

**ETIKA KOMUNIKASI NETIZEN DI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM DALAM PANDANGAN ISLAM
(Studi Pada Postingan akun Instagram @denisechariesta91)**

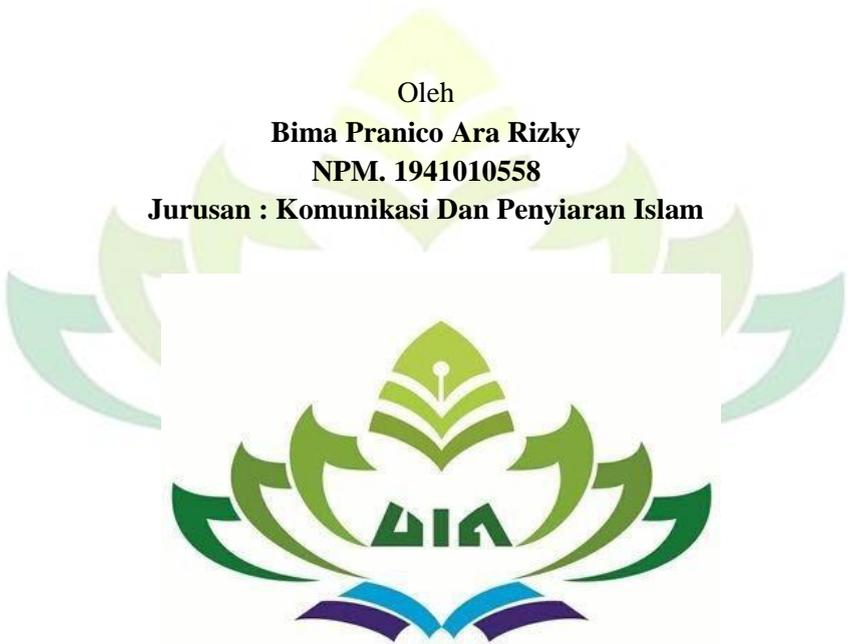
SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi
Syarat-syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Dalam Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Oleh

**Bima Pranico Ara Rizky
NPM. 1941010558**

Jurusan : Komunikasi Dan Penyiaran Islam



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENSIARAN ISLAM
TAHUN AKADEMIK 1445 H/2024**

**ETIKA KOMUNIKASI NETIZEN DI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM DALAM PANDANGAN ISLAM
(Studi Pada Postingan akun Instagram @denisechariesta91)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi
Syarat-syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Dalam Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Oleh :

Nama : Bima Pranico Ara Rizky

Npm : 1941010558

Jurusan : Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Pembimbing I : Bambang Budiwiranto, Ph.D

Pembimbing II: M. Apun Syaifuddin, M.Si

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
TAHUN AKADEMIK 1445 H/2024**

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang pesat di bidang komunikasi menciptakan beragam inovasi, gagasan dan ide yang bertujuan untuk memudahkan dalam berkomunikasi. Namun penggunaan media sosial di masyarakat akhir-akhir ini sangat memprihatinkan, terutama dikalangan remaja. Media sosial yang digunakan sebagai sarana interaksi dan sosialisasi agar sulturahmi tetap terjaga kini disalahgunakan sebagai ajang pamer harta, kemesraan, pamer beribadah agar dianggap alim, pamer bersedekah agar dianggap dermawan, menyebarkan berita-berita bohong, fitnah, ujaran kebencian, serta perbuatan maksiat lainnya. Oleh sebab itu, pengguna media sosial perlu mengetahui dan menerapkan etika dalam berkomunikasi, agar komunikasi dapat berjalan dengan baik.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu dengan menekankan analisisnya pada proses penyimpulan komparasi serta pada analisis terhadap dinamika hubungan fenomena yang diamati dengan menggunakan logika ilmiah. Manfaat penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran bagaimana seharusnya etika komunikasi netizen di media sosial yang sesuai dalam pandangan Islam.

Hasil penelitian ini diperoleh bahwa etika komunikasi menggunakan media sosial Instagram sangat diperlukan hal ini dapat meminimalisir pengaruh negatif yang ditimbulkan. Setiap netizen atau pengguna akun seharusnya mampu memilih mana komentar yang dapat dipublikasikan di publik. Merujuk pada pandangan Islam terdapat 5 aturan etika komunikasi, yaitu terdiri dari pahala dan dosa, kejujuran, berkata positif, saling mempengaruhi, Kesadaran dalam pengawasan Allah swt. Apabila 5 aturan ini diterapkan dengan baik oleh netizen dan masyarakat secara umum dalam berkomunikasi, maka proses komunikasi yang dilakukan akan berjalan dengan baik dan sesuai dengan ajaran Islam.

Kata Kunci : Etika, Komunikasi, Media Sosial

ABSTRACT

Rapid technological developments in the field of communication have created various innovations, concepts and ideas aimed at making communication easier. However, the use of social media in society lately is very worrying, especially among teenagers. Social media, which should be used as a means of interaction and socialization so that relationships are maintained, is now being misused as a place to show off one's wealth, affection, show off one's worship to be considered pious, show off one's charity to be considered generous, spread fake news, slander, hate speech, and other immoral acts. . Therefore, social media users need to know and apply ethics in communicating, so that communication can run well.

This research uses a qualitative approach, namely by emphasizing the analysis on the comparative inference process as well as on the analysis of the dynamics of the relationships between the phenomena observed using scientific logic. It is hoped that the benefits of this research will be an illustration of what netizen communication ethics on social media should be in accordance with Islamic views.

The results of this research show that communication ethics using the social media Instagram is very necessary, this can minimize the negative influences that arise. Every netizen or account user should be able to choose which comments can be published publicly. Referring to the Islamic view, there are 5 rules of communication ethics, namely consisting of rewards and sins, honesty, positive words, mutual influence, awareness under the supervision of Allah SWT. If these 5 rules are implemented well by netizens and society in general when communicating, then the communication process will run well and be in accordance with Islamic teachings.

Keywords: Ethics, Communication, Social Media

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Bima Pranico Ara Rizky
NPM : 1941010558
Program Studi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah Dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Etika Komunikasi Netizen Di Media Sosial Instagram Dalam Pandangan Islam (Studi Pada Postingan akun Instagram @denisechariesta91)”, adalah benar-benar merupakan hasil karya penulis sendiri bukan duplikasi ataupun tiruan dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote atau daftar rujukan. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, Oktober 2023

Penulis,



Bima Pranico Ara Rizky

NPM. 1941010558



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Alamat: Jl. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung. Telp (0721) 703260

PERSETUJUAN

Judul skripsi : Etika Komunikasi Netizen Di Media Sosial Instagram Dalam Pandangan Islam

Nama : Bima Pranico Ara Rizky

NPM : 1941010558

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

MENYETUJUI

**Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqosah
Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
UIN Raden Intan Lampung**

Pembimbing I

Pembimbing II

**Bambang Budiwiranto, Ph.D
NIP.197303191997031001**

**M. Apun Svanifuddin, S.Ag., M.Si
NIP.197209291998031003**

Mengetahui,

Ketua jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

**Dr. Khairullah, S.Ag., M.A
NIP. 197303052000031002**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat: Jl. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung. Telp (0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“Etika Komunikasi Netizen Di Media Sosial Instagram Dalam Pandangan Islam”** disusun oleh, **Bima Pranico Ara Rizky, NPM : 1941010558**, program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, telah diujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung pada hari/tanggal: **Jum’at, 22 Desember 2023**

TIM PENGUJI

Ketua : Dr Fariza Makmun, S.Ag, M.Sos.I (.....)

Sekretaris : Siti Wuryan, M.kom.I (.....)

Penguji I : Dr. Fitri Yanti, MA (.....)

Penguji II : Bambang Budiwiranto, Ph.D (.....)

Penguji III : M. Apun Syaripudin, S.Ag., M.Si (.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi



Dr. H. Abdul Syukur, M.Ag

NIP. 196511011995031001

MOTTO

وَيْلٌ لِّكُلِّ هُمَزَةٍ لُّمَزَةٍ

Celakalah bagi setiap pengumpat lagi pencela.

(Qs. Al-Humazah ayat 1)



PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur Allhamdulillah kepada Allah SWT yang telah memberikan kesempatan dan kekuatan kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan dan saya dedikasikan sebagai bentuk ungkapan rasa syukur dan terimakasih saya yang mendalam kepada :

1. Untuk kedua orang tuaku Bapak Supian Tono dan Ibu Ritha Araret, Terimakasih yang tak terhingga penulis ucapkan karena telah banyak berkorban jiwa, raga, tenaga, harta dan juga doa bahkan aspek lain yang tak terhitung dan terbalas. Semoga menjadi amal jariya, selalu dalam keberkahan juga perlindungan Allah SWT.
2. Untuk Adik ku tercinta Ahmad Yusuf yang selalu memberikan semangat utukku.
3. Almamaterku tercinta UIN Raden Intan Lampung yang menjadi wadah untuk belajar dan mencari pengalaman serta pengembangan kemampuan.

RIWAYAT HIDUP

Bima Pranico Ara Rizky, dilahirkan di Muaradua pada tanggal 15 Desember 2001, anak ketiga dari Bapak Supian Tono dan Ibu Ritha Araret. Pendidikan dimulai dari TK Aisyah tahun 2007 dan dilanjutkan Sekolah Dasar Negeri (SDN) 2 Muaradua dan selesai pada tahun 2013. Melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 1 Muaradua dan selesai pada tahun 2017. Setelah itu melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Akhir (SMA Muhammadiyah) 1 Muaradua dan lulus pada tahun 2019. Pada tahun 2019, mengikuti pendidikan tingkat perguruan tinggi pada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

Bandar Lampung, Oktober 2023

Penulis,

Bima Pranico Ara Rizky

NPM. 1941010558

KATA PENGANTAR

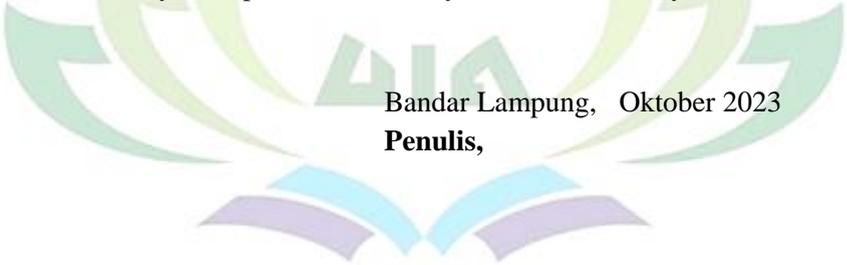
Bismillahirrohmanirrohim

Puji syukur kupersembahkan atas kehadiran Allah SWT Yang Maha Pengasih dan Maha penyayang yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: “Etika Komunikasi Netizen Di Media Sosial Instagram Dalam Pandangan Islam Islam (Studi Pada Postingan akun Instagram @denisechariesta91)”. Skripsi ini sebagai syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sosial pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Penulis menyadari bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan berbagai pihak serta segala sesuatu dalam skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna mengingat keterbatasan penulis. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Abdul Syukur, M.Ag. sebagai Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.
2. Bapak Dr. Khairullah S.Ag., MA Sebagai Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dan Ibu Ade Nur Istiani M.I. Kom Selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, serta Staff Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yaitu Ferdiansyah, S.Pd yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan fikiran guna membantu administrasi, berkas dan dokumen sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dengan tepat waktu.
3. Bapak Bambang Budiwiranto, Ph.D Sebagai Dosen Pembimbing Akademik I yang telah banyak meluangkan waktu dalam memberikan bimbingan dan motivasi serta pengarahan yang sangat berarti bagi penulis.
4. Bapak M. Apun Syaifuddin, M.Si Selaku Dosen Pembimbing Akademik II yang telah banyak meluangkan waktu dalam membimbing, mengarahkan dan memotivasi penulis.
5. Seluruh Dosen yang membekali ilmu kepada penulis dan para staff karyawan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang

- telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menempuh perkuliahan hingga selesai.
6. Perpustakaan pusat UIN Raden Intan Lampung yang telah banyak memberikan materi dalam penyelesaian skripsi ini.
 7. Saudari Gea Yosita, S.E selaku kekasih saya yang selalu sabar dan memberikan dukungan kepada saya sehingga saya bisa menuntaskan skripsi ini.
 8. Seluruh teman-teman seperjuangan jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Kelas J angkatan 2019. Terimakasih karena kalian telah hadir dalam kehidupanku selama kurang lebih 4 tahun ini, semoga mimpi dan cita-cita kita tercapai semua, amin.

Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya serta penulis memanjatkan do'a kepada Allah SWT, semoga jerih payah dan amal semua pihak akan mendapatkan balasan yang sebaik-baiknya dari Allah SWT. Penulis berharap hasil penelitian ini bisa bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca umumnya, Aamiin aamiin yarabalaminn.



Bandar Lampung, Oktober 2023

Penulis,

Bima Pranico Ara Rizky

NPM. 1941010558

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACK.....	iv
SURAT PERNYATAAN	v
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN.....	x
RIWAYAT HIDUP	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah.....	3
C. Fokus Penelitian	10
D. Rumusan Masalah.....	11
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
F. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	11
G. Metode Penelitian.....	14
H. Sistematika Penulisan	17

BAB II ETIKA KOMUNIKASI MEDIA SOSIAL DAN ETIKA KOMUNIKASI DALAM ISLAM

A. Etika Komunikasi.....	19
1. Pengertian Etika Komunikasi	19
2. Tujuan Etika Komunikasi	21
3. Manfaat Etika Komunikasi	22
B. Media Sosial.....	22
1. Pengertian Media Sosial.....	22
2. Karakter Media Sosial.....	23
3. Manfaat Media Sosial	27
4. Instagram Sebagai Media Sosial	27
5. Fungsi Media Sosial Instagram	30
6. Netizen Dalam Media Sosial.....	31

C. Etika Komunikasi Dalam Islam	33
1. Komunikasi Islam	33
2. Etika Komunikasi Islam.....	39

**BAB III GAMBARAN UMUM TENTANG INSTAGRAM
DAN ETIKA KOMUNIKASI NETIZEN**

A. Instagram	41
1. Pengertian Instagram	41
2. Sejarah Instagram	43
3. Fitur-fitur Instagram.....	44
B. Etika Komunikasi Netizen	46
1. Pengertian Netizen	46
2. Etika Komunikasi Netizen	48
3. Gambaran Akun Instagram Denise Chariesta	50

**BAB IV ETIKA KOMUNIKASI NETIZEN DI MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM DALAM PANDANGAN
ISLAM**

Etika Komunikasi Netizen Di Media Sosial Instagram Dalam Pandangan Islam.....	57
--	-----------

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	71
B. Rekomendasi.....	72

**DAFTAR RUJUKAN
LAMPIRAN**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Komentar Netizen Di Akun @denisechariesta91.....	53
Gambar 3.2 Komentar Netizen Di Akun @denisechariesta91.....	53
Gambar 3.3 Komentar Netizen Di Akun @denisechariesta91.....	54
Gambar 3.4 Komentar Netizen Di Akun @denisechariesta91.....	54
Gambar 3.5 Komentar Netizen Di Akun @denisechariesta91.....	55
Gambar 3.6 Komentar Netizen Di Akun @denisechariesta91.....	55
Gambar 4.1 Komentar Pada Akun Instagram @denisechariesta91 ..	60
Gambar 4.2 Komentar Pada Akun Instagram @denisechariesta91 ...	61
Gambar 4.3 Komentar Pada Akun Instagram @denisechariesta91 ..	63
Gambar 4.4 Komentar Pada Akun Instagram @denisechariesta91 ..	65
Gambar 4.5 Komentar Pada Akun Instagram @denisechariesta91 ..	67
Gambar 4.6 Komentar Pada Akun Instagram @denisechariesta91 ..	68



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Penegasan judul merupakan langkah awal dalam melakukan penulisan skripsi ini, penulis berupaya agar judul skripsi yang digunakan tepat dan tersampaikan kepada khalayak ramai. Sebelum penulis menguraikan pembahasan lebih lanjut, terlebih dahulu akan dijelaskan istilah dalam skripsi ini untuk menghindari kekeliruan bagi pembaca. Oleh karena itu, untuk menghindari kesalahan tersebut diperlukan adanya pembatasan terhadap arti kalimat dalam skripsi ini. Dengan harapan memperoleh gambaran yang jelas dari makna yang dimaksud. Adapun judul skripsi ini adalah **“ETIKA KOMUNIKASI NETIZEN DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PANDANGAN ISLAM (Studi Pada Postingan akun Instagram @denisechariesta91)”**, maka perlu dikemukakan istilah atau kata-kata penting agar tidak menimbulkan kesalahpahaman bagi para pembaca.

Etika adalah ilmu yang menjelaskan arti baik dan buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan oleh manusia, menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia di dalam perbuatan mereka dan menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang seharusnya diperbuat.¹

Komunikasi adalah proses pemindahan pengertian dalam bentuk gagasan atau informasi dari seorang ke orang lain, yang melibatkan lebih dari sekedar kata-kata yang digunakan dalam percakapan, tetapi juga ekspresi wajah, intonasi, titik putus lokal dan sebagainya, dan perpindahan efektif memerlukan tidak hanya transmisi data, tergantung pada keterampilan tertentu (membaca, menulis, mendengar, berbicara, dan lain lain).²

¹ Muslimah, etika komunikasi dalam perspektif Islam, Sosial Budaya (e-ISSN 2407-1684 | p-ISSN 1979-2603) Vol. 13, No. 2, Desember 2016, 117

² Hafied Cangara, Pengertian Ilmu Komunikasi edisi kedua (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), 22

Netizen menurut Hauben, netizen adalah wujud individu yang menjadi warga/masyarakat/penghuni dunia maya yang secara virtual tidak memiliki batasan, dan individu dapat berkomunikasi tanpa ada batasan. Netizen yang dimaksud oleh penulis pada penelitian ini adalah masyarakat Indonesia yang menanggapi postingan di akun Instagram milik Denise Chariesta.³

Media sosial adalah sebuah media *online* dimana para penggunanya bisa dengan mudah ikut berpartisipasi. Berpartisipasi dalam arti seseorang akan dengan mudah berbagi informasi, menciptakan konten, memberi komentar terhadap masukan yang diterimanya dan seterusnya. Semua dapat dilakukan secara cepat dan tak terbatas.⁴

Instagram adalah sebuah aplikasi dari handphone yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi yang hampir sama dengan media sosial twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap Media sosial instagram yang dimaksud dalam skripsi ini adalah suatu aplikasi dari *smartphone* yang memberikan layanan kepada para penggunanya untuk berbagi foto dan video secara *online*.

Pandangan Islam dalam kamus besar bahasa Indonesia berarti hasil perbuatan memandang (memperhatikan, melihat), pengetahuan, pendapat.⁵ Pandangan Islam yang dimaksud dalam penelitian ini dapat diartikan sebagai pendapat Islam tentang etika komunikasi yang semestinya digunakan netizen di media sosial instagram.

Berdasarkan definisi diatas, skripsi yang berjudul etika komunikasi netizen di media sosial instagram dalam pandangan Islam adalah perilaku yang boleh dan tidak boleh dilakukan

³ Hauben, Michael.1992.The Net and Netizens: The Impact The Net has on People's Live. <http://whatis.techtarget.com/definition/netizen>.Diakses tanggal 23 Juni 2023

⁴ <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/netizen>. Diakses Pada 06 Juni 2023

⁵ Bambang Dwi Atmoko, Instagram Handbook, (Jakarta: Media Kita, 2012),

oleh orang-orang yang terlibat secara aktif dalam menyampaikan pesan atau informasi melalui media sosial yang sesuai dengan pendapat Islam.

B. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi yang berkembang pesat pada bidang komunikasi menciptakan berbagai inovasi yang memiliki tujuan untuk mempermudah proses komunikasi. Seiring berkembangnya teknologi membuat manusia menjadi mudah dalam berkomunikasi. Hadirnya kecanggihan yang dimiliki *smartphone* dari berbagai merek membuat manusia tidak bisa lepas dari telepon genggam. Dengan sarana media yang ada saat ini kita dihadapkan berbagai pilihan untuk mengakses atau menyampaikan informasi, salah satunya adalah media sosial. Sosial media dapat memenuhi kebutuhan untuk banyak orang. Dengan media sosial kita bisa terhubung dengan dunia luar sehingga dapat mengetahui apa yang terjadi dilingkungan sekitarnya. Saat ini penggunaan media sosial telah menjadi bagian dari sebagian besar masyarakat Indonesia. Akses terhadap media-pun telah menjadi suatu kebutuhan primer bagi setiap orang. Hal ini dikarenakan adanya kebutuhan informasi, pendidikan, hiburan, dan akses pengetahuan dari berbagai negara yang berbeda.⁶ Saat ini hampir sebagian orang dapat saling berbagi informasi dan berkomunikasi dengan menggunakan media sosial. Harold D. Laswell mengatakan fungsi media 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.⁷ Dari penjelasan tersebut, fungsi media tidak hanya digunakan sebagai sarana untuk menyebarkan dan mendapatkan

⁶ Rulli Nasrullah, *Media Sosial* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015), 1

⁷ Haryatmoko, *Etika Komunikasi: Manipulasi Media, Kekerasan dan Pornografi* (Yogyakarta: Kanisius, 2007), 11

informasi, akan tetapi memberikan interpretasi atas informasi dan menyebarkan nilai budaya.

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang begitu pesat memberikan dampak yang sangat signifikan pada kehidupan manusia. Salah satu dampak yang ditimbulkan ialah dalam hal berinteraksi sosial yang kini lebih didominasi oleh media sosial (medsos) melalui gawai pintar (*smartphone*). Berkomunikasi menggunakan *smartphone* memang banyak memberikan kemudahan karena sekat-sekat formal yang selama ini membatasi jalur komunikasi kini tiada lagi ditemui. Kemudahan tersebut nyatanya tidak lantas tanpa resiko, salah satu resikonya ialah menurunnya komunikasi dan interaksi sosial di dunia nyata.

Salah satu aplikasi yang banyak digunakan oleh masyarakat adalah instagram. Aplikasi tersebut memudahkan pengguna mengambil foto dan video dengan berbagai filter dan dapat dibagikan kepada pengguna lainnya. Dalam penggunaannya kita juga diberikan kebebasan untuk saling berbalas komentar. Pengguna instagram biasa disebut dengan netizen. Menurut Hauben, netizen adalah wujud individu yang menjadi warga/masyarakat/penghuni dunia maya yang secara virtual tidak memiliki batasan, dan individu dapat berkomunikasi tanpa ada batasan. Netizen dapat diartikan sebagai warga internet (warganet). Jadi netizen bisa dikatakan sebagai orang-orang yang terlibat aktif di media *online*. Netizen memiliki tujuan yang berbeda-beda. Ruang pada internet memudahkan seseorang untuk saling berkomunikasi, berbagi dan mendapatkan informasi dan lainnya yang dapat dilakukan para pengguna internet. Seperti halnya adanya blog memudahkan para netizen untuk menyuarakan pendapatnya ke masyarakat luas. Interaksi yang dilakukan dalam instagram tidak jauh berbeda dengan jejaring pertemanan dan informasi lain. Dalam instagram, unggahan foto yang di upload oleh pemilik akun pribadi maupun admin dari akun grup akan dikomentari oleh pengguna akun lain. Dalam foto atau cerita tersebut antara pemilik akun dengan teman dalam instagram bisa saling berbalas komentar. Media sosial sangat

mempengaruhi kehidupan seseorang, oleh karenanya kita harus pandai dalam menyikapi sehingga tidak melupakan kewajiban pada kehidupan nyata. Etika dalam penggunaan media sosial juga harus dijaga, agar mendapatkan hal baik dan positif, minimal sebagai hiburan dan sumber informasi faktual. Dalam laporan berjudul 'Digital Civility Index (DCI), netizen Indonesia menempati urutan terbawah se-Asia Tenggara, alias paling tidak sopan di wilayah tersebut. Tingkat kesopanan warganet Indonesia memburuk delapan poin ke angka 76, di mana semakin tinggi angkanya tingkat kesopanan semakin buruk. Urutan pertama dihuni oleh netizen Singapura yang juga menempati peringkat keempat secara global, dengan total 59 poin. Kemunduran tingkat kesopanan paling banyak didorong pengguna usia dewasa dengan persentase 68 persen. Sementara usia remaja disebut tidak berkontribusi dalam mundurnya tingkat kesopanan digital di Indonesia pada 2020. Hal ini berimbas pada rendahnya etika dan moral masyarakat, bahkan bukan kesantunan bahasa yang terjalin melainkan kekerasan fisik atau tawuran. Nilai-nilai yang terbentuk terdapat beberapa kaidah yang bertujuan mengatur tata cara kita dalam berkomunikasi antar sesama tanpa harus saling menyakiti. Terlebih komunikasi merupakan hal yang tidak terlepas dalam kehidupan sehari-hari manusia. Komunikasi menjadi kegiatan utama, mulai dari bangun tidur hingga tidur kembali baik secara formal maupun non formal. Walaupun hanya sekedar berinteraksi atau obrolan basa-basi. Dalam interaksi itulah manusia lambat laun menciptakan nilai-nilai bersama yang kemudian disebut sebagai kebudayaan. 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.

Memasuki zaman modern, ketajaman lisan kadang ada dalam aktivitas di media sosial melalui komentar atau status-status yang ditulis. Sudah semestinya, sebagai umat Islam dalam berkomentar maupun membuat status di media sosial

tidak membicarakan aib dan menyinggung orang lain. Hal ini juga terdapat dalam Q.S Al-Hujurat: 12 yang berbunyi:

وَايُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبَ بَعْضُكُم بَعْضًا أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَنْ يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ بَرُّ الرَّحِيمِ ۱۲

Artinya : *“Wahai orang-orang yang beriman! Jauhilah banyak dari prasangka, sesungguhnya sebagian prasangka itu dosa dan janganlah kamu mencari-cari kesalahan orang lain dan janganlah ada di antara kamu yang menggunjing sebagian yang lain. Apakah ada di antara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Tentu kamu merasa jijik. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Penerima tobat, Maha Penyayang.”* (Q.S Al-Hujurat: 12).

Dalam ayat diatas, menjelaskan bahwa membicarakan keburukan orang lain diibaratkan memakan bangkai saudaranya sendiri. Ayat ini diriwayatkan Ibnu Mundzir yang bersumber dari Ibnu Juraij, bahwa dalam suatu riwayat dikemukakan berkenaan dengan turunnya ayat ini. Salman Al-Farisi yang biasa setelah makan suka terus tidur dan mendengkur. Karena perbuatannya waktu itu terdapat orang yang mempergunjingkan perbuatannya itu. Sehingga Allah menurunkan ayat ini, yaitu melarang seseorang untuk mengumpat dan menceritakan aib orang lain.⁸Jadi seseorang tidak diperbolehkan mencari keburukan orang lain dan menggunjingnya. Hal ini dapat menimbulkan keributan dan menyinggung perasaan orang lain.

Rasulullah SAW. dalam hadisnya menganjurkan kepada kita selaku umatnya, agar selalu berkata dengan perkataan yang memiliki nilai positif, atau setidaknya jika belum bisa berkat demikian, lebih baik untuk diam Dalam hadis di atas, imam Syafii Ra. Menjelaskan bahwa, jika seseorang ingin mengatakan sesuatu, hendak ia ucapkan, jika kira-kira baik dan

⁸ H. A. A. Dahlan, K.H.Q Shaleh, Asbab Nuzul (Diponogoro : CV. Penerbit Diponogoro, 2000), 517

memiliki efek yang positif maka ucapkanlah, namun jika bahkan menimbulkan kegaduhan atau menyinggung orang lain, maka lebih baik ia simpan rapat-rapat dalam hatinya sendiri.

Media sosial memang harus beretika sehingga akan ada standar penilaian untuk menentukan media sosial yang baik atau buruk, yang benar atau salah, dan yang tepat atau tidak tepat. Apalagi dalam konteks realitas, media sosial tidak hanya berhubungan dengan orang perorangan. Media sosial berkaitan dengan penyampaian pesan/infromasi terhadap khalayak. Oleh karena itu, jika media sosial tidak beretika atau berperilaku buruk, salah, atau tidak tepat yang menjadi korban juga adalah khalayak banyak orang. Dampak negatif media sosial yang tidak beretika akan mempengaruhi khalayak ramai.⁹

Dampak negatif di Instagram tentu dirasakan oleh berbagai pengguna. Biasanya dampak tersebut terjadi pada pengguna yang memiliki followers banyak seperti artis, selebriti maupun selebgram. Seorang public figure tentu memiliki daya tarik tersendiri bagi kaum netizen. Namun, seorang public figur tidak luput dari pandangan netizen terutama hal-hal yang berkaitan dengan kontroversi masyarakat. Ketika kontroversi terjadi, netizen akan mulai menyerang pemilik akun Instagram dengan berbagai opini yang menentang terhadap fenomena yang terjadi. Maka muncul adanya etika komunikasi di media sosial yang seharusnya tidak dikatakan dan tidak mencerminkan adanya etika komunikasi di media sosial yang baik dan benar. Contohnya saat ini sering terjadi pada akun Instagram milik Denise Chariesta.

⁹ Mahi M. Hikmat, *“Jurnalistik: Literary Journalism”*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), 28.



Sumber: instagram @denisechariesta91

Denise Chariesta dalam belakangan ini sedang jadi perbincangan netizen Indonesia pasca memberi pernyataan dalam postingan instagramnya terkait dirinya membuka donasi untuk biaya lahiran anaknya. Keputusan ini menuai respons yang kontroversial, dengan banyak warganet menghujat dan menyalahkan Denise karena dianggap mengemis dan meminta belas kasihan warganet. Pasalnya Denise Chariesta yang memiliki username @denisechariesta91 hamil mengandung bayi tanpa suami pada bulan maret silam. Terkait postingan tersebut terdapat lebih dari seribu komentar yang ditulis oleh netizen. Seperti yang disampaikan oleh salah satu netizen dengan username @mra_new.id “Orang gila”, selain itu komentar yang ditulisa oleh @erfiniannsss “buset emang bener-bener urat malunya dah putus”. Komentar salah satu netizen dengan username @uddhien_arival “ketika otak sudah tidak berfungsi, maka inilah yang terjadi” dan masih banyak

lagi komentar dari netizen terkait postingan Denise di laman instagram nya tersebut.

Dari uraian di atas, penulis memandang bahwa netizen menduduki posisi yang cukup sentral dalam komunikasi di media sosial. Namun bila tidak didukung oleh etika komunikasi maka interaksinya akan menjadi jelek karena bisa memicu permusuhan antar personal fans dan haters. Melihat dan menanggapi komentar pedas dari netizen, bukannya lelah dan layu justru Denise menjadi lebih cerah serta lebih semangat lagi dalam mengunggah postingan yang kontroversial di Instagram. Melalui cacian dan hinaan netizen, Denise Charista berhasil membentuk pribadi khas yang tidak dimiliki oleh public figur intagram yang lain. Dimana saat selebriti lain berusaha membangun citra diri positif di masyarakat, Denise mencondongkan dirinya sebagai public figur yang memiliki citra diri negatif melalui ujaran kesombongan dan kata-kata yang kasar di dalam setiap postingannya.

Oleh karena itu, penulis merasa terpanggil untuk meneliti fenomena sosial ini. Adapun pentingnya penelitian ini untuk diteliti, yaitu untuk memberitahukan serta mengedukasi kepada seluruh masyarakat khususnya kepada remaja melenial untuk dapat mengetahui bagaimana cara berkomunikasi di media sosial menurut pandangan Islam dengan baik, terutama pada akun Instagram @denisechariesta91. Sehingga dapat meminimalisir terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan, seperti sakit hati atas ejekan yang diterima secara berlebihan yang ditujukan kepadanya, apalagi dapat dilihat secara umum oleh orang lain dan akan dapat berakibat kepada kesehatan mental seseorang. Sebagai umat Islam perlu menjaga sikap dan etika yang baik dalam kehidupan sosial.

Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti menggunakan teori yang relevan untuk memecahkan masalah yang akan diteliti. Penelitian ini menggunakan teori dari Thurlow dalam Nasrullah, 2016 yaitu pelanggaran etika media sosial terjadi jika terdapat *Copy Paste* (Hak Cipta), *Cyber Bullying* (Perundungan), *Hoax* (Kebohongan), *Illegal Content* (Konten

Ilegal), Kejahatan Pornografi, *Hate Speech* (Ujaran Kebencian), dan Adegan Kekerasan.¹⁰ Pada penelitian ini mengambil komentar netizen di laman instagram Denise Chariesta yang berisi tentang postingannya perihal dirinya membuka donasi.

Agama Islam mengajarkan untuk lebih baik diam jika kata-kata tersebut menyinggung orang lain dan menimbulkan keributan. Selain itu berbicara keburukan orang lain diibaratkan memakan bangkai saudaranya sendiri. Akan tetapi pada kenyataannya masih banyak netizen yang tidak memperdulikan etika komunikasi saat berkomentar di media instagram jika ditinjau dari perspektif Islam. Jadi komunikasi Islam perlu dijalankan sesuai dengan apa yang telah perintahkan. Dalam menyampaikan informasi diharapkan sesuai dengan apa yang terjadi. Pada zaman sekarang, manusia dituntut untuk menyesuaikan diri dengan media sosial sehingga informasi yang disampaikan berupa nilai-nilai kebaikan dapat menyebar di lingkungan masyarakat luas.

Penelitian ini menggambarkan permasalahan mengenai etika komunikasi netizen di instagram yang dilihat dari sudut pandang Islam. Etika komunikasi netizen yang dimaksud adalah perilaku yang boleh dan tidak boleh dilakukan oleh orang-orang dalam menyampaikan pesan/gagasan melalui instagram. Permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah bagaimana etika komunikasi netizen di akun Instagram milik Denise Chariesta yang ditinjau dalam pandangan Islam. Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu menjadi landasan bagi pengguna internet maupun masyarakat untuk lebih bijak dalam menggunakan media sosial terutama pada instagram.

C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian dan subfokus penelitian dilakukan agar penelitian tidak menyimpang pada pembahasan yang akan dilakukan, maka peneliti memfokuskan penelitian ini pada etika

¹⁰ Nasrullah, Rulli. (2015). *Teori Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Kultur, dan Sosio Teknologi)*. Jogjakarta: Simbiosis Rekatama Media.

komunikasi netizen di media sosial instagram milik Denise Chariesta dalam pandangan Islam.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

“Bagaimana etika komunikasi netizen di media sosial instagram dalam pandangan Islam” ?

E. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Mengacu pada masalah yang telah dirumuskan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

”Untuk mengetahui etika komunikasi netizen di media sosial instagram dalam pandangan Islam.”

2. Manfaat Penelitian

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam mengembangkan khasanah keilmuan, khususnya tentang etika komunikasi melalui media sosial.
- b. Penelitian ini diharapkan mampu dijadikan gambaran maupun petunjuk bagi pengguna internet maupun masyarakat secara umum dalam menggunakan media sosial khususnya instagram.

F. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian ini tidak terlepas dari penelitian sebelumnya yang mana sebagai bahan perbandingan serta bahan literatur untuk penulis. Hasil-hasil penelitian yang akan dijelaskan tidak terlepas dari penelitian yang akan penulis lakukan yaitu “Etika Komunikasi Netizen Di Media Sosial Instagram Dalam Pandangan Islam (Studi Pada Postingan Akun Instagram @denisechariesta91)”. Berikut ini adalah penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai acuan dalam penelitian :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Lutfi Muawanah dengan judul “Etika Komunikasi Netizen Di Instagram

Dalam Perspektif Islam”, penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan model analisis interaktif dari Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika komunikasi sangat diperlukan guna dapat meminimalisir hal-hal negatif yang ditimbulkan dari cara pandang dan tanggapan pembaca dan masyarakat.¹¹

2. Penelitian yang dilakukan oleh Muslimah, Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Agama Islam An-Nadwah Kuala Tungkal Jambi dengan judul “Etika Komunikasi Dalam Pandangan Islam”. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa dalam agama Islam, komunikasi mendapatkan perhatian yang sangat besar dimana Islam mengarahkan agar setiap muslim memakai etika Islam dalam berkomunikasi. Dimana Islam mengajarkan kepada umatnya agar mampu berkomunikasi dengan baik sesuai dengan akidah yang telah diajarkan dalam Islam dengan menggunakan Al-qur’an sebagai pedoman.¹²
3. Penelitian yang dilakukan oleh Cartonno, Dosen Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah IAIN Syekh Nurjati Cirebon dengan judul “Komunikasi Islam Dan Interaksi Media Sosial”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian resepsi, yang menunjukkan adanya pola-pola pemaknaan kultural yang beragam yang ada dalam diri seseorang terhadap teks. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa dalam pandangan Islam, meskipun media sosial diperbolehkan sebagai bagian dari media komunikasi, sebaiknya masyarakat sebagai subjek media sosial dalam prakteknya harus tetap disertai dengan ketaqwaan.¹³

¹¹ Lutfi Muawanah dengan judul “Etika Komunikasi Netizen Di Instagram Dalam Perspektif Islam”, *Ath-Thariq, Vol. 05, No. 02*, Juli-Desember 2021.

¹² Muslimah. 2016. Etika Komunikasi Dalam Perspektif Islam. *Sosial Budaya e- ISSN: 2407-1684. Vol. 13, No.2. pp. 115-125.*

¹³ Cartonno. 2018. Komunikasi Islam Dan Interaksi Media Sosial. *Jurnal*

4. Penelitian yang dilakukan oleh Yosieana Duli Deslima, mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung dengan judul “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung”. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sampel penelitian ditentukan secara *random sampling*, dimana peneliti memilih sampel dari populasi secara acak. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, angket, wawancara dan dokumentasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif dengan cara reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa Instagram dapat dikatakan efektif sebagai media dakwah, jika digunakan dengan baik sesuai syariat Islam. Secara keseluruhan dakwah di Instagram yang merupakan dakwah milenial mampu menciptakan dakwah yang inovatif yang mampu menarik perhatian followers untuk membagikan ke media sosial yang mereka miliki.¹⁴
5. Penelitian yang dilakukan oleh Muhamad Irhamdi dengan judul “Menghadirkan Etika Komunikasi Dimedia Sosial (Facebook)”, penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial facebook dapat dikatakan sebagai aktivitas komunikasi dengan tujuan publikasi, informatif ataupun hiburan. Etika komunikasi menjadi hal yang sangat penting dalam menggunakan facebook sebagai media batasan dalam menentukan pesan komunikasi kemudian diterima oleh komunikan yang sangat

heterogen baik dari sisi agama, budaya, umur bahkan kelas sosial.¹⁵

G. Metode Penelitian

1. Waktu Penelitian

Waktu dalam penelitian ini dimulai dari postingan Denise Chariesta terkait open donasi pada tanggal 5 juli 2023 sampai agustus 2023.

(<https://www.instagram.com/p/CuUL9pypsfe/?igsh=dWxtcWNic2IreWUy>).

2. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kualitatif dengan metode *library research* atau studi kepustakaan. *Library research* atau studi kepustakaan yaitu dilakukan secara sistematis untuk mengumpulkan, mengolah, dan menyimpulkan data dengan menggunakan metode/teknik tertentu guna mencari jawaban atas permasalahan yang dihadapi dalam penelitian kepustakaan. Penelitian kepustakaan atau *library research*, yakni penelitian yang dilakukan melalui mengumpulkan data atau karya tulis ilmiah yang bertujuan dengan obyek penelitian atau pengumpulan data yang bersifat kepustakaan, atau telaah yang dilaksanakan untuk memecahkan suatu masalah yang pada dasarnya tertumpu pada penelaahan kritis dan mendalam terhadap bahan-bahan pustaka yang relevan.¹⁶ Dan alasan menggunakan library research karena peneliti membutuhkan data-data dari berbagai sumber literatur baik berupa buku, jurnal penelitian terdahulu sebagai sumber data penelitian guna untuk mendapatkan landasan teori mengenai masalah yang akan diteliti mengenai “Bagaimana etika komunikasi netizen di media sosial instagram dalam pandangan Islam”. Penelitian ini mendeskripsikan segala

¹⁵ Muhamad Irhamdi dengan judul “Menghadirkan Etika Komunikasi Dimedia Sosial (Facebook)”, *KOMUNIKE: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 10 (2), 139-152, 2018.

¹⁶ Khatiba. (2011) Penelitian Kepustakaan, *Jurnal Iqra'*, 5 (1), 36-39.

sesuatu yang berkaitan dengan Etika Komunikasi Netizen Di Media Sosial Instagram Dalam Pandangan Islam (Studi Pada Postingan Akun Instagram @denisechariesta91).

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah teknik dokumentasi dan teknik pengamatan. Teknik dokumentasi meliputi pengumpulan tangkapan layar pada pernyataan netizen di media sosial instagram yang berkaitan dengan etika komunikasi. Teknik pengamatan digunakan untuk mengamati lebih lanjut dari penggunaan bahasa sesuai data yang diinginkan dengan tema penelitian.

4. Sumber Data

Salah satu pertimbangan dalam memilih masalah penelitian adalah adanya sumber data. Sumber data adalah asal muasal data yang ada.

Dalam penulisan skripsi ini sumber data yang akan peneliti gunakan yaitu :

a. Sumber Primer

Sumber primer adalah sumber-sumber yang memberikan data secara langsung dari tangan pertama atau merupakan sumber asli. Dalam skripsi ini sumber primer pertama yang dimaksud berupa pengamatan di kolom komentar media sosial instagram Denise Chariesta dalam postingannya pada 5 juli sampai agustus 2023.

b. Sumber Sekunder

Sumber sekunder adalah sumber-sumber yang diambil dari sumber yang lain yang tidak diperoleh dari sumber primer. Dalam skripsi ini data sekunder dalam penelitian ini berupa penelitian terdahulu serta literatur pengetahuan seperti buku dan jurnal yang diantaranya :

- 1) Jalaluddin Rakhmat, *Islam Aktual* (Bandung: Mizan, 1991).
- 2) Dr. H. M. Tata Taufik, *Etika Komunikasi Islam* (Bandung: PustakaSetia, 2012).
- 3) Muslimah. 2016. Etika Komunikasi Dalam Perspektif Islam. *Sosial Budaya e-ISSN: 2407-1684. Vol. 13, No.2. pp. 115-125.*
- 4) Maya Sandra Rosita Dewi, “*Islam dan etika bermedia*”. *Research Fair Unisri. Vol. 3, No.1, januari 2019.*
- 5) Bahrudin, “*Prinsip-Prinsip Komunikasi Dalam Al-Qur’an*”. *Jurnal Ilmu Dakwah Vol. 15, Januari 2010.*
- 6) Cartonno. 2018. Komunikasi Islam Dan Interaksi Media Sosial. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi, Vol. 9, No. 2. pp. 59-74.*

5. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini setelah keseluruhan data terkumpul maka langkah selanjutnya penulis menganalisa data tersebut sehingga ditarik suatu kesimpulan. Untuk memperoleh hasil yang benar dan tepat dalam menganalisa data, penulis menggunakan teknik analisis menurut Khitbah (2011) sebagai berikut:

a. Analisis Deskriptif

Peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif dalam menganalisis data. Data yang diperoleh dari buku dan jurnal dalam penelitian ini di analisis dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif yaitu dengan cara data yang diperoleh dari buku, artikel dan jurnal dideskriptifkan secara menyeluruh. Data dari buku dan jurnal dalam penelitian merupakan cara paling utama yang menjadi bahan analisis data untuk menyelesaikan dan mendapatkan jawaban dari masalah penelitian. Analisis data dimulai dengan mencari sumber informasi dengan

membaca beberapa buku dan jurnal dan dipahami lalu dideskriptifkan dari beberapa informasi yang telah diperoleh dari pendapat buku yang berbeda namun dengan tema yang sama. Setelah membaca buku dan jurnal, peneliti mendeskriptifkan dari pengambilan informasi melalui studi literatur, lalu membuat kesimpulan. Setelah peneliti menulis dan mendeskriptifkan beberapa pendapat dari buku dan jurnal, selanjutnya peneliti membuat reduksi data dengan cara abstraksi, yaitu mengambil data yang sesuai dengan konteks penelitian dan mengabaikan data yang tidak diperlukan.¹⁷

H. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan yaitu urutan atau penjabaran secara deskriptif tentang hal-hal yang akan ditulis dan berkaitan maka membentuk totalitas dalam penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab.

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan menguraikan tentang penegasan judul, latar belakang masalah, focus dan sub focus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas landasan teori yang digunakan dalam penelitian yang berkaitan dengan etika komunikasi netizen di media sosial instagram dalam pandangan Islam.

BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

Bab deskripsi objek penelitian menguraikan tentang gambaran umum objek penelitian yang terdiri dari historia, lingkungan dan penyajian fakta-fakta serta data penelitian.

¹⁷ Khatiba. (2011) Penelitian Kepustakaan, *Jurnal Iqra'*, 5 (1), 38.

BAB IV ANALISIS PENELITIAN

Bab analisis penelitian ada dua yaitu analisis data penelitian dan temuan penelitian. Analisis data penelitian menguraikan tentang fakta dan data-data yang ditemukan dalam penelitian. Sedangkan temuan penelitian untuk menjawab rumusan masalah dan tujuan dari penelitian berdasarkan landasan teori yang telah digunakan.

BAB V PENUTUP

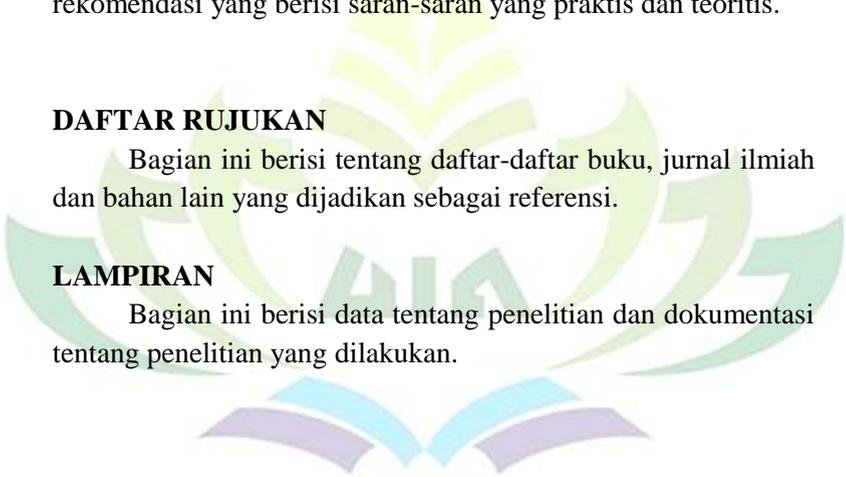
Bab penutup memaparkan tentang kesimpulan atas hasil pembahasan dari analisis penelitian dan temuan penelitian serta rekomendasi yang berisi saran-saran yang praktis dan teoritis.

DAFTAR RUJUKAN

Bagian ini berisi tentang daftar-daftar buku, jurnal ilmiah dan bahan lain yang dijadikan sebagai referensi.

LAMPIRAN

Bagian ini berisi data tentang penelitian dan dokumentasi tentang penelitian yang dilakukan.



BAB II

ETIKA KOMUNIKASI DAN MEDIA SOSIAL DALAM PANDANGAN ISLAM

A. Etika Komunikasi

1. Pengertian Etika Komunikasi

Etika merupakan seperangkat norma atau pedoman yang mengatur segala perilaku manusia, baik yang harus dilakukan dan yang harus ditinggalkan, yang dianut oleh sekelompok masyarakat. Sedangkan yang dimaksud komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan atau berita yang dimaksud dapat dipahami. Etika komunikasi dapat diartikan sebagai norma, nilai, atau perilaku baik dalam kegiatan komunikasi.¹⁸ Sebagai makhluk sosial, manusia dalam hidupnya tidak terlepas dari komunikasi. Dalam kehidupan bermasyarakat terdapat suatu sistem yang mengatur tentang tata cara individu-individu atau kelompok dalam bergaul. Tata cara pergaulan dalam masyarakat tersebut diadakan dengan tujuan.¹⁹ :

- 1) Menjaga kepentingan para pihak yang bersangkutan agar tidak merasa dirugikan.
- 2) Agar setiap tindakan dan tingkah laku masyarakat sesuai dengan adat kebiasaan yang berlaku dan tidak bertentangan dengan HAM.

Dalam kaitannya dengan komunikasi, etika komunikasi mencakup segala nilai dan norma yang menjadi standar dan acuan setiap orang dalam berkomunikasi dengan orang lain. Etika komunikasi menilai mana tindakan komunikasi yang baik dan buruk berdasarkan standar yang berlaku. Sehingga adanya etika komunikasi adalah untuk mencegah terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan, seperti

¹⁸Abi Asmana, Pengertian etika komunikasi tujuan dan manfaat etika komunikasi, <http://legalstudies71.blogspot.com/2019/07/pengertian-etika-komunikasi-tujuan-dan.html?m=1>, (diakses pada 06 Juni 2023, jam 21.42)

¹⁹ Ibid.,

kesalah pahaman, perselisihan, pertengkaran, dan lainlain. Etika komunikasi yang tidak diterapkan dalam pergaulan atau dalam komunikasi antar individu, kelompok, atau antar individu dan kelompok dalam suatu masyarakat dapat menyebabkan buruknya hubungan di antara mereka. Tentunya hal tersebut tidaklah baik, karena bagaimanapun juga sebagai makhluk sosial, manusia akan selalu membutuhkan manusia yang lainnya.

Etika sangat berkaitan dengan komunikasi, hal ini agar seseorang lebih berhati hati ketika melakukan komunikasi dengan orang lain supaya tidak terjadi kesalahpahaman saat menyampaikan pesan. Etika komunikasi mencoba untuk mengolaborasikan standar etis yang digunakan oleh komunikator dan komunikan. Setidaknya ada tujuan perspektif etika komunikasi yang bisa dilihat dalam perspektif yang bersangkutan.²⁰ Berikut beberapa perspektif etika komunikasi :

a. Perspektif Politik

Dalam perspektif ini, etika untuk mengembangkan kebiasaan ilmiah dalam praktek berkomunikasi, menumbuhkan bersikap adil dengan memilih atas dasar kebebasan, pengutamaan motivasi, dan menanamkan penghargaan atas perbedaan.

b. Perspektif Manusia

Sifat manusia yang paling mendasar adalah kemampuan menggunakan berpikir dan kemampuan menggunakan simbol. Ini berarti bahwa tindakan manusia yang benar-benar manusiawi adalah berasal dari rasionalitas yang sadar atas apa yang dilakukan dan dengan bebas untuk memilih melakukannya.

c. Pespektif dialogis

Komunikasi adalah proses transaksi dialog dua arah. Sikap dialog adalah sikap setiap partisipan komunikasi yang ditandai oleh kualitas keutamaan,

²⁰ Muhamad Mufid, Etika Dan Filsafat Komunikasi (Jakarta: Kencana,2009), 185

seperti keterbukaan, kejujuran, kerukunan, intensitas, dan lain-lainnya.

d. Perspektif situasional

Faktor situasional adalah relevansi bagi setiap penilaian moral. Ini berarti bahwa etika memerhatikan peran dan fungsi komunikator, standar khalayak, drajat kesadaran, tingkat urgensi pelaksanaan komunikator, tujuan dan nilai khalayak, standar khalayak untuk komunikasi etis.

e. Perspektif religius

Kitab suci atau *habit religious* dapat dipakai sebagai standar mengevaluasi etika komunikasi. Pendekatan alkitabiah dalam agama membantu manusia untuk menemukan pedoman yang kurang lebih pasti dalam setiap tindakan manusia

f. Perspektif utilitarium

Standar utilitarium untuk mengevaluasi cara dan tujuan komunikasi dapat dilihat dari adanya kegunaan, kesenangan, dan kegembiraan.

g. Perspektif legal

Prilaku komunikasi yang legal, sangat disesuaikan dengan peraturan yang berlaku dan dianggap sebagai prilaku yang etis.

2. Tujuan Etika Komunikasi

Etika komunikasi sangat diperlukan dalam kegiatan berkomunikasi dalam kehidupan bermasyarakat, agar komunikasi yang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan pesan yang ingin disampaikan juga dapat diterima dengan baik. Terdapat beberapa tujuan dari etika komunikasi, diantaranya adalah²¹ :

- a. Membantu individu atau kelompok dalam masyarakat untuk bertindak secara bebas tapi dapat dipertanggung

²¹Abi Asmana, *Pengertian etika komunikasi tujuan dan manfaat etika komunikasi*, <http://legalstudies71.blogspot.com/2019/07/pengertian-etika-komunikasi-tujuan-dan.html?m=1>, (diakses pada 06 Juni 2023, jam 21.57)

jawabkan.

- b. Membantu individu atau kelompok dalam masyarakat untuk dapat mengambil sikap atau tindakan secara tepat.
- c. Menciptakan rasa saling menghormati dan menghargai.

3. Manfaat Etika Komunikasi

Dalam pergaulan bermasyarakat, etika komunikasi memiliki banyak sekali manfaat, diantaranya yaitu.

- a. Melancarkan komunikasi dengan orang lain, sehingga hubungan yang sudah terjadi akan semakin erat.
- b. Memahami apa yang dikomunikasikan oleh orang lain, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik.
- c. Dengan mengikuti dan menaati etika yang berlaku, kita akan diterima dengan baik dalam lingkungan sosial masyarakat.
- d. Menumbuhkan rasa saling menghargai di antara anggota masyarakat.
- e. Mencegah individu atau kelompok untuk tidak bertindak atau berperilaku sembarangan atau seenaknya sendiri dalam berkomunikasi.
- f. Mempererat hubungan dengan orang lain

Etika komunikasi tidak hanya berkaitan dengan tutur kata yang baik saja, tetapi juga harus berangkat dari niat tulus yang diekspresikan dari ketenangan, kesabaran, dan empati kita dalam berkomunikasi.

B. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Menurut Mandiberg dalam Rulli Nasrullah media sosial adalah media yang mewadahi kerjasama di antara pengguna yang menghasilkan konten (*user-generated content*). Boyd dalam Rulli Nasrullah menjelaskan Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bahkan oleh editor sebagaimana di institusi media massa. Media sosial menurut Rulli Nasrullah yaitu medium di internet

yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein dalam Rulli Nasrullah mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah aplikasi kelompok berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*.”²² Dari definisi menurut beberapa para ahli tersebut, media sosial adalah aplikasi berbasis internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual dengan menghasilkan konten (*user-generated content*). Adapun beberapa jenis media sosial yang sering digunakan pada saat ini antara lain Facebook, Instagram dan Youtube.

2. Karakter Media Sosial

a. Jaringan (Network)

Kata “jaringan” *network* bias dipahami dalam terminology bidang teknologi seperti ilmu komputer yang berarti infrastruktur yang menghubungkan antara komputer dengan perangkat keras (*hardware*) lainnya. Koneksi ini diperlukan karena komunikasi bisa terjadi jika antar komputer terhubung, termasuk di dalamnya perpindahan data.

Media sosial memiliki karakter jaringan sosial. Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet. Namun sebagaimana ditekankan oleh Castells, struktur atau organisasi sosial yang terbentuk di internet berdasarkan jaringan informasi yang pada dasarnya beroperasi berdasarkan teknologi informasi dalam mikroelektronik.

²² Rulli Nasrullah, *Media Sosial* (Bandung: Simbiosia Rekatama Media, 2015), 11

Jaringan yang terbentuk antar pengguna (*users*) merupakan jaringan yang secara teknologi dimensi oleh perangkat teknologi, seperti komputer, telepon genggam, atau tablet.

b. Informasi (*Information*)

Informasi menjadi entitas yang penting dari media sosial. Sebab tidak seperti media-media lainnya di internet, pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi.

Terdapat 5 karakteristik dasar informasi yakni:

- 1) Informasi merupakan bahan baku ekonomi.
- 2) Teknologi informasi memberikan pengaruh terhadap masyarakat maupun individu
- 3) Teknologi informasi memberikan kemudahan dalam pengelolaan informasi yang memungkinkan logika jaringan diterapkan dalam institusi maupun proses ekonomi
- 4) Ketika teknologi informasi dan logika jaringan tersebut diterapkan, memunculkan fleksibilitas yang lebih besar dengan konsekuensi bahwa proses, organisasi, dan lembaga ekonomi dengan mudah dibentuk dan terus-menerus diciptakan
- 5) Teknologi individu telah mengerucut menjadi suatu sistem yang terpadu.

c. Arsip (*Archive*)

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapan pun dan melalui perangkat apa pun. Setiap informasi apa pun yang diunggah di instagram, facebook atau media sosial lainnya, informasi tersebut tidak hilang begitu saja saat pergantian hari, bulan, sampai tahun.²³

²³ Rulli Nasrullah, *Media Sosial* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), 22

d. Interaksi (*Interavtive*)

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antarpengguna. Jaringan ini tidak sekadar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower*) di internet semata, tetapi juga harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut. Secara sederhana interaksi yang terjadi di media sosial minimal berbentuk saling mengomentari atau memberikan tanda, seperti tanda jempol 'like' di instagram atau facebook.

e. Simulasi (*Simulation*) Sosial

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat di dunia virtual. Media sosial memiliki keunikan dan pola yang dalam banyak kasus bias berbeda dan tidak dijumpai dalam tatanan masyarakat yang real. Misalnya, pengguna media sosial bisa dikatakan sebagai warga Negara digital (*digital citizenship*) yang berlandaskan keterbukaan tanpa adanya batasan-batasan.

Layaknya masyarakat atau negara, di media sosial juga terdapat aturan dan etika yang mengikat penggunaannya. Aturan ini bisa dikarenakan perangkat teknologi itu sebagai sebuah mesin yang terhubung secara *online* atau bisa muncul karena interaksi di antara di media sosial.²⁴

f. Konten Oleh Pengguna (*User Generated Content*)

Karakteristik media sosial lainnya adalah konten oleh pengguna atau lebih populer disebut dengan *User Generated Content* (UGC). Term ini menunjukkan bahwa di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna dan pemilik akun.

UGC merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi. Situasi ini

²⁴ Rulli Nasrullah, *Media Sosial* (Bandung: Simbiosia Rekatama Media, 2015), 26

kelas berbeda jika dibandingkan dengan media lama (tradisional) di mana khalayaknya sebatas menjadi objek atau sasaran yang pasif dalam distribusi pesan. Media baru, termasuk media sosial menawarkan perangkat atau alat serta teknologi baru yang memungkinkan khalayak (konsumen) untuk mengarsipkan, memberi keterangan menyesuaikan, dan menyirkulasi ulang konten media (Jenkins, 2002).²⁵

g. Penyebaran (*Share/Sharing*)

Penyebaran (*Share/Sharing*) merupakan karakter lainnya dari media sosial. Medium ini tidak hanya menghasilkan konten yang dibangun dari dan dikonsumsi pengguna, tetapi juga didistribusikan dan dikembangkan oleh pengguna. Praktik ini merupakan ciri khas dari media sosial yang menunjukkan bahwa media khalayak aktif menyebarkan konten sekaligus mengembangkannya.

Penyebaran ini terjadi dalam dua jenis. Pertama, melalui konten. Di media sosial, konten tidak hanya diproduksi oleh khalayak pengguna, tetapi juga didistribusikan secara manual oleh pengguna lain. Secara otomatis program yang ada di tiap-tiap *platform* media sosial juga menyebarkan setiap konten yang telah terpublikasi dalam jaringan tersebut.

Kedua, melalui perangkat. Penyebaran melalui perangkat bias dilihat bagaimana teknologi menyediakan fasilitas untuk memperluas jangkauan konten, misalnya tombol '*share*' di youtube yang berfungsi untuk menyebarkan konten video, baik ke *platform* media sosial lainnya maupun media internet lainnya.²⁶

²⁵ Jenkins, B. 2002. *Learning Media. Dominant Publisher and Distributors*. New Delhi.

²⁶ Rulli Nasrullah, *Media Sosial* (Bandung: Simbiosia Rekatama Media, 2015), 33

3. Manfaat Media Sosial

Fenomena kehadiran media sosial sebagai dampak dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memang luar biasa. Dengan berbagai layanan yang dapat digunakan, media sosial telah merubah cara berkomunikasi dalam masyarakat, kehadiran media sosial bahkan membawa dampak dalam cara berkomunikasi disegala bidang, seperti komunikasi pemasaran, komunikasi politik dan komunikasi dalam sistem pembelajaran. Kehadiran media sosial tersebut ternyata membawa dampak perubahan cara berkomunikasi dari konvensional menjadi modern dan serba digital, namun juga menyebabkan komunikasi yang berlangsung efektif.²⁷

4. Instagram Sebagai Media Sosial

Instagram berasal dari pengertian keseluruhan fungsi pada aplikasi ini. Instagram terdiri dari dua kata “Insta” dan “Gram”. Kata “Insta” berasal dari kata “Instan”, yang berarti bahwa instagram menampilkan foto-foto secara instan layaknya kamera polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan “Gram” berasal dari kata “Telegram” yang berarti memiliki cara kerja untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sehingga Instagram dapat mengacu ke kata “Instan-Telegram”.²⁸ Dapat disimpulkan bahwa Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial termasuk milik instagram sendiri.²⁹

Sistem pertemanan di Instagram menggunakan istilah *Following* dan *followers*. Yang artinya (*following*) berarti mengikuti pengguna, dan (*followers*) berarti pengguna lain yang mengikuti akun. Setiap pengguna dapat berinteraksi dengan cara memberikan respon (*feedback*) dengan *like*

²⁷ Tasaqofatul Anis Mardiyah, “Wacana Pemindahan Ibu Kota di Media Sosial.” Skripsi (Purwokerto: Fak. Dakwah IAIN Purwokerto, 2020), 34.

²⁸ “Instagram” (on-line), tersedia di: <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>. diakses pada 07 Juni 2023

²⁹ Cartonno, “Kumunikasi Islam dan Interaksi Media Sosial”. Jurnal Dakwah dan Komunikasi. Vol. 9 No. 2, November 2018, 66

(suka) terhadap foto ataupun video yang dibagikan. Instagram juga memiliki fitur *comments* dimana pengguna dapat memberikan pikirannya, dan bebas memberikan komentar apapun terhadap foto atau pun video, baik itu berupa saran ataupun kritikan. Selain itu terdapat fitur *mentions* dimana fitur ini dapat memungkinkan penggunaanya untuk menambah atau memanggil pengguna lain, caranya dengan menambahkan tanda arroba (@) dan memasukkan nama akun insatagram pengguna tersebut.³⁰

Media sosial merupakan kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari. Pengguna media sosial saat ini menjadikan media sosial sebagai kebutuhan primer. Para penggunaanya dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, membuat blog dan lainnya yang dapat digunakan oleh masyarakat seluruh dunia. Kini mereka menggunakan media sosial bukan hanya untuk bercakap-cakap atau sekedar melihat-lihat tetapi mereka memanfaatkan media sosial yang ada. Menurut Arif Rohmadi, media sosial memiliki banyak manfaat diantaranya sebagai berikut:

a. Mendapatkan Informasi

Informasi yang dapat diperoleh melalui media sosial, seperti informasi beasiswa, pendidikan, lowongan pekerjaan, info seputar agama maupun hal-hal yang sedang trend yang dibicarakan banyak orang.

b. Menjalin Silaturahmi

Melalui sosial media, penggunaanya dapat melakukan komunikasi meski dengan jarak yang berjauhan dengan pengguna lain sehingga terjalin silaturahmi, baik dengan orang baru, teman lama, bahkan kerabat dan keluarga.

c. Kegiatan Sosial

Media sosial merupakan kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari. Pengguna media sosial saat ini menjadikan

³⁰ Nur Rohma, "Dakwah Melalui instagram (Studi Kasus Materi Dakwah Dalam Instagram Yusuf Mansyur, Felix Siauw, Aa Gym, Arifin Ilham)". (Skripsi Program UIN Walisongo, Semarang, 2016), 16

media sosial sebagai kebutuhan primer. Para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, membuat blog dan lainnya yang dapat digunakan oleh masyarakat seluruh dunia. Kini mereka menggunakan media sosial bukan hanya untuk bercakap-cakap atau sekedar melihat-lihat tetapi mereka memanfaatkan media sosial yang ada. Menurut Arif Rohmadi, media sosial memiliki banyak manfaat diantaranya sebagai berikut:³¹

d. *Branding*

Branding merupakan kumpulan kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh suatu perusahaan agar *brand* (merk) yang mereka tawarkan dikenal. Dalam perkembangan saat ini, branding tidak hanya dilakukan oleh perusahaan saja, namun meluas sampai tingkat personal (perorangan) atau yang lebih dikenal dengan personal branding.

e. Promosi

Adanya sosial media memudahkan orang mempromosikan produk atau jasa yang dimiliki, jika dahulu untuk berjualan harus berada dipinggir jalan, sekarang dari rumah pun kita bisa berjualan dengan menggunakan media sosial.

Instagram merupakan sebuah desain yang memiliki fungsi menjadi sebuah media komunikasi praktis dan menjadi sebuah media komunikasi melalui foto maupun video. Instagram merupakan situs yang digunakan untuk menampilkan berupa teks dan foto, yang seiring zaman digunakan sebagai penyampai pesan oleh para pembaca.³²

Seiring dengan perkembangan zaman, saat ini di Indonesia instagram lebih populer dibandingkan

³¹ Arif Rohmadi, Tiga Produktif Ber-Sosial Media (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2016), 2

³² Abu Bakar Fakmi, Mencerna Situs Jejaring Sosial (Jakarta: Elex Media Komputindo), 22

dengan facebook maupun twitter. Para pengguna instagram menggunakan layanan ini untuk hiburan maupun mencari informasi *online shop* dan mengunggah foto maupun video. Selain itu, dengan instagram dapat mengetahui berita terbaru dari publik figur. Dalam hal ini tidak ada yang bisa mengelak bahwa instagram sebagai platform media sosial yang akan semakin berpengaruh di masa mendatang.

5. Fungsi Media Sosial Instagram

Berikut merupakan fungsi media sosial instagram:³³

a. Interaksi antara pengguna instagram

Ini tentunya merupakan fungsi utama dari setiap aplikasi media sosial. Sebelumnya dikatakan bahwa interaksi spesifik instagram dapat melalui berbagi foto atau video dan mengirim pesan (DM). Ada juga fitur perekaman langsung atau fitur *insta story* yang populer, yang memungkinkan untuk berbagi kegiatan mereka melalui video langsung sambil berinteraksi dengan teman-teman yang menontonnya.

b. Rekomendasi tempat liburan

Tidak dapat dipungkiri bahwa sebagian besar foto atau video yang dibagikan diinstagram memberikan informasi dan keindahan tujuan wisata. Semua orang menginginkan perjalanan liburan yang yang diambil dalam foto atau video dan kemudian dibagikan ke instagram. Bagi teman atau pengguna lain, ini tentu merupakan keuntungan karena mereka bisa mengenal keindahan tempat wisata tanpa harus mencari di internet.

c. Mencari Dan Berbagi Informasi atau ilmu pengetahuan.

Tentu saja, di antara banyak pengguna instagram, anda akan menemukan akun non pribadi/pribadi dengan informasi dan keahlian

³³ Rulli Nasrullah, *Media sosial* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media,2015), 12

dibidang tertentu. Contohnya termasuk akun yang berbagi informasi kesehatan, informasi tujuan wisata, informasi yang jelas atau misterius, dan sebagainya. Menggunakan video juga dapat digunakan untuk berbagi tutorial, meskipun waktunya terbatas. tentu saja, ini bisa menjadi nilai positif dalam dirinya sendiri jika anda menggunakan instagram.

d. Sebagai Sarana Pemasaran

Pada saat ini, ada banyak pelaku bisnis atau penjual produk atau layanan yang mulai menggunakan pemasaran *online* atau *advertising*. Tidak hanya di situs web resmi anda dapat menggunakan media sosial dan dengan semakin populernya instagram, tentu saja menawarkan keuntungan tersendiri ketika produk atau layanan dipasarkan disini, serta fitur penerbitan foto yang dapat dengan dengan jelas menggambarkan produk yang anda tawarkan.

6. Netizen Dalam Media Sosial

Manusia karena makhluk sosial sehingga butuh terhadap suatu informasi yang tidak hanya terbatas pada surat kabar, majalah, televisi, ataupun radio sehingga sampai merambat ke media *online* misalnya sosial media. Media *online* sering disebut *new media* atau dikenal dengan internet. Media internet tersebut memungkinkan pertukaran informasi yang cepat dan tidak terbatas geografi, waktu dan sebagainya.³⁴ Namun tidak sebatas pertukaran informasi bahkan digunakan sebagai komunikasi.³⁵ Media sosial menghubungkan orang-orang dan memungkinkan mereka saling berbagi informasi dalam berbagai bentuk konten misalnya video, foto, dokumen, teks, dan sebagainya. Media

³⁴ Agianto, R., Setiawati, A. and Firmansyah, R. (2020) 'Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup dan Etika Remaja', *Tematik: Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 7(2), pp. 130–139.

³⁵ Lutfiyani, S., Purwanto, B. E. and Anwar, S. (2021) 'Sarkasme Pada Media Sosial Twitter dan Implikasinya Terhadap Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA', *Tabasa: Jurnal Bahasa, Sastra Indonesia, dan Pengajarannya*, 1(2).

baru ini hadir dalam perangkat *mobile / smartphone* sehingga membuat pengguna merasa nyaman dan betah.

Sosial media sangat menarik dari berbagai kalangan masyarakat Indonesia. Sesuai karakter penduduk yang *socialable*, maka netizen paling banyak adalah pengguna media sosial.³⁶ Dari anak-anak hingga orang-orang dewasa menggunakan sosial media untuk berbagai macam kegiatan. Media sosial yang sering digunakan ialah seperti youtube, facebook, twitter, instagram, path, line, whatsapp, tiktok.

Sosial media mempunyai keunggulan dan ketertarikan bagi penggunaannya sendiri. Media sosial banyak menawarkan kemudahan yang membuat pengguna betah berlama-lama dalam menggunakannya. Dari ketergantungan tersebut juga memberikan dampak positif maupun negatif. Adapun dampak negatifnya seperti, *hoax*, sarkasme, kata-kata tidak sopan, memaki, menghujat, memfitnah, *cyber bullying*.³⁷

Dalam bersosial media seharusnya tetap memperhatikan unsur etika agar tidak terjadi kerugian bagi pihak-pihak yang dirugikan dan berujung pada tindakan pelanggaran hukum. Etika berkomunikasi di internet dikenal dengan istilah *Netiket*. *Netiket* merupakan aturan dan tata cara penggunaan internet sebagai alat komunikasi atau pertukaran informasi antar-sekelompok orang dalam sistem yang termediasi. Dengan adanya *Netiket* diharapkan pengguna menerapkan etikanya tersebut.

Netizen yang dimaksud didalam penelitian ini adalah orang-orang pengguna media sosial khususnya Instagram yang memberikan komentarnya di akun Instagram milik Denise Chariesta berupa komentar yang tidak

³⁶ Afriani, F. and Azmi, A. (2020) 'Penerapan Etika Komunikasi di Media Sosial: Analisis Pada Grup WhatsApp Mahasiswa PPKn Tahun Masuk 2016 Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang', *Journal of Civic Education*, 3(3), pp. 331–338.

³⁷ Febriyanti, S. N. and Tutiasri, R. P. (2018) 'Etika Komunikasi Netizen Di Media Sosial (Studi Etnografi Virtual Terhadap Etika Berkomunikasi Netizen Dalam Menerima Berita dan Informasi Pada Halaman Facebook E100 Radio Suara Surabaya)', *Jurnal Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jatim*, 1(1).

memperhatikan unsur etika berkomunikasi terkait postingan Denise Chariesta tentang open donasi dirinya.

C. Etika Komunikasi Dalam Pandangan Islam

1. Komunikasi Islam

Dalam pergaulan hidup bermasyarakat, bernegara hingga pergaulan hidup tingkat internasional diperlukan suatu sistem yang mengatur bagaimana seharusnya manusia bergaul. Sistem pengaturan pergaulan tersebut menjadi saling menghormati dan dikenal dengan sebutan sopan santun, tata krama, protokoler dan lain-lain. Maksud pedoman pergaulan tidak lain untuk menjaga kepentingan masing-masing yang terlibat agar mereka senang, tenang, tentram, terlindung tanpa merugikan kepentingannya serta terjamin agar perbuatannya yang tengah dijalankan sesuai dengan adat kebiasaan yang berlaku dan tidak bertentangan dengan hak-hak asasi umumnya. Hal itulah yang mendasari tumbuh kembangnya etika di masyarakat.³⁸

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.³⁹ Sedangkan menurut Ahmad Amin, etika adalah ilmu yang menjelaskan arti baik dan buruk, menjelaskan apa yang seharusnya dilakukan oleh manusia, menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia dalam perbuatannya dan menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang seharusnya diperbuat.⁴⁰

³⁸ Maya Sandra Rosita Dewi, “Islam dan etika bermedia”. Research Fair Unisri. Vol. 3, No.1, Januari 2019, 142

³⁹ Muhammad Mufid, *Etika dan Filsafat Komunikasi* (Yogyakarta: Kanisius, 2007), 173.

⁴⁰ Muslimah. 2016. *Etika Komunikasi Dalam Perspektif Islam*. Sosial Budaya e-ISSN:2407-1684. Vol. 13, 115

Selanjutnya komunikasi sendiri berasal dari kata “*communication*” yang dalam bahasa Inggris berarti perhubungan, kabar, perkabaran. Jadi komunikasi dapat diartikan sebagai suatu proses sosial yang sangat mendasar dalam kehidupan bermasyarakat. Ketika etika digabungkan dengan komunikasi, maka etika tersebut menjadi pondasi dasar dalam berkomunikasi, etika dapat memberikan landasan moral dalam membangun tata susila terhadap semua sikap dan perilaku seseorang dalam berkomunikasi.⁴¹

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. Tanpa adanya etika, komunikasi dapat dikatakan tidak etis.⁴²

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. Sehingga bentuk komunikasi demikian akan menciptakan suatu komunikasi dua arah yang mencirikan penghargaan, perhatian dan dukungan timbal balik antara pihak-pihak yang berkomunikasi.⁴³

Komunikasi Islam adalah proses menyampaikan pesan-pesan tentang keIslaman dengan menggunakan prinsip-prinsip komunikasi yang di ajarkan dalam Islam. Komunikasi yang baik bagi umat Islam adalah komunikasi yang sesuai dengan kaidah agama, nilai-nilai yang terkandung dalam Al Quran dan Hadits. Kaitan antara nilai etis dengan norma yang berlaku sangat erat. Selain agama sebagai asas kepercayaan atau keyakinan masyarakat,

⁴¹ Ibid., 116

⁴² Carton, “*Komunikasi Islam dan Interaksi Media Sosial*”. Jurnal Dakwah dan Komunikasi. Vol. 9 No. 2, November 2018, 65

⁴³ Andy Corry, “*Etika Berkomunikasi dalam Penyampaian Aspirasi*. Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanegara, 1 Januari 2009, 15

ideologi juga menjadi tolak ukur norma yang berlaku. Dalam Pancasila, sebagai ideologi dalam bernegara, berbangsa dan bermasyarakat di Indonesia, terdapat tolak ukur komunikasi.⁴⁴

Pada prinsipnya, komunikasi Islam tidak hanya sekedar menyampaikan pesan, merubah sikap dan perilaku komunikan. Lebih dari itu, komunikasi Islam menyampaikan kemaslahatan dan kemuliaan antara komunikator dan komunikan. Oleh sebab itu, komunikasi Islam menjadi lebih unggul apabila dibandingkan dengan komunikasi Barat. Komunikasi sangat berpengaruh terhadap kelanjutan hidup manusia, komunikasi juga berpengaruh terhadap kualitas berhubungan dengan sesama. Komunikasi yang dimaksud adalah komunikasi yang Islami, yaitu komunikasi yang berakhlak karimah atau beretika.⁴⁵

Etika mendukung keberadaan agama, di mana etika sanggup membantu manusia dalam menggunakan akal pikiran untuk memecahkan masalah. Perbedaan antara etika dan ajaran moral agama yaitu etika mendasarkan diri pada argumentasi rasional. Sedangkan agama menuntut seseorang untuk mendasarkan diri pada wahyu Tuhan dan ajaran agama. Ada etika dalam agama dan sebaliknya agama merupakan salah satu norma dalam etika. Keduanya berkaitan, namun terpisahkan secara teoritis.

Pelanggaran terhadap suatu etika yang berlaku, tidak hanya dapat merugikan seseorang yang melakukan perbuatan tersebut, tetapi juga dapat merugikan orang lain, baik secara individu maupun secara kolektif. Dalam bidang komunikasi, pelakunya harus juga tunduk terhadap norma atau etika yang berlaku di masyarakat lingkungannya. Selaku warga negara Indonesia, ia harus bertumpu kepada nilai-nilai Pancasila sebagai sumber nilai utama yang dijadikan acuan etis.

⁴⁴ H. Mafri Amir, *Etika Komunikasi Massa dalam Pandangan Islam* (Jakarta: PT. LogosWacana Ilmu, 1999)

⁴⁵ Najahan Musyafak, *Islam dan Ilmu Komunikasi* (Semarang: CV. Karya Abadi Jaya, 2015)

Sebagai penganut agama Islam, tentu juga harus mendasarkan kepada norma etika yang terdapat dalam ajaran Islam.⁴⁶

Komunikasi dalam Islam dianggap sebagai fitrah manusia. Manusia diberi kelebihan dari makhluk lainnya dalam segi komunikasi. Seperti yang tertuang dalam Al-Qur'an surat Ar-Rahman ayat 1-4 yang dijelaskan dengan kata "Al-Bayan" (pandai berbicara). Dalam tafsir Fath Al-Qodir kata "AlBayan" diartikan sebagai kemampuan berkomunikasi. Dengan kemampuan tersebut manusia menjadi makhluk yang terus berkembang berdasarkan kemampuan dan kebutuhannya dalam berkomunikasi.⁴⁷ Dapat dikatakan dari 75% waktu yang dimiliki manusia dihabiskan untuk berkomunikasi, sehingga sangat tepat jika dikatakan manusia tidak bisa jika tidak berkomunikasi.

Komunikasi dalam perspektif Islam dipandang sebagai upaya untuk membangun hubungan secara vertikal dengan Allah SWT (Hablumminallah) dan juga secara horizontal yaitu hubungan dengan sesama manusia (hablumminanas). Komunikasi yang tercermin dengan Allah SWT melalui ibadah-ibadah yang telah ditentukan seperti shalat, zakat, puasa, haji, zikir dan sebagainya dengan tujuan untuk mendekatkan diri kepada Allah dan menjadikan hamba yang bertakwa. Sedangkan komunikasi dengan sesama manusia tercermin dalam aspek kehidupan manusia, seperti sosial, budaya, ekonomi, politik dan sebagainya dengan tujuan menciptakan kebaikan dan kesejahteraan umat manusia. Komunikasi Islam dapat dipahami sebagai suatu proses kegiatan menyampaikan pesan maupun informasi dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan prinsip maupun kaidah komunikasi yang

⁴⁶ H. Mafri Amir, *Etika Komunikasi Massa dalam Pandangan Islam* (Jakarta: PT. LogosWacana Ilmu, 1999)

⁴⁷ Saefullah, *Kapita Selekt Komunikasi : Pendekatan Budaya dan Agama* (Bandung: Simbiosis Rekatama media, 2007), 67

terdapat dalam Al-Qur'an dan Sunnah nabi Muhammad SAW.

Al-Syaukani dalam buku Tafsir Fath Al-Qadir mengartikan al-bayan sebagai kemampuan berkomunikasi. Selain al-bayan, kata kunci untuk komunikasi dalam Al-Qur'an adalah al-qaul. Dengan memperhatikan kata alqaul yang masuk dalam konteks perintah (*amr*), maka dapat disimpulkan ada enam prinsip komunikasi yang disebutkan dalam Al-Qur'an, yaitu:

a. *Qaulan Sadidan*

Qaulan Sadidan adalah kemampuan berkata benar atau berkomunikasi dengan baik.⁴⁸ Wahbah Al-Zuhailly mengartikan *Qaulan Sadidan* adalah ucapan yang benar bukan yang bathil. Dalam hal ini berarti ucapan yang tepat dan bertanggung jawab, yaitu ucapan yang tidak bertentangan dengan ajaran Islam.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa *Qaulan Sadidan* adalah ucapan yang jujur, tidak bohong, tidak memanipulasi fakta, benar sesuai dengan ajaran Islam. Dalam berkomunikasi harus berkata sesuai dengan apa yang terjadi sehingga terhindar dari informasi yang bersifat bohong.

b. *Qaulan Baligha*

Kata baligha berarti tepat, fasih, lugas, dan jelas maknanya. *Qaulan Baligha* berarti menggunakan kata-kata yang mudah dimengerti, efektif, baku, tepat sasaran, tidak berbelit-belit dan langsung ke pokok masalah (*stratight to the point*).⁴⁹ Agar komunikasi tepat sasaran, pesan yang disampaikan hendaklah sesuai dengan intelektualitas komunikan dan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti.

Gaya bicara dalam berkomunikasi dengan orang awam tentu berbeda dengan kalangan

⁴⁸ Rahmat, Efektifitas Berkomunikasi dalam Islam (Bandung: Mizan, 1999),

⁴⁹ Jalaluddin Rahmat, Islam Aktual (Jakarta: Mizan, 1996), 83

ceudekiawan. Berbicara dengan orang tua tentu berbeda dengan teman. Ketika berkomunikasi di media khususnya media massa menggunakan bahasa jurnalistik sebagai bahasa komunikasi massa. Berbicara dengan anak kecil tentu berbeda dengan mahasiswa. Hal ini karena kapasitas dan kemampuan tiap orang yang berbeda-beda.

c. *Qaulan Ma'rufa*

Qaulan Ma'rufa artinya perkataan yang baik, ungkapan yang pantas, santun dan tidak mencari kesalahan orang lain atau menyinggung perasaan. Dalam hal ini sebagai seorang muslim, ketika menggunakan Instagram kita harus menggunakan kata-kata yang baik. Jangan sampai mencari kejelekan orang lain, menghasut, menghujat dan memfitnah. Untuk mewujudkan komunikasi yang baik seseorang harus berhati hati dan memikirkan apa yang akan diucapkan. Jika tidak hal ini akan menjadi malapetaka atau bencana.

d. *Qaulan Karima*

Imam Ibnu Katsir menjelaskan *Qaulan Karima* adalah perkataan yang lembut, diiringi rasa hormat dan mengagungkan, mulia, enak didengar dan bertata krama. Dalam konteks jurnalistik dan penyiaran, *Qaulan Karima* bermakna menggunakan kata-kata yang tidak kasar, tidak vulgar, santun, dan menghindari “*bad taste*”, seperti jijik, muak dan sadis.

e. *Qaulan Layyina*

Qaulan Layyina berarti pembicaraan yang lemah-lembut, dengan suara yang enak didengar, dan penuh keramahan, sehingga dapat menyentuh hati. Dalam Tafsir Ibnu Katsir disebutkan, yang dimaksud layyina ialah kata kata sindiran yang lembut, bukan dengan kata kata terus terang atau lugas, apalagi kasar.

f. *Qaulan Masyura*

Qaulan Masyura adalah perkataan atau ucapan yang mudah, yakni mudah dimengerti, mudah dicerna dan dipahami oleh komunikan. Makna lainnya yaitu kata-kata yang menyenangkan atau berisi hal-hal menggembirakan via perkataan yang mudah dan tidak menimbulkan masalah.⁵⁰ Untuk menciptakan komunikasi yang baik, seseorang tentu harus selalu berhati-hati mengenai apa yang akan diucapkan. Lisan diibaratkan seperti pisau, jika salah menggunakannya akan melukai banyak orang. Di zaman modern ini, ketajaman lisan terkadang hadir dalam aktivitas di media sosial melalui status dan komentar yang ditulis. Oleh karena itu, sudah seharusnya sebagai umat Islam membuat status dan komentar di media sosial dengan tidak menyebarkan berita bohong dan hal-hal yang menyinggung orang lain.

2. Etika Komunikasi Islam

Islam adalah pedoman kehidupan, yang berisi berbagai panduan atau aturan dalam semua wilayah komunikasi manusia. Oleh sebab itu, panduan atau aturan tersebut patut untuk dijadikan sebagai prinsip-prinsip. Prinsip sendiri merupakan suatu pedoman yang membuat manusia mengartikan suatu kejadian, serta membuat penilaian tentang sesuatu, lalu memutuskan mengenai bagaimana seharusnya bereaksi dalam situasi tersebut.⁵¹

Berdasarkan hal tersebut, Islam menyampaikan bahwa aturan dalambentuk yang ideal komunikasi sebagai 2 sumber dasar yang disebut dengan Islam Syariah.

Berikut merupakan aturan komunikasi Islam yang terdiri dari :⁵²

⁵⁰ Jalaluddin Rahmat, Psikologi Komunikasi (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), 83

⁵¹ Cartono, “Kumunikasi Islam dan Interaksi Media Sosial”. Jurnal Dakwah danKomunikasi. Vol. 9 No. 2, November 2018, 65

⁵² Harjani Hefni, *Komunikasi Islam* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015)

a. Kejujuran

Ketika kita menyampaikan pesan atau sebuah informasi, harus dilandasi dengan kejujuran. Karena kejujuran merupakan sifat utama yang harus dimiliki oleh manusia.

b. Kesadaran dalam pengawasan Allah SWT

Di dalam prinsip pengawasan orang-orang yang melakukan komunikasi akan semakin memperhatikan kata-kata yang akan digunakan. Ketika berbicara untuk dapat menemukan kata atau kalimat mana yang baik untuk diucapkan dan tidak baik ketika diucapkan.

c. Berkata positif

Suatu hal utama yang diterapkan dalam berkomunikasi ataupun berinteraksi kepada teman-teman ataupun kepada orang. Berkata positif memberikan suatu pengajaran yang baik dan mengetahui isi mengenai prinsip komunikasi Islam sehingga dalam berinteraksi kepada orang lain kita tidak asal bicara dalam berkomunikasi.

d. Saling mempengaruhi

Ketika manusia melakukan komunikasi kalimat atau kata yang digunakan harus dapat mempengaruhi orang lain atau mengajak banyak orang dalam berbuat kebaikan sehingga komunikasi yang dijalankan dapat bermanfaat dan berguna di masyarakat.

e. Pahala dan dosa

Setiap keterangan atau pernyataan yang dibuat oleh seseorang, baik tertulis maupun lisan, berpotensi mendatangkan pahala atau dosa. Tindakan berikut dapat diambil untuk menjauhkan diri dari dosa dan mendapatkan pahala: 1) Dilarang berkata kasar atau kotor. 2) Memberi inspirasi supaya berbicara baik dan lembut.

DAFTAR RUJUKAN

Rujukan Buku

- Abu Bakar Fakmi, *Mencerna Situs Jejaring Sosial* (Jakarta: Elex Media Komputindo).
- Andy Corry, “*Etika Berkomunikasi dalam Penyampaian Aspirasi*.” Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanegara, 1 Januari 2009.
- Arif Rohmadi, *Tiga Produktif Ber-Sosial Media* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2016).
- Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook*, (Jakarta: Media Kita, 2012).
- Dr. Adie E. Yusuf “*Etiket Berkomunikasi*” Binus University Character Development Center, 20 April 2021. Diakses 26 Oktober 2023 Jam 12:44 WIB.
- Drs. Cholid Narbuko, Drs.H. Abu Achamdi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta:PT BumiAksara, 2015).
- H. A. A. Dahlan, K.H.Q Shaleh, *Asbab Nuzul*(Diponogoro : CV. Penerbit Diponogoro, 2000).
- H. Mafri Amir, *Etika Komunikasi Massa dalam Pandangan Islam* (Jakarta: PT. LogosWacana Ilmu, 1999)
- Hafied Cangara, *Pengertian Ilmu Komunikasi edisi kedua* (Jakarta:PT RajaGrafindo Persada,2012).
- Haryatmoko, *Etika Komunikasi: Manipulasi Media, Kekerasan dan Pornografi* (Yogyakarta: Kanisius, 2007).
- Hauben, M. *The net and netizens: The impact the net has on people’s lives; Michael Hauben & Ronda Hauben. Netizens: On the history and impact of usenet and the internet. Indianapolis, US: Wiley-IEEE Computer Society Press. (1997).*
- Jalaluddin Rahmat, *Islam Aktual* (Jakarta: Mizan, 1996).
- Jalaluddin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001
- Jenkins, B. 2002. *Learning Mamalia. Dominant Publisher and Distributors*. New Delhi.
- Mahi M. Hikmat, “*Jurnalistik: Literary Journalism*”, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018).
- Moh Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005).

- Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial* (Yogyakarta:Erlangga,2009).
- Muhammad Mufid, *Etika dan Filsafat Komunikasi* (Yogyakarta: Kanisius,2007).
- Muhammad Mufid, *Etika dan Filsafat Komunikasi*, Jakarta: Kencana, 2009
- Najahan Musyafak, *Islam dan Ilmu Komunikasi* (Semarang: CV. Karya Abadi Jaya, 2015)
- Nur Rohma, “Dakwah Melalui instagram (Studi Kasus Materi Dakwah Dalam Instagram Yusuf Mansyur, Felix Siauw, Aa Gym, Rahmat, Efektifitas Berkomunikasi dalam Islam (Bandung: Mizan, 1999).
- Rulli Nasrullah, *Media Sosial* (Bandung: Simbiosia Rekatama Media,2015)
- Saefullah, *Kapita Selekta Komunikasi : Pendekatan Budaya dan Agama* (Bandung: Simbiosia Rekatama media, 2007).
- Saifuddin Azmar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001).
- Suharsimi Arikunto, prosedur penelitian suatu pendekatan praktik,(Jakarta:PT RinekaCipta,1998), cetakan kesebelas.
- Zed Mestika, *Metode Penelitian Kepustakaan*, (Jakarta: Yayasan Bogor Indonesia,2004).

Rujukan Jurnal

- Afriani, F. and Azmi, A. (2020) ‘Penerapan Etika Komunikasi di Media Sosial : Analisis Pada Grup WhatsApps Mahasiswa PPKn Tahun Masuk 2016 Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang’, *Journal of Civic Education*, 3(3), pp. 331–338.
- Febriyanti, S. N. and Tutiasri, R. P. (2018) ‘ETIKA KOMUNIKASI NETIZEN DI MEDIA SOSIAL (Studi Etnografi Virtual Terhadap Etika Berkomunikasi Netizen Dalam Menerima Berita dan Informasi Pada Halaman Facebook E100 Radio Suara Surabaya)’, *Jurnal Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jatim*, 1(1).
- Agianto, R., Setiawati, A. and Firmansyah, R. (2020) ‘Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup dan Etika

- Remaja', *Tematik: Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 7(2), pp. 130–139.
- Cartono, “*Kumunikasi Islam dan Interaksi Media Sosial*”. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*. Vol. 9 No. 2, November 2018.
- Corry, Andy “*Etika Berkomunikasi dalam Penyampaian Aspirasi*”. *Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanegara*, 1 Januari 2009.
- Deslima, Yosieana Duli. “Pemanfaatan Instagram sebagai Media Dakwah bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung.” *At Tabsyir Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Kudus*, vol.7,no.1(2020) -23
- Dewi , Maya Sandra Rosita, “*Islam dan etika bermedia*”. *Research Fair Unisri*. Vol. 3, No.1, Januari 2019.
- Lutfi Muawanah dengan judul “*Etika Komunikasi Netizen Di Instagram Dalam Perspektif Islam*”, *Ath-Thariq*, Vol. 05, No. 02, Juli-Desember 2021.
- Lutfiyani, S., Purwanto, B. E. and Anwar, S. (2021) ‘*Sarkasme Pada Media Sosial Twitter dan Implikasinya Terhadap Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA*’, *Tabasa: Jurnal Bahasa, Sastra Indonesia, dan Pengajarannya*, 1(2).
- Muhamad Irhamdi dengan judul “*Menghadirkan Etika Komunikasi Dimedia Sosial (Facebook)*”, *KOMUNIKE: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 10 (2), 139-152, 2018.
- Muslimah. 2016. *Etika Komunikasi Dalam Perspektif Islam*. Sosial Budaya e-ISSN:2407-1684. Vol. 13,
- Nurrachmi F, S., & Puspita T, R. (2018). *Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial (Studi Etnografi Virtual Terhadap Etika Berkomunikasi Netizen dalam Menerima Berita dan Informasi pada Halaman Facebook E100 Radio Suara Surabaya)*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 1-9s.
- Sumarjo, *Ilmu Komunikasi Dalam Perspektif Al-Qur’an*. INOVASI Vol. 8, 1693-9034, No. 1, 2011.

Rujukan Website

- Abdul Muid, “*Pesan imam syafii tentang menjaga lisan*”, <https://bincangsyariah.com/kalam/menjaga-terplesetnya-lisan/> (diakses pada 08 Juni 2023, Jam 21.33 WIB)

Abi Asmana, Pengertian etika komunikasi tujuan dan manfaat etika komunikasi,

<http://legalstudies71.blogspot.com/2019/07/pengertian-etika-komunikasi-tujuan-dan.html?m=1>, (diakses pada 06 Juni 2023, jam 21.42)

<http://bahasyuk.blogspot.com/2015/12/arti-kata-netizen-beserta-penjelasan.html> Di akses pada tanggal 07 Juni 2023

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/netizen>. Diakses Pada 06 Juni 2023

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20210225115954-185-610735/riset-netizen-di-indonesiapaling-tak-sopan-se-asia-tenggara> pada tanggal 06 Juni 2023

<https://www.dailysia.com/biodata-profil-dan-fakta-denise-chariesta/> diakses pada 09 Oktober 2023 Jam 14:55 WIB.

<https://radarsulbar.fajar.co.id/2023/07/06/denise-chariesta-open-donasi-karena-hamil-tanpa-suami/> diakses pada 09 Oktober 2023 Jam 16:00 WIB.

M. Ikhsan, Netizen di Indonesia Paling Tak Sopan se-Asia Tenggara, diakses

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20210225115954-185-610735/riset-netizen-di-indonesiapaling-tak-sopan-se-asia-tenggara> pada tanggal 06 Juni 2023



Tangkapan Layar Komentar Netizen Di Akun Instagram @DeniseChariesta91.



Komentar

 **diah.mam.aqilla** 12 mg ♥

Cb aja dehkh klo mmg px muka tembok minta sumbangan sm bu Ayu @mrsayudewi Mantan laki lu yg dlu prnh lu embat.. Karma is Real. Inget hukum Alam, Apa yg lu tabur itulah yg lu Tuai

Balas

 **nonikiky** 13 mg ♥

akibat open bo aku harus menanggung open donasi beginilah kira2 juduli ftv yg tepat..

Balas

— Lihat 1 balasan

Komentar

 **jubeeerr** 13 mg ♥

SAMPAH 10

Balas

 **jubeeerr** 13 mg ♥

TOLOL SETOLOL E MANUSIAAA 9

Balas

 **juliamisty** 🔒 30 mg ♥

Denise mamah kamu kan prnh bilang di youtube kalo cowok mu ga bsa tanggung jawab mamah kamu pun msh sanggup biayain anak kamu dan beliau berbesar hati menerima smuanya dengan lapang dada atas apa yg udh terjadi. Saran aku nih gausah posting bikin donasi kayak gini ya, di luaran sana netizen jg banyak yg senasib mungkin sama kamu tapi mreka bsa fight loh buat anaknya. Jangan demi konten jg kasian nanti kalo anak mu besar tau atas sikap kamu bgni. Lebih baik persiapkan mental buat jd seorang ibu agar nantinya tdk baby blues, dll.

Balas

 **nowvena** 30 mg ♥

Tolol lu uda ke pipa rucika, ce. Mengalir sampai jauh. 1

Balas

— Lihat 1 balasan

 **susah.tidur666** 30 mg ♥

Efek samping memelihara burung liar @ekspresidiam 2

Balas

— Lihat 8 balasan

 **towy_fernandes** 30 mg ♥

Makanya jangan maksiat terus cok 1

Balas

— Lihat 1 balasan



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
PUSAT PERPUSTAKAAN**

Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame I, Bandar Lampung 35131
Telp. (0721) 780887-74531 Fax. 780422 Website: www.radenintan.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: B - 2943/ Un.16 / P1 /KT/XI/ 2023

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Dr. Ahmad Zarkasi, M. Sos. I
NIP : 197308291998031003
Jabatan : Kepala Pusat Perpustakaan UIN Raden Intan Lampung
Menerangkan bahwa artikel ilmiah dengan judul

ETIKA KOMUNIKASI NETIZEN DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PANDANGAN ISLAM

Karya :

NAMA	NPM	Fak/Prodi
Bima Pranico Ara Rizky	1941010558	FDIK/KPI

Bebas plagiasi sesuai dengan tingkat kemiripan sebesar 20%. Dan dinyatakan lulus dengan bukti terlampir.

Demikian Keterangan ini kami buat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Bandar Lampung, 23 November 2023
Kepala Pusat Perpustakaan


Dr. Ahmad Zarkasi, M. Sos. I
 NIP. 197308291998031003

Ket:

1. Surat Keterangan Cek Turnitin ini Legal & Sah, dengan Stempel Asli Pusat Perpustakaan.
2. Surat Keterangan ini Dapat Digunakan Untuk Repository
3. Lampirkan Surat Keterangan Lulus Turnitin & Rincian Hasil Cek Turnitin ini di Bagian Lampiran Skipksi Untuk Salah Satu Syarat Penyebaran di Pusat Perpustakaan

ETIKA KOMUNIKASI NETIZEN DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PANDANGAN ISLAM

by Perpustakaan Pusat

Submission date: 22-Nov-2023 01:52PM (UTC+0700)

Submission ID: 2235965906

File name: BIMA_PRANICO_ARA_RIZKY_1.docx (830.24K)

Word count: 6859

Character count: 45509

ETIKA KOMUNIKASI NETIZEN DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PANDANGAN ISLAM

ORIGINALITY REPORT

20% SIMILARITY INDEX	21% INTERNET SOURCES	12% PUBLICATIONS	13% STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	----------------------------	------------------------------

PRIMARY SOURCES

1	repository.unmuha.ac.id Internet Source	2%
2	abdidas.org Internet Source	1%
3	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	1%
4	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet Source	1%
5	jurnal.untidar.ac.id Internet Source	1%
6	www.indonesiabaik.id Internet Source	1%
7	etheses.uinsgd.ac.id Internet Source	1%
8	radarjogja.jawapos.com Internet Source	1%
9	porsiwp.eumroh.com Internet Source	1%

10	jurnal.iainkediri.ac.id Internet Source	1%
11	Submitted to Submitted on 1688612470110 Student Paper	1%
12	jurnal.lp2msasbabel.ac.id Internet Source	1%
13	repository.uksw.edu Internet Source	1%
14	www.islampos.com Internet Source	1%
15	wahyuababil.blogspot.com Internet Source	1%
16	pdffox.com Internet Source	1%
17	syekhnrjati.ac.id Internet Source	1%
18	Rosniar Rosniar. "PRINSIP KOMUNIKASI ISLAM TENTANG DIALOG (Kajian Kepustakaan terhadap Komunikasi Interpribadi)", Al-Din: Jurnal Dakwah dan Sosial Keagamaan, 2019 Publication	1%
19	medialokal.co Internet Source	<1%
20	Submitted to Universitas Negeri Padang Student Paper	<1%

21	repository.syekhnurjati.ac.id Internet Source	<1%
22	Submitted to University of Malaya Student Paper	<1%
23	Submitted to IAIN Bengkulu Student Paper	<1%
24	buletin-alanwar.ppanwarulhuda.com Internet Source	<1%
25	repository.ptiq.ac.id Internet Source	<1%
26	Submitted to Universidad Francisco de Paula Santander Student Paper	<1%
27	rossirahardjo.wordpress.com Internet Source	<1%
28	Arifin Hidayatullah, Iqrom Faldiansyah. "ETIKA KOMUNIKASI "AOK"", KOMUNIKASIA: Journal of Islamic Communication and Broadcasting, 2022 Publication	<1%
29	repository.unpas.ac.id Internet Source	<1%
30	e-journal.iain-palangkaraya.ac.id Internet Source	<1%
	eki-blogger.blogspot.com	

31	Internet Source	< 1%
32	journal.uinmataram.ac.id Internet Source	< 1%
33	eprints.stainkudus.ac.id Internet Source	< 1%
34	eprints.umk.ac.id Internet Source	< 1%
35	jikbodo.wordpress.com Internet Source	< 1%

Exclude quotes On

Exclude matches < 5 word

Exclude bibliography On