos, melampaui, menjebol sistem pengamanan.

5. Pornografi



Menurut UU RI nomor 44 tahun 2008, pornografi adalah gambar, sketsa, ilustrasi, foto, tulisan, suara, bunyi, gambar bergerak, animasi, kartun, percakapan, gerak tubuh, atau bentuk pesan lainnya melalui berbagai bentuk media komunikasi serta / atau pertunjukan di muka umum, yang memuat kecabulan atau eksploitasi seksual yang melanggar norma kesusilaan pada rakyat. Pada pasal 4, tertulis bahwa setiap orang dilarang memproduksi, membuat, memperbanyak, menggandakan,

menyebarkan, menyiarkan, mengimpor, mengekspor, menawarkan, memperjualbelikan, menyewakan, atau menyediakan pornografi yang secara eksplisit memuat:

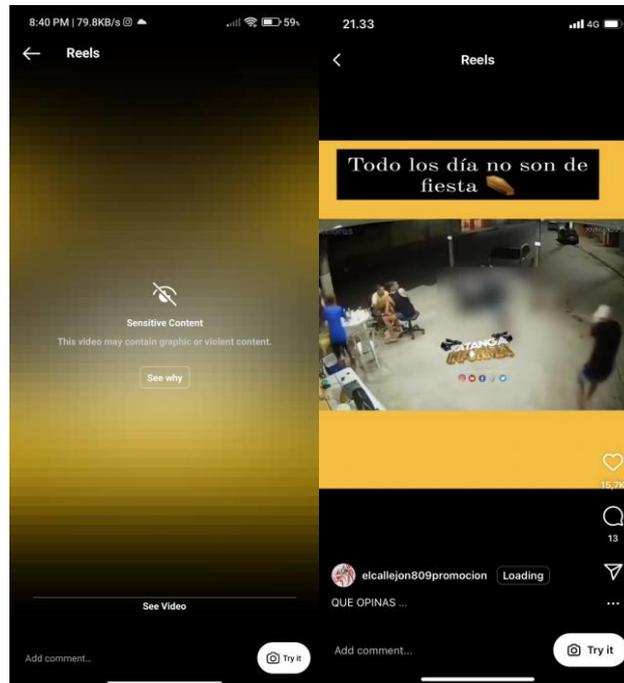
- 5.1. persenggamaan, termasuk persenggamaan yang menyimpang;
- 5.2. kekerasan seksual;
- 5.3. masturbasi atau onani;
- 5.4. ketelanjangan atau tampilan yang mengesankan ketelanjangan;
- 5.5. alat kelamin; atau
- 5.6. pornografi anak.

6. Ujaran Kebencian



Menurut UU ITE pasal 28 ayat (2), pelaku penyebar ujaran kebencian adalah setiap orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu serta/atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, serta antargolongan (SARA).

7. Adegan Kekerasan



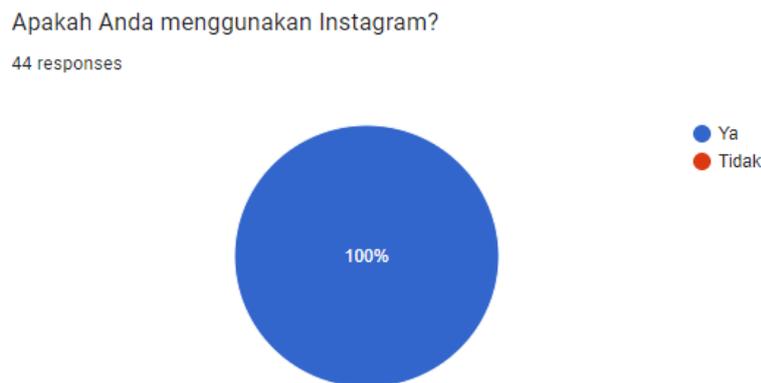
Dari Undang-undang nomor 33 tahun 2009 perihal perfilman melarang sebuah tayangan mengandung unsur kekerasan. Sebagaimana peraturan yang terdapat, penayangan unsur kekerasan yang tidak boleh yaitu pengambilan gambar yang dilakukan secara close up, medium close up serta extreme close up, melakukan perkelahian menggunakan senjata, baik itu senjata tajam, senjata tumpul, maupun senjata api. Melakukan tindakan fisik yang akan melukai lawan, serta menyebabkan luka berdarah-darah (Hani Astuti, 2018). Selain itu, peraturan mengenai penyiaran adegan kekerasan juga diatur dalam Pasal 36 ayat (5) UU 32/2002. Pasal 36 Ayat (5) mengatur bahwa isi siaran dilarang: bersifat fitnah, menghasut, menyesatkan, dan/atau berbohong; menonjolkan unsur kekerasan, cabul, perjudian, penyalahgunaan narkoba dan obat terlarang; atau mempertentangkan suku, agama, ras, dan antar golongan. Terdapat kata 'menonjolkan' di mana hal tersebut memiliki arti lebih banyak atau sering menurut KBBI. Hal ini menandakan bahwa, adegan kekerasan yang termasuk dalam pelanggaran adalah adegan kekerasan yang dilakukan dengan intensitas tinggi atau lebih mendominasi dalam penayangannya. Maka dapat disimpulkan, bahwa

adegan kekerasan yang dilakukan terus menerus atau berulang-ulang, dapat dikategorikan sebagai ‘menonjolkan’ adegan kekerasan.

B. Pengujian Teori Dengan Melakukan Penyebaran Kuesioner Sebagai Validasi

Untuk mendukung studi literatur, peneliti menyebarkan kuesioner untuk mengambil sampel data dalam bentuk data kuantitatif, dan berikut merupakan hasil dari kuesioner yang telah penulis lakukan:

Berdasarkan hasil pertanyaan berikut, keseluruhan 44 responden menyatakan mereka menggunakan Instagram. Visualisasi data dalam bentuk diagram lingkaran dapat dilihat pada Gambar 1.

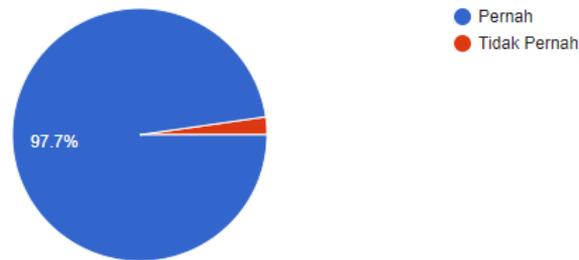


Gambar 1. Visualisasi Diagram Lingkaran dari Pertanyaan “Apakah Anda menggunakan Instagram”.

Berdasarkan hasil pertanyaan berikut, 43 dari 44 ,atau sebesar 97,1% responden menyatakan mereka pernah meninggalkan komentar atau menyebarkan unggahan kepada pengguna lain. Visualisasi data dalam bentuk diagram lingkaran dapat dilihat pada Gambar 2.

Apakah Anda pernah mengunggah foto atau video, meninggalkan komentar, dan menyebarkan unggahan kepada pengguna lain?

44 responses

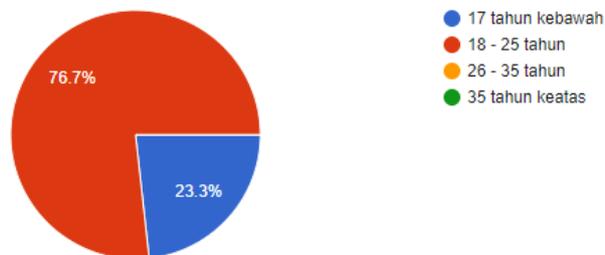


Gambar 2. Visualisasi Diagram Lingkaran dari Pertanyaan “Apakah Anda pernah mengunggah foto atau video, meninggalkan komentar, dan menyebarkan unggahan kepada pengguna lain?”

Berdasarkan hasil pertanyaan berikut, 33 dari 43 ,atau sebesar 76,7% responden berumur 18-25 tahun sedangkan 10 dari 43 atau 23,3% responden berumur 17 tahun. Visualisasi data dalam bentuk diagram lingkaran dapat dilihat pada Gambar 3.

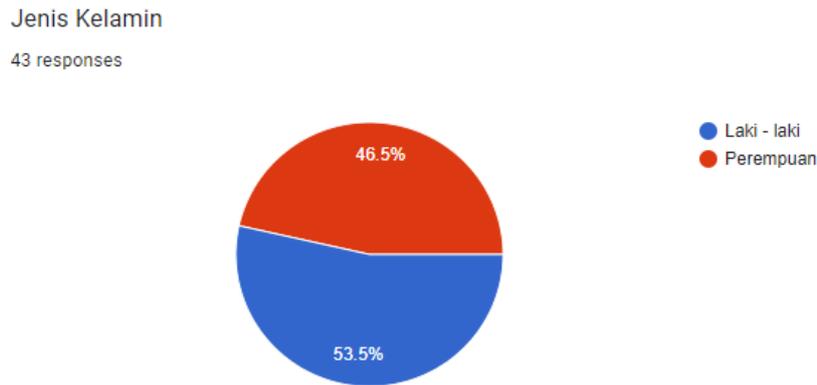
Umur

43 responses



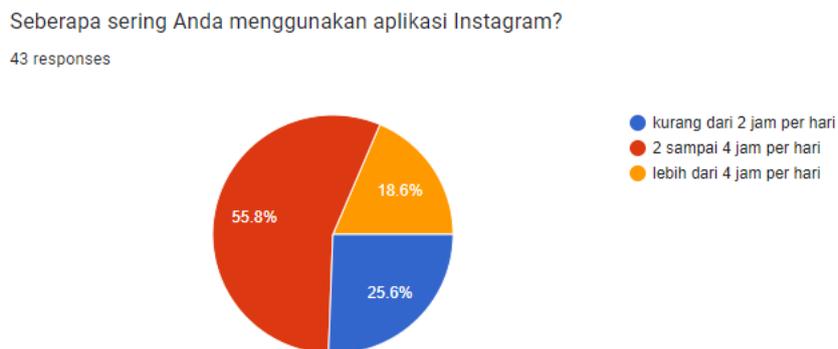
Gambar 3. Visualisasi Diagram Lingkaran dari Pertanyaan Mengenai Umur Responden.

Berdasarkan hasil pertanyaan berikut, 23 dari 43 atau sebesar 53,5% responden merupakan laki-laki sedangkan 20 dari 43 atau 46,5% responden merupakan perempuan. Visualisasi data dalam bentuk diagram lingkaran dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Visualisasi Diagram Lingkaran dari Pertanyaan Mengenai Jenis Kelamin dari Responden.

Berdasarkan hasil pertanyaan berikut, 11 dari 43 atau sebesar 25,6% responden menggunakan aplikasi Instagram selama kurang dari 2 jam per hari, 24 dari 43 atau sedangkan 20 dari 43 atau 55,8% responden menggunakan aplikasi Instagram selama 2 sampai 4 jam per hari, dan yang terakhir sebanyak 8 sampai 43 atau 18,6% responden menggunakan aplikasi Instagram selama lebih dari 4 jam per hari. Visualisasi data dalam bentuk diagram lingkaran dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Visualisasi Diagram Lingkaran dari Pertanyaan “Seberapa sering Anda menggunakan aplikasi Instagram?”

Berikut adalah pertanyaan-pertanyaan dalam bentuk linear scaling dengan penjelasan sebagai berikut:

- 1 = Tidak Pernah
- 2 = Jarang
- 3 = Cukup Sering

4 = Sering

5 = Sangat Sering

Berdasarkan hasil pertanyaan mengenai seberapa sering para responden mengunggah karya milik seseorang dalam bentuk foto atau video tanpa izin orang tersebut, 10 dari 43 atau sebesar 23,3% responden menyatakan tidak pernah melakukan hal tersebut, 22 dari 43 atau sebesar 51,2% responden menyatakan jarang melakukan hal tersebut, 9 dari 43 atau sebesar 20,9% responden menyatakan cukup sering melakukan hal tersebut, sedangkan masing-masing 1 dari 43 atau 2,3% responden menyatakan sering dan sangat sering melakukan hal tersebut. Visualisasi data dalam bentuk diagram lingkaran dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Visualisasi Diagram Lingkaran dari Pertanyaan “Selama menggunakan aplikasi Instagram, seberapa sering Anda mengunggah karya milik seorang dalam bentuk foto atau video tanpa izin orang tersebut?”

Berdasarkan hasil pertanyaan mengenai seberapa sering responden melihat ada yang mengunggah karya milik seseorang dalam bentuk foto atau video tanpa izin orang tersebut, 3 dari 43 atau sebesar 7% responden menyatakan tidak pernah melihat hal tersebut, 10 dari 43 atau sebesar 23,3% responden menyatakan jarang melihat hal tersebut, 12 dari 43 atau sebesar 27,9% responden menyatakan cukup sering melihat hal tersebut, 10 dari 43 atau sebesar 23,3% responden menyatakan sering melihat hal tersebut, sedangkan 8 dari 43 atau 18,6%

responden menyatakan sangat sering melihat hal tersebut. Visualisasi data dalam bentuk diagram lingkaran dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Visualisasi Diagram Lingkaran dari Pertanyaan “Selama menggunakan aplikasi Instagram, seberapa sering Anda melihat ada yang mengunggah karya milik seorang dalam bentuk foto atau video tanpa izin orang tersebut?”

Berdasarkan hasil pertanyaan mengenai seberapa sering responden melakukan praktik cyber bullying, 36 dari 43 atau sebesar 83,7% responden menyatakan tidak pernah melakukan hal tersebut, 5 dari 43 atau sebesar 11,6% responden menyatakan jarang melakukan hal tersebut, 1 dari 43 atau sebesar 2,3% responden menyatakan cukup sering melakukan hal tersebut, 1 dari 43 atau sebesar 2,3% responden menyatakan sering melakukan hal tersebut, sedangkan tidak ada responden yang menyatakan sangat sering melakukan hal tersebut. Visualisasi data dalam bentuk diagram lingkaran dapat dilihat pada Gambar 8.



Gambar 8. Visualisasi Diagram Lingkaran dari Pertanyaan “Selama menggunakan aplikasi Instagram, seberapa sering Anda melakukan praktik *cyber bullying*?”

Berdasarkan hasil pertanyaan mengenai seberapa sering responden melihat adanya praktik *cyber bullying* yang terjadi, 6 dari 43 atau sebesar 14% responden menyatakan tidak pernah melihat hal tersebut, 12 dari 43 atau sebesar 27,9% responden menyatakan jarang melihat hal tersebut, 11 dari 43 atau sebesar 25,6% responden menyatakan cukup sering melihat hal tersebut, 8 dari 43 atau sebesar 18,6% responden menyatakan sering melihat hal tersebut, sedangkan 6 dari 43 atau 14% responden menyatakan sangat sering melihat hal tersebut. Visualisasi data dalam bentuk diagram lingkaran dapat dilihat pada Gambar 9.



Gambar 9. Visualisasi Diagram Lingkaran dari Pertanyaan “Selama menggunakan aplikasi Instagram, seberapa sering Anda melihat adanya praktik *cyber bullying* yang terjadi?”

Berdasarkan hasil pertanyaan mengenai seberapa sering responden menggunakan aplikasi Instagram, seberapa sering responden melihat adanya praktik cyber bullying yang terjadi, 39 dari 43 atau sebesar 90,7% responden menyatakan tidak pernah melihat hal tersebut, 2 dari 43 atau sebesar 4,7% responden menyatakan jarang melihat hal tersebut, 2 dari 43 atau sebesar 4,7% responden menyatakan cukup sering melihat hal tersebut, sedangkan tidak ada responden yang menyatakan sering maupun sangat sering melihat hal tersebut. Visualisasi data dalam bentuk diagram lingkaran dapat dilihat pada Gambar 10.



Gambar 10. Visualisasi Diagram Lingkaran dari Pertanyaan “Selama menggunakan aplikasi Instagram, seberapa sering Anda memberikan komentar negatif atau ujaran kebencian pada unggahan foto atau video milik Anda maupun orang lain?”

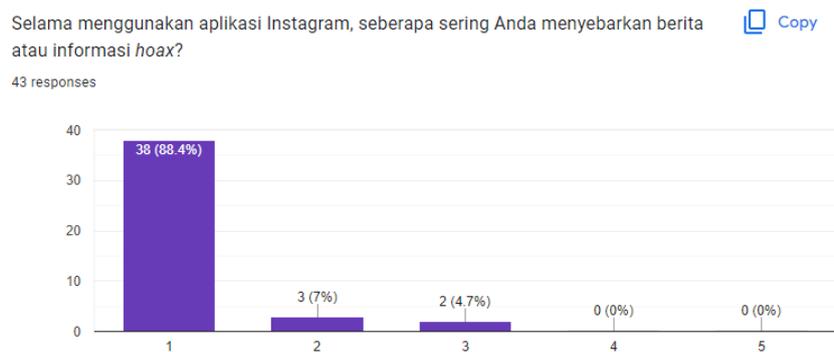
Berdasarkan hasil pertanyaan mengenai seberapa sering responden memberikan komentar negatif atau ujaran kebencian pada unggahan foto atau video milik responden maupun orang lain, 3 dari 43 atau sebesar 7% responden menyatakan tidak pernah melihat hal tersebut, 12 dari 43 atau sebesar 27,9% responden menyatakan jarang melihat hal tersebut, 12 dari 43 atau sebesar 27,9% responden menyatakan cukup sering melihat hal tersebut, 9 dari 43 atau sebesar 20,9% responden menyatakan sering melihat hal tersebut, sedangkan 7 dari 43 atau 16,3% responden menyatakan sangat sering melihat hal

tersebut. Visualisasi data dalam bentuk diagram lingkaran dapat dilihat pada Gambar 11.



Gambar 11. Visualisasi Diagram Lingkaran dari Pertanyaan “Selama menggunakan aplikasi Instagram, seberapa sering Anda melihat komentar negatif atau ujaran kebencian pada unggahan foto atau video milik Anda maupun orang lain?”

Berdasarkan hasil pertanyaan mengenai seberapa sering responden menyebarkan berita atau informasi hoax, seberapa sering Anda melihat adanya praktik cyber bullying yang terjadi, 38 dari 43 atau sebesar 88,4% responden menyatakan tidak pernah melihat hal tersebut, 3 dari 43 atau sebesar 7% responden menyatakan jarang melihat hal tersebut, 2 dari 43 atau sebesar 4,7% responden menyatakan cukup sering melihat hal tersebut, sedangkan tidak ada responden yang menyatakan sering maupun sangat sering melihat hal tersebut. Visualisasi data dalam bentuk diagram lingkaran dapat dilihat pada Gambar 12.



Gambar 12. Visualisasi Diagram Lingkaran dari Pertanyaan “Selama menggunakan aplikasi Instagram, seberapa sering Anda menyebarkan berita atau informasi hoax?”

Berdasarkan hasil pertanyaan mengenai seberapa sering responden menyebarkan berita atau informasi hoax, seberapa sering Anda melihat adanya praktik cyber bullying yang terjadi, 2 dari 43 atau sebesar 4,7% responden menyatakan tidak pernah melihat hal tersebut, 9 dari 43 atau sebesar 20,9% responden menyatakan jarang melihat hal tersebut, 17 dari 43 atau sebesar 39,5% responden menyatakan cukup sering melihat hal tersebut, 9 dari 43 atau sebesar 20,9% responden menyatakan sering melihat hal tersebut, sedangkan 6 dari 43 atau 14% responden menyatakan sangat sering melihat hal tersebut. Visualisasi data dalam bentuk diagram lingkaran dapat dilihat pada Gambar 13.



Gambar 13. Visualisasi Diagram Lingkaran dari Pertanyaan “Selama menggunakan aplikasi Instagram, seberapa sering Anda menemukan berita atau informasi hoax yang tersebar?”

Berdasarkan hasil pertanyaan mengenai seberapa sering Anda menemukan konten berbau pornografi, 13 dari 43 atau sebesar 30,2% responden menyatakan tidak pernah melihat hal tersebut, 14 dari 43 atau sebesar 42,6% responden menyatakan jarang melihat hal tersebut, 8 dari 43 atau sebesar 18,6% responden menyatakan cukup sering melihat hal tersebut, sedangkan masing-masing 4 dari 43 atau sebesar 9,3% responden menyatakan sering dan sangat sering melihat hal tersebut.

Visualisasi data dalam bentuk diagram lingkaran dapat dilihat pada Gambar 14.



Gambar 14. Visualisasi Diagram Lingkaran dari Pertanyaan “Selama menggunakan aplikasi Instagram, seberapa sering Anda menemukan konten berbau pornografi?”

Berdasarkan hasil pertanyaan mengenai seberapa sering responden menemukan konten yang berisi adegan kekerasan yang dilakukan, 6 dari 43 atau sebesar 14% responden menyatakan tidak pernah melihat hal tersebut, 21 dari 43 atau sebesar 48,8% responden menyatakan jarang melihat hal tersebut, 12 dari 43 atau sebesar 27,9% responden menyatakan cukup sering melihat hal tersebut, 3 dari 43 atau sebesar 7% responden menyatakan sering melihat hal tersebut, sedangkan 1 dari 43 atau 2,3% responden menyatakan sangat sering melihat hal tersebut. Visualisasi data dalam bentuk diagram lingkaran dapat dilihat pada Gambar 15.



Gambar 15. Visualisasi Diagram Lingkaran dari Pertanyaan “Selama menggunakan aplikasi Instagram, seberapa sering Anda menemukan konten yang berisi adegan kekerasan yang dilakukan?”

Berdasarkan hasil dari pertanyaan “Jika pernah, apa respons Anda saat melihat adanya praktik cyber bullying tersebut?”, sebanyak 27 dari 44 responden memberikan respon mereka. Mayoritas dari responden tidak melakukan apa-apa serta mengambil sikap yang tidak peduli dan memikirkan hal tersebut. Dan hasil dari pertanyaan “Jika pernah, apa respons Anda terhadap berita atau informasi hoax tersebut?”, sebanyak 30 dari 44 responden memberikan respon mereka. Mayoritas dari responden tidak melakukan apa-apa dan hanya membiarkannya saja, beberapa dari responden melaporkan konten tersebut, serta beberapa yang lainnya mencari lebih lanjut mengenai kebenaran dari konten tersebut. Selain itu juga hasil dari pertanyaan mengenai respon para responden terhadap konten pornografi yang mereka temukan menunjukkan bahwa terdapat sebanyak 30 dari 44 responden memberikan respon mereka. Mayoritas dari responden tidak memberikan tanggapan terhadap konten tersebut, serta beberapa dari responden juga melaporkan konten tersebut.

C. Analisis Data Statistik Menggunakan Regresi Untuk Mencari Korelasi

Hasil berupa data yang bersumber dari 44 orang responden di tahap data gathering yang sudah penulis lakukan, lalu penulis olah lebih lanjut. Penulis melakukan analisis menggunakan metode regresi dan korelasi menggunakan bantuan tool Microsoft Excel dengan tujuan melihat nilai korelasi secara matematis dari 2 variabel yang sudah penulis tentukan. Hasil dari pengolahan data penulis sajikan di tabel berikut:

SUMMARY OUTPUT

| Regression Statistics | |
|-----------------------|-------------|
| Multiple R | 0.988795793 |
| R Square | 0.977717121 |
| Adjusted R Square | 0.977243017 |
| Standard Error | 1.394891418 |
| Observations | 49 |

| ANOVA | | | | | |
|------------|-----------|-------------|-------------|-------------|-----------------------|
| | <i>df</i> | <i>SS</i> | <i>MS</i> | <i>F</i> | <i>Significance F</i> |
| Regression | 1 | 4012.551063 | 4012.551063 | 2062.242665 | 1.76035E-40 |
| Residual | 47 | 91.44893719 | 1.945722068 | | |
| Total | 48 | 4104 | | | |

| | <i>Coefficients</i> | <i>Standard Error</i> | <i>t Stat</i> | <i>P-value</i> | <i>Lower 95%</i> | <i>Upper 95%</i> |
|-------------|---------------------|-----------------------|---------------|----------------|------------------|------------------|
| Intercept | 0.094191655 | 0.27304925 | 0.344962145 | 0.731661849 | -0.455112583 | 0.643495893 |
| 0.486046512 | 15.29738972 | 0.336858451 | 45.41192206 | 1.76035E-40 | 14.61971793 | 15.97506151 |

Regresi untuk menentukan hubungan dari 2 variabel atau lebih, dari contoh diatas penulis menggunakan 2 variabel yang sudah penulis modifikasi sedemikian rupa sehingga data yang sudah penulis kumpulkan dapat dibentuk tabel regresi. :

- Multiple R

Multiple : berfungsi untuk mengukur hubungan linear dari dua variabel (variabel terikat dan variabel bebas) besaran nilai r biasanya memiliki nilai dari 0 -1 semakin besar nilai r berarti lebih besar hubungan dua variabel dalam data yang penulis miliki memiliki nilai r yang cukup besar yang berarti hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat cukup besar. Dalam data yang penulis miliki nilai multiple r memiliki nilai yang mendekati satu yang berarti hubungan variabel cukup besar.

- R square

R square ini untuk mengukur goodness of fit dari persamaan regresi, yaitu memberikan proporsi atau persentase total dalam variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel bebas. Nilai R square terletak 0-1 semakin besar nilai r square semakin cocok, dalam data yang penulis punya nilai kecocokan di angka 0.977 dengan nilai ini berarti data yang penulis punya memiliki nilai kecocokan yang cukup tinggi.

- Adjusted R square

Adjusted r square fungsinya tidak pernah mundur dari banyaknya variabel bebas yang ada oleh karena itu nilai adjusted r square memiliki nilai yang hampir mirip dengan r square.

- Standard Error

Standar error dari estimasi variabel terikat semakin kecil angka error maka hasil dari model regresi semakin tepat.

- Observation

Jumlah data yang digunakan yaitu 49 buah data.

IV. PEMBAHASAN

Media sosial merupakan salah satu tempat untuk bersosialisasi dengan orang lain secara online, yang dimana menjadi salah satu kebutuhan bagi semua orang di zaman sekarang. Namun dalam berkomunikasi pada media sosial, masih banyak orang yang melupakan etika di dalam berkomunikasi, baik sengaja maupun tidak sengaja. Tata bahasa yang dianggap “gaul” yang digunakan masyarakat Indonesia kerap kali menggunakan kata-kata yang kurang santun. Dengan melakukan studi literatur, penulis mendapatkan beberapa persoalan-persoalan etika yang kerap diabaikan dalam berkomunikasi khususnya di aplikasi media sosial Instagram, yaitu pelanggaran hak cipta, cyber bullying, hoax, illegal content, pornografi, ujaran kebencian, dan adegan kekerasan. Tidak selesai sampai di situ, penulis juga melakukan validasi teori hasil studi literatur menggunakan penyebaran kuesioner untuk mengumpulkan data kuantitatif, yang kemudian dianalisis dengan regresi untuk mencari korelasi. Hasil dari regresi menunjukkan bahwa nilai multiple r memiliki nilai yang mendekati satu yang berarti hubungan variabel cukup besar, yang memiliki arti bahwa mayoritas responden sepakat atau setuju bahwa pengguna aplikasi media sosial Instagram dominan mengabaikan persoalan-persoalan etika yang penulis dapatkan dari studi literatur.

VI. KESIMPULAN

Dari pembahasan diatas dapat penulis simpulkan bahwa tidak hanya tutur kata yang menjadi etika dalam berkomunikasi, akan tetapi tidak menyebarkan hoax, tidak menyebarkan SARA dan pornografi, tidak menyebarkan kekayaan intelektual orang lain, dan lain sebagainya dengan tujuan menciptakan kenyamanan dalam komunikasi di media sosial dapat terjaga. Namun ternyata masih banyak orang yang belum atau dapat menerapkan etika dalam berkomunikasi, khususnya pada penelitian ini pada aplikasi media sosial Instagram dengan responden yang diambil di Tangerang.

DAFTAR REFERENSI

Agustina, Karina Tri. “Perlindungan Hak Cipta Atas Foto Produk di Media Sosial Instagram”, (3 March 2017), online: Universitas Islam Indonesia <<https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/6865>>

Ambar. “10 Etika Komunikasi Antar Budaya”, (8 December 2017), online: PakarKomunikasicom <<https://pakarkomunikasi.com/etika-komunikasi-antar-budaya>>

Astuti, Hani, Sumartono Sumartono & Yeni Yuliani Kosasih. “ETIKA TAYANGAN ADEGAN KEKERASAN DALAM FILM LAGA LAYAR LEBAR (STUDI KASUS DI FILM HEADSHOT” (2018) 15:2 komunikologi.

Corrie. “10 contoh pelanggaran Etika Dalam media sosial”, (19 March 2018), online: PakarKomunikasicom <<https://pakarkomunikasi.com/contoh-pelanggaran-etika-dalam-media-sosial>>

diskominfo. “Pengertian Hoax dan Cara Menangkalnya | Diskominfo Badung”., (2 October 2022), online: Diskominfo Bandung <<https://diskominfo.badungkab.go.id/artikel/42985-pengertian-hoax-dan-cara-menangkalnya>>

Fitransyah, Retha Rizky & Ema Waliyanti. “Perilaku cyberbullying Dengan Media Instagram Pada remaja di yogyakarta” (2018) 2:1 Indonesian Journal of Nursing Practice.

Hariyanti, Fitri. “Etika Komunikasi media sosial di facebook (analisis implementasi undang-undang informasi transaksi Elektronik Pasal 27 pada remaja)”, (1 January 1970), online: Repository Universitas Islam Riau <<https://repository.uir.ac.id/9387/>>

hernawati. “Pengaruh media Sosial Terhadap Perilaku Masyarakat”, (2022), online: Website Resmi Provinsi Sulawesi Selatan <<https://sulselprov.go.id/welcome/post/pengaruh-media-sosial-terhadap-perilaku-masyarakat>>

Inderasar, Elen, Ferdian Achسانی & Bini Lestari. “BAHASA SARKASME NETIZEN DALAM KOMENTAR AKUN INSTAGRAM ‘LAMBE TURAH’” (2019) 8:1 Semantik 1.

Iswara, Aditya Jaya. “Separuh penduduk bumi memakai media sosial, Dunia pun berubah..”, (8 October 2021), online: *KOMPAScom* <<https://www.kompas.com/global/read/2021/10/08/101434070/sep-aruh-penduduk-bumi-memakai-media-sosial-dunia-pun-berubah?page=all>>

Limbong, Tonni. “ETIKA DUNIA MAYA” (2018) SEMILOKA UNDANG-UNDANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK(UU-ITE) DAN ETIKA KOMUNIKASI DALAM DUNIA MAYA 1.

Mustofa, Saiful. “Berebut Wacana: Hilangnya Etika Komunikasi di Ruang Publik dunia maya” (2019) 15:1 Jurnal Studi Agama dan Masyarakat 58.

Mutiah, Tuty et al. “ETIKA KOMUNIKASI DALAM MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL” (2019) 1:1 GLOBAL KOMUNIKA 1.

Nimda. “Apa Itu Sosial media”, (29 February 2012), online: Universitas Pasundan <<https://www.unpas.ac.id/apa-itu-sosial-media/>>

RASHEESA, Karina Isha. “Pelanggaran Hak Cipta Konten Instagram akun @dapurfit Oleh Instagram Akun @greenspoonid”, (1 January 2020), online: Respository Universitas Jember <<https://repository.unej.ac.id/xmlui/handle/123456789/103474>>

shafira, salwa, ni ketut sari adnyani & ni putu rai yuliantini. “Kajian Yuridis Terhadap pelanggaran Hak Cipta Pada pengguna aplikasi ..”, (1 September 2022), online: KAJIAN YURIDIS TERHADAP PELANGGARAN HAK CIPTA PADA PENGGUNA APLIKASI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM STORY DIKAJI BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 28 TAHUN 2014 TENTANG HAK CIPTA <<http://repo.undiksha.ac.id/12333/8/1614101097-COVER.pdf>>

Uswatu, Ayu Tipa, Citra Putri Wijayanti & Melinda Puspitasari. “Krisis kesantunan berbahasa di media sosial instagram sebabkan fenomena cyberbullying” (2020) 2:2 Seminar Nasional SAGA 67.

surokim, surokim. “Pengaturan Tentang Kekerasan Dalam Program Siaran TV” (2012) 5:1 Jurnal PAMATOR Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo 53.

Timur, Andia Jingga Langit Persada et al. “PELANGGARAN ETIKA MEDIA SOSIAL DALAM PENGGUNAAN INSTAGRAM DI KALANGAN M,dHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNTAG SURABAYA” (2018) PHOGRAKT STTIOI ITMU KOMTINIKASI TAKULTAS ILMU SOSIAT I}AF{ ILII{ti POLITIK.

Umam. “Pengertian media sosial, Sejarah, Fungsi, Jenis, Manfaat, Dan Perkembangannya”, (15 March 2022), online: Gramedia Literasi <<https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/>>

Wanasita, Harumi. “POLA KOMUNIKASI ANTAR BUDAYA ETNIS JAWA, MADURA DAN TIONGHOA (Studi Pada Warga yang Tinggal di RW 07 Kelurahan Purwantoro Malang)” (2018) Institutional Repository 1.

Wijayanti, Sri Hapsari et al. “Bentuk-Bentuk Etika Bermedia sosial generasi milenial” (2022) 16:2 Jurnal Komunikasi 129.