

## BAB II

### STANDARISASI DALAM BERSOSIAL MEDIA

#### A. Etika Komunikasi

Komunikasi tidak pernah lepas dari kehidupan kita sehari-hari sebagai makhluk sosial, semua gerak gerik serta tingkah laku kita adalah komunikasi. Di dalam berkomunikasi di kehidupan sehari-hari terdapat etika yang harus kita pahami untuk terjalin komunikasi yang harmonis. Etika adalah nilai atau norma yang merupakan hasil dari kesepakatan manusia yang dijadikan pandangan dan pedoman dalam bertingkah laku, maka dari itu etika komunikasi adalah hal yang penting untuk dipahami dan diketahui di dalam menjalani kehidupan kita sebagai makhluk bersosial.<sup>1</sup> Etika juga sering disamakan dengan moralitas.

Namun yang membedakan etika dan moralitas adalah nilai-nilai perilaku orang atau masyarakat yang dapat ditemukan dalam kehidupan nyata manusia sehari-hari. Etika sendiri mencakup persoalan-persoalan tentang hakikat kewajiban moral, prinsip-prinsip moral dasar yang harus manusia ikuti dan apa yang baik bagi manusia. Komunikasi merupakan sarana untuk terjalinnya hubungan antar seseorang dengan orang lain. Tetapi kadang kala ketika kita sedang berkomunikasi tidak memperhatikan etika komunikasi dengan baik

---

<sup>1</sup> Onong Uchjana Effendi, *Dinamika Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2000), 4.

Pentingnya penanaman etika komunikasi kepada setiap orang adalah agar mereka lebih baik menghargai orang yang diajak berkomunikasi. Dengan adanya komunikasi, maka terjalinlah hubungan dan interaksi timbal balik. Etika komunikasi adalah hal yang sangat penting baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Namun, di dalam berkomunikasi tersebut ada hal yang menjadi sorotan yaitu kurangnya etika komunikasi seperti tata krama sehingga terkadang menimbulkan permasalahan. Maka dari itu etika komunikasi yang baik sangat penting dipahami dan diterapkan untuk membina hubungan yang harmonis di dalam kehidupan.<sup>2</sup>

Etika komunikasi yang baik akan menciptakan hubungan yang baik dan harmonis antar manusia. Sebaliknya tanpa adanya pengetahuan etika komunikasi maka akan terjadinya kesalahpahaman yang menimbulkan perselisihan dan pertengkaran yang dapat memecah belahkan kehidupan manusia.<sup>3</sup> Etika komunikasi sangat berpengaruh didalam kehidupan manusia yang merupakan panduan bagi manusia dalam berkomunikasi atau bertingkah laku di kehidupan sehari-hari. Di dalam komunikasi terdapat komunikator dan komunikan yang harus saling menghargai satu sama lain, agar terjalinnya komunikasi yang efektif.

---

<sup>2</sup> Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), 12.

<sup>3</sup> Bungin Burhan, *Sosiologi Komunikasi (Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat)*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), 20.

Keefektifan sebuah komunikasi sangatlah ditentukan oleh sejauh mana komunikator mampu memahami bahasa yang disampaikan pada saat perbincangan. Sebaliknya ketika pembicara dan memahami bahasa yang disampaikan pada saat perbincangan. Sebaliknya ketika pembicara dan pendengar tidak memahami bahasa yang disampaikan maka akan terjadi kegagalan dalam berkomunikasi.<sup>4</sup> Komunikasi yang positif akan melahirkan kebahagiaan dan keharmonisan.

Sebaiknya dapat memahami bahwa orang didekat kita atau orang yang berinteraksi dengan kita merasa nyaman dan jangan sampai kita melakukan sesuatu yang merugikan dengan tanpa sengaja. Misalnya, ketika salah berucap atau bersikap kepada lawan bicara memberikan dampak negatif kepada kita seperti penilaian negatif dari lawan bicara. Maka dari itu kita harus mampu memilih kata dan situasi yang tepat untuk membangun suasana yang positif dalam berkomunikasi. Misalnya, dengan memilih tema yang sesuai dengan lawan bicara kita agar terbangunnya pembicaraan yang hangat satu sama lain saling memahami topik yang menjadi pembahasan.

Komunikasi yang positif adalah hal yang tidak mudah kita menghadapi atau menangani sebuah masalah, sebab masalah adalah sesuatu yang negatif ketika masuk dalam tema perbincangan masalah, hindarilah perbincangan yang langsung masuk pada ke tema yang dituju. Namun kita perlu berhati-hati pada saat mencari tema dalam proses masuk menuju tema

---

<sup>4</sup> Abdullah Munir, *Membangun Komunikasi Efektif Sebuah Upaya Mewujudkan Sekolah yang Membahagiakan*, (Yogyakarta: Mentari Pustaka, 2012), 15.

permasalahan. Karena jika kita tidak berhati-hati maka akan menambah permasalahan atau bahkan pesan yang disampaikan tidak tersampaikan dan lebih parahnya akan membuat lawan bicara tersinggung dan marah.<sup>5</sup>

Agama Islam juga sudah mengajari tentang etika. Etika didalam agama Islam bersumber dari al-Qur'an dan Hadis. Etika Islam itu juga ada yang menyamakannya dengan akhlak. Etika berkomunikasi dalam Islam sangat dijunjung tinggi. Komunikasi Islam adalah proses penyampaian pesan-pesan keislaman dengan menggunakan prinsip-prinsip komunikasi dalam Islam. Dengan pengertian demikian, maka komunikasi Islam menekankan pada unsur pesan (*message*), yakni risalah atau nilai-nilai Islam, dan cara (*how*), dalam hal ini tentang gaya bicara dan penggunaan bahasa (*retorika*).

Pesan-pesan keislaman yang disampaikan dalam komunikasi Islam meliputi ajaran Islam, meliputi akidah (iman), Syariah (Islam), dan akhlak (ihsan). Mengenai cara (kaifiyah), dalam al-Qur'an dan al-Hadis ditemukan berbagai panduan agar komunikasi berjalan dengan baik dan efektif. Kita dapat mengistilahkannya sebagai kaidah, prinsip, atau etika berkomunikasi dalam perspektif Islam.<sup>6</sup>

Komunikator dan komunikan dituntut harus berbicara lemah lembut, jujur, sesuai fakta, berbekas di hati, tepat dan mengedepankan akhlak. Kaidah, prinsip, atau etika komunikasi Islam ini merupakan panduan bagi

---

<sup>5</sup> Ibid., 17.

<sup>6</sup> Tata Taufik, *Etika Komunikasi Islam*, (Bandung :Pustaka Setia, 2012), 30.

kaum Muslim dalam melakukan komunikasi, baik dalam komunikasi intrapersonal, dalam pergaulan sehari-hari, berdakwah secara lisan dan tulisan, maupun dalam aktivitas lain.<sup>7</sup>

Beberapa etika berkomunikasi antar manusia yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari<sup>8</sup> :

a. Menjaga Ucapan

Seseorang manusia itu yang dipegang adalah kata-katanya, tidak boleh berbicara bohong serta melontarkan ucapan-ucapan kotor. Ajaran Islam amat sangat serius memperhatikan soal menjaga lisan. Berhati-hati dalam berbicara yaitu memikirkan terlebih dahulu sebelum mengeluarkan kata-kata. Karena setiap perkataan itu akan dimintai pertanggung jawabannya kelak di akhirat. Seperti halnya dengan berdiskusi di dalam kelas atau berbincang santai hendaknya mengatur nada bicara dan tetap tenang ketika terdapat perbedaan pendapat dan menghindari ucapan yang dapat menyinggung perasaan orang lain.

Menggunakan Bahasa yang baik, ramah dan sopan untuk menjaga perasaan orang lain agar tidak tersinggung atau dirugikan oleh sikap dan tingkah laku seseorang. Di dalam masyarakat Indonesia sendiri ada etika, adab, dan sopan santun dalam berbicara yang telah mereka sepakati dari dulunya, itulah menjadi norma yang berlaku. Dalam Islam

---

<sup>7</sup> Syaiful Rohim, *Teori Komunikasi Perspektif, Ragam, dan Aplikasi*, (Makassar: Rineka Cipta, 2016), 45.

<sup>8</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2015), 10.

bisa dikatakan bahwa etika berbicara itu merupakan menjaga lisan dalam mengkomunikasikan sesuatu, karena setiap kata-kata yang diucapkan kita bisa mendapat pahala apabila perkataan itu baik. Islam melarang memanggil orang dengan sebutan yang tidak baik.

Hal tersebut telah jelas diatur oleh Allah dalam al-Qur'an, bahwasanya jika kebiasaan buruk tersebut tetap dilakukan maka sungguh orang tersebut telah mengarah kepada kezaliman. Jangan memanggil orang yang lebih tua dengan hanya dengan sebutan namanya saja, namun hendaknya memanggilnya dengan sapaan yang baik. Selain larangan memanggil dengan sebutan buruk berdasarkan hukum Islam, memanggil dengan sebutan buruk secara langsung rawan pula menyebabkan perpecahan ukhuwah diantara manusia. Karena mudharatnya lebih besar dari pada manfaatnya, sehingga alangkah baiknya jika seseorang berkata-kata dengan bahasa yang baik serta dengan adab yang baik.<sup>9</sup>

b. Sopan Santun

Bertingkah laku yang baik dan ramah terhadap lawan bicara. Ada beberapa hal sopan santun yang diperhatikan dalam berkomunikasi. Misal, menyapa lawan bicara dengan sopan dan tidak berlebihan dan dibuat-buat. Menggunakan panggilan/sebutan orang yang baik serta memperhatikan volume, nada, intonasi suara serta kecepatan bicara. Bicara dengan suara yang stabil, tidak terlalu pelan dan tidak terlalu

---

<sup>9</sup> Ibid., 12.

cepat sehingga dapat dimengerti dan dipahami oleh lawan bicara. Bertingkah laku yang baik muncul karena kesadaran diri. Dengan tingkah laku yang baik, komunikasi menjadi kondusif. Perilaku yang baik mengandung kebaikan kehidupan dunia dan akhirat bagi individu, keluarga, dan masyarakat.

Ketika berkomunikasi diharapkan dapat bersikap serta berperilaku. Berfikir tentang apa yang akan dilakukan dan diucapkan. Selalu sopan dalam berbicara dan bertindak, mengetahui bagaimana caranya membawa diri saat berbicara kepada orang lain dan waktu dimana harus bersikap serius dan waktu untuk bermain-main, sikap seperti ini sangat penting karena banyak orang yang saat serius malah bermain-main atau sebaliknya. Berpakaianlah yang rapi dan bersih dan tidak berbau, menggunakan pakaian yang tak pantas atau berbau akan membuat lawan bicara tidak merasa nyaman dan merasa terganggu sehingga tidak tertarik dengan pembicaraan kita.<sup>10</sup>

c. Efektif dan Efisien

Komunikasi dilakukan dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. Komunikasi merupakan perwujudan dari ekspresi manusia tentang apa yang dipikirkan dan dirasakannya baik dalam bentuk verbal maupun non verbal. Komunikator dan komunikan harus berbicara dengan sopan santun yang tidak melukai perasaan satu sama lainnya yaitu secara lemah lembut, jujur, sesuai fakta dan di waktu dan ruang yang tepat.

---

<sup>10</sup> Ibid., 14.

Ketika konsep ini digunakan oleh kedua pihak, maka penghargaan dan menghargai dari kedua pihak akan tampak dan efeknya akan melahirkan komunikasi yang efektif dan efisien.

Menggunakan bahasa yang sopan dan dapat dipahami oleh lawan bicara serta dapat menyesuaikan gaya bahasa dan lingkungan. Contoh, ketika berbicara kepada guru kita akan menggunakan kata-kata yang lebih formal dan sopan dalam penyampaian. Menggunakan komunikasi non-verbal yang baik sesuai budaya yang berlaku seperti berjabat tangan, merunduk, hormat, cium pipi kanan-cium pipi kiri. Memberikan ekspresi wajah, gerakan tubuh yang ramah dan sopan.<sup>11</sup>

d. Saling Menghargai

Menatap mata lawan bicara dengan lembut. Melihat lawan bicara adalah hal yang sangat penting yang harus dilakukan saat memulai pembicaraan. Hal ini menunjukkan kesan pertama yang baik kepada yang harus dilakukan saat memulai pembicaraan. Hal ini menunjukkan kesan pertama yang baik kepada lawan bicara, yaitu adanya ketertarikan kita kepada lawan bicara. Jangan melihat kearah lain atau fokus pada kegiatan lainnya yang dapat mengganggu lawan bicara karena merasa tidak diperhatikan atau seolah-olah tidak dihargai dalam pembicaraan tersebut.

Paling baik adalah menatap mata lawan bicara. Jika kesulitan menatap langsung mata lawan bicara, kita bisa melihat ke arah garis

---

<sup>11</sup> Ibid., 16.

tengah antara kedua matanya (sejajar dengan hidung). Mendengarkan juga salah satu bagian dari komunikasi. Mendengarkan dan tidak memotong pembicaraan lawan bicara pada saat komunikasi berlangsung. Tunjukkan antusias dan ketertarikan pada lawan bicara dengan mengajukan pertanyaan. Ketika kita yang menjadi pembicara berikan kesempatan lawan bicara untuk mengajukan pertanyaan.

Namun ketika pembicaraan dipotong oleh lawan bicara maka jangan mudah terpancing emosi oleh lawan bicara. Mendengar adalah hal yang sangat penting dalam komunikasi. Dengan menjadi pendengar yang baik, maka komunikasi akan berjalan efektif. Karena apabila kita tidak mendengarkan dan memperhatikan dengan baik apa yang dibicarakan orang lain akan membuat komunikasi jadi terhambat.<sup>12</sup> Saling menghargai dengan berlapang dada menerima kritikan dan saran dari lawan bicara.

Sehingga tidak egois, bersifat lapang dada ketika dinilai oleh orang lain untuk kemajuan diri dan untuk kebesaran jiwa, kritik yang sangat bermanfaat baginya. Dengan demikian, hubungan yang terjalin dengan lawan bicara pun akan terus terjalin dengan baik. Tidak gampang tersulut emosi apabila dalam berkomunikasi terdapat kesalahpahaman yang terjadi karena berbagai hal, misalkan adanya gangguan dari luar, salah memahami makna, atau tidak fokus dalam menyimak pesan yang disampaikan. Ketika bertemu dengan orang, coba untuk menyapa

---

<sup>12</sup> Ibid., 18.

seperti, tersenyum dan membuka pembicaraan untuk mencairkan suasana. Sehingga menciptakan rasa kedekatan dan kebersamaan.<sup>13</sup>

Dalam berinteraksi dengan orang lain. Kita harus mampu memahami dan mengetahui keadaan mereka. Misal apakah lawan bicara kita dalam keadaan sibuk dengan aktivitas pekerjaannya, tidak ingin berkomunikasi karena ada sesuatu hal, seperti contoh seseorang dalam keadaan tidak ingin diganggu karena ada sesuatu hal, atau ketika mengobrol dan menjenguk kerabat sedang sakit yang membutuhkan istirahat yang banyak.

## **B. Teori Komunikasi Menurut Para Ahli**

1. *Borman* berpendapat bahwa teori komunikasi adalah suatu istilah atau perkataan yang merupakan seluruh perbincangan dan analisis dan dibuat secara berhati-hati, sistematis dan sadar.
2. *Little John* berpendapat, teori komunikasi merupakan suatu teori atau pemikiran kolektif. Di dalamnya, terdapat keseluruhan teori terutama yang berkaitan tentang proses komunikasi.<sup>14</sup>
3. *Cargan* dan *Shield* berpendapat, teori komunikasi adalah hubungan diantara konsep teoritis yang memberi secara keseluruhan maupun sebagian keterangan, penjelasan, penilaian, maupun perkiraan tindakan manusia berdasarkan komunikator (orang) yang berkomunikasi

---

<sup>13</sup> *ibid.*, 20

<sup>14</sup> Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Erlangga, 1996), 12.

(berbicara, membaca, mendengar, menonton) untuk jangka waktu tertentu melalui media (perantara).<sup>15</sup>

4. *Richard L. Johannesen* berpendapat banyak orang beranggapan bahwa dalam berkomunikasi, kita harus menggunakan etika komunikasi sebagai suatu nilai-nilai atau norma mengenai benar atau salah yang dianut suatu golongan dan menjadi pegangan bagi seseorang atau kelompok untuk menghargai dan menghormati lawan bicara serta mengatur tingkah lakunya agar tidak menyakiti hati orang lain.<sup>16</sup>

### C. Media Sosial

Secara Etimologi media adalah segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan. Kata media berasal dari kata lain, merupakan bentuk jamak dari kata “Medium”. Secara harfiah kata tersebut mempunyai arti “perantara” atau “pengantar”, sedangkan sosial berasal dari bahasa latin *socius* yang artinya berkawan atau bermasyarakat. KBBI mengartikan sebagai sesuatu yang berkenaan dengan masyarakat suka memperhatikan kepentingan umum.<sup>17</sup>

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi

---

<sup>15</sup> Ibid, 13.

<sup>16</sup> Richard L. Johannesen, *Etika Komunikasi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2019), Cet. Ke-1.6.

<sup>17</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial (perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi)*, (Jakarta: Simbiosis Rekatama Media, 2015), 15.

*blog*<sup>18</sup>, jejaring sosial, *wiki*<sup>19</sup>, forum dan dunia virtual, merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi dialog interaktif.

Disaat teknologi *network* dan *mobile phone* semakin maju maka media sosial pun juga ikut tumbuh dengan pesat. Kini untuk mengakses *facebook*<sup>20</sup>, *Instagram*<sup>21</sup>, ataupun *twitter*<sup>22</sup> dan media sosial lainnya, bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah *mobile phone*. Demikian cepatnya orang bisa mengakses media sosial yang mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap arus informasi tidak

---

<sup>18</sup> *Blog* adalah singkat dari weblog. *Blog* adalah jenis situs web yang dikembangkan dan dikelola oleh individu dengan menggunakan perangkat lunak (software) online atau Platform host yang sangat mudah pengguna, dengan ruang untuk menulis. Blog menampilkan publikasi online instan dan mengajak public untuk membaca dan memberikan umpan balik sebagai komentar. Lihat, Gween Solomon, Lynne Serum, *Web 2.0 Panduan Bagi Para Pendidik*, (Jakarta: PT.Index, 2011), 15.

<sup>19</sup> *Wiki* adalah aplikasi yang dilahirkan dari ide Leuf & Cunningham yang didefinisikan sebagai kumpulan yang dapat dikembangkan secara bebas yang dibangun dari halaman web yang saling berhubungan, system *hypertext* untuk menyimpan dan memodifikasi informasi database, dimana tiap halaman dengan mudah dapat diedit oleh pengguna menggunakan *web browser* apa saja. Lihat, Leuf, and Cunningham, *The Wiki Way: Quick collaboration on the web*, (Boston: Addis Wesley, 2001), 55.

<sup>20</sup> *Facebook* adalah jejaring sosial atau sosial media yang memungkinkan para penggunanya dapat menambahkan profil dengan foto, kontak, ataupun informasi. Penggunaanya dapat bergabung dalam komunitas untuk melakukan koneksi dan berinteraksi dengan pengguna lainnya. Fitur yang ditawarkan *facebook* sebagai situs jejaring sosial atau media sosial membuat banyak orang menggunakannya. Lihat, Ibid.,20.

<sup>21</sup> *Instagram* adalah gabungan dari kata Insta-Telegram. Dari penggunaan kata tersebut dapat diartikan sebagai aplikasi untuk mengirim informasi dengan cepat, yakni dalam bentuk foto yang berupa mengelola foto, mengedit foto dan berbagi (*share*) ke jejaring sosial lain. Lihat, Miliza Ghazali, *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram : Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*, (Malaysia: Publishing House, 2016), 8.

<sup>22</sup> *Twitter* adalah situs jejaring sosial yang sedang berkembang pesat saat ini karena pengguna dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya dari komputer ataupun perangkat *mobile* mereka dari manapun dan kapanpun. Setelah diluncurkan pada juli 2006, jumlah pengguna *Twitter* meningkat sangat pesat. Pada September 2010, diperkirakan jumlah pengguna *Twitter* yang terdaftar sekitar 160 juta pengguna. Lihat, Elcom, *Twitter:Best Social Networking*, (Jakarta: Penerbit Andi Yogyakarta, 2009), 30.

hanya di negara-negara maju, tetapi juga di negara berkembang seperti Indonesia. Karena kecepatannya media sosial juga mulai tampak menggantikan peranan media sosial konvensional dalam menyebarkan berita-berita.

Pesatnya perkembangan media sosial kini dikarenakan semua orang sepertinya bisa memiliki media sosial sendiri.<sup>23</sup> Jika untuk memiliki media tradisional seperti televisi, radio, ataupun koran dibutuhkan modal yang sangat besar dan tenaga kerja yang banyak, maka lain halnya dengan media sosial dengan jaringan *network* yang bahkan aksesnya lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa alat mahal dan dilakukan sendiri tanpa karyawan. Kita sebagai pengguna media sosial dengan bebas biaya bisa mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai model lainnya.<sup>24</sup>

#### **D. Etika Berkomunikasi di Media Instagram**

Komunikasi di media sosial sering dilakukan dengan menggunakan bahasa tidak baku. Salah satu penyebabnya yakni di dunia maya sering tidak jelas siapa lawan komunikasi kita dan di mana posisinya walaupun banyak juga orang yang sudah berinteraksi dan bertemu di dunia nyata, dan berlanjut komunikasi ke dunia maya (media sosial). Bahasa di media sosial

---

<sup>23</sup> Selain itu media social juga merupakan alat promosi bisnis yang cukup efektif karena dapat diakses oleh siapa saja, sehingga jaringan promosi bisa lebih luas. Media social menjadi bagian yang sangat diperlukan oleh pemasaran bagi banyak perusahaan dan merupakan salah satu cara terbaik untuk menjangkau pelanggan dan klien. Kini media social semakin dicari oleh banyak kalangan yang ingin menikmati kemudahan. Lihat, Grame Burton, "*Media dan Budaya Populer*", (Yogyakarta: Jalasutra, 2008), 12.

<sup>24</sup> Terry Flew, *New Media: An Introduction*, (New York: Oxford University Press, 2002), 50.

bukanlah bahasa resmi sebagaimana menulis artikel, karya ilmiah, makalah, jurnal, skripsi dan tesis. Sangat sedikit dan hampir tidak pernah ada pengguna media sosial menulis status sesuai dengan Ejaan Yang Disempurnakan (EYD) padahal penulisan yang baku sangat penting dilakukan karena terkait dengan etika dalam berkomunikasi sesama pengguna media sosial.<sup>25</sup>

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

Di Indonesia, *Instagram* lebih populer dibandingkan *Twitter*. Pengguna *Instagram* di Indonesia menggunakan layanan ini untuk mencari informasi online shop dan mengunggah foto liburan dan wisata. Selain itu, dapat mengetahui berita terbaru dari artis kesukaan. Hal ini tak ada yang bisa menampik *Instagram* sebagai *Platform* media sosial yang bakal semakin berpengaruh di masa mendatang. *Instagram* adalah sebuah desain yang memiliki fungsi komunikasi praktis dan menjadi sebuah media komunikasi praktis dan menjadi sebuah media komunikasi melalui signifikasi foto. *Instagram* merupakan situs yang digunakan untuk

---

<sup>25</sup> Franz magnis Suseno, "Etika dasar", ( Jakarta : Pustaka Filsafat, 1993), 35.

menampilan berupa teks dan foto, yang seiring zaman digunakan sebagai penyampai pesan oleh para pembaca.<sup>26</sup>

Media sosial seakan menjadi tempat menumpahkan cerita segala aktivitas, luapan emosi dalam bentuk tulisan atau foto yang tidak jarang mengesampingkan etika yang ada. Media sosial tidak lagi menjadi media berbagi informasi tapi hanya berbagi sensasi. Jika kemajuan teknologi tidak dibarengi dengan kemajuan dalam berpikir, yang ada kemajuan teknologi tersebut berbanding terbalik dalam hal pola berfikir. Perkembangan teknologi telah membuat pergeseran pemikiran. Etika yang dulu dianggap penting oleh bangsa Indonesia, seakan menjadi tidak penting lagi karena adanya tuntutan zaman. Kemudahan dalam mengakses dan menggunakan media sosial tanpa disadari telah menjebak kita dalam penurunan etika.<sup>27</sup>

Salah satu contoh penurunan etika yang terjadi di media sosial *Instagram*, kejadian yang menimpa 2 selebgram yaitu Rahmawati kekeyi Putri Cantika dan Sandi Aulia. Posisi kekeyi disini hanya mengupload gambarnya di *Instagram*, namun banyak warga net yang membully dia dengan kata-kata yang jelek salah satunya kata yang dilontarkan di kolom komentarnya “Ihh ada boneka santet nih”.

Hal yang seperti itu juga pernah di alami oleh artis Sandi Aulia, dimana anaknya di hina habis-habisan di akun *Instargamnya*, dimana para netizen menghina anak dari Sandi Aulia bahwa anaknya kurang gizi, contoh

---

<sup>26</sup> Abu Bakar Fahmi, “Mencerna Situs Jejaring Sosial”, ( Jakarta : Elex Media Komputindo, 2011), 24.

<sup>27</sup> Haryatmoko, “Etika Komunikasi; Manipulasi Media, Kekerasan, dan Pornografi”, (Yogyakarta: Kanisius, 2007), 45.

komentarnya seperti ini “ini anak dikasih makan atau enggak sih, kok badannya tetap segitu aja”. Sebenarnya hal-hal yang seperti ini yang perlu diperhatikan agar media sosial tidak disalah gunakan untuk hal yang bisa merugikan orang lain sebagai sesama pengguna media *Instagram*

## **E. Etika Komunikasi Islam di Media Sosial**

Praktik komunikasi Islam dalam pemanfaatan media sosial tampaknya sudah menjadi kebutuhan para penggunanya, terkhusus dalam melakukan dakwah. Para da'i menggunakan media sosial sebagai sarana dakwah guna meningkatkan kemajuan umat Islam.<sup>28</sup> Jika ditilik lebih lanjut, komunikasi Islam berkembang berbanding lurus dengan keberadaan manusia, karena komunikasi ada sejak awal adanya manusia.<sup>29</sup> Tentu saja etika komunikasi Islam mengikuti perkembangan komunikasi yang ada. Pada perkembangan komunikasi Islam sendiri, Rasulullah lah yang dijadikan figur dalam pelaksanaan komunikasi yang ada.

Sesuai dengan sabda Rasulullah Saw “ ... *hendaklah berbicara efektif atau lebih baik diam*”.<sup>30</sup> Pada penggunaan media sosial, komunikasi yang digunakan yakni *written communication*.<sup>31</sup> Perilaku masyarakat

---

<sup>28</sup> Amar Ahmad, “Dinamika Komunikasi Islam Di Media Online”. *Jurnal Ilmu Komunikasi* (online), Jilid 11, No. 1, 2013, <http://www.neliti.com>, diakses 19 Januari 2021.

<sup>29</sup> Harjani Hefni, “Perkembangan Ilmu Komunikasi Islam” *Jurnal Komunikasi Islam* (online), Jilid 2, No. 1, 2014, <https://core.ac.uk>, diakses 3 Februari 2021.

<sup>30</sup> A. Markama, “Komunikasi Dakwah Efektif Dalam Perspektif Al-Qur'an”: *Jurnal Studia Islamika*, (online), Jilid 11, No. 1, 2014, <https://jurnalhunafa.org>, diakses 10 Februari 2021.

<sup>31</sup> Yakni komunikasi yang memberikan pemahaman kepada pengguna lain dengan rujukan yang tepat sehingga mampu memberikan pemahaman serta rasionalitas sehingga memunculkan keselarasan dalam interpretasi pesan yang disampaikan. Perkembangan etika komunikasi pun berkembang sesuai dengan dinamika masyarakat yang ada. Lihat, Abdul Karim Batu bara, *Studi Media Dalam Perspektif Komunikasi Islam (Analisis Esensi Komunikasi Islam Dalam Diseminasi Informasi)*. In *Annual International Conference on Islamic Studies*, (Yogyakarta: Perpustakaan UIN Surabaya, 2013), 50.

dalam mengembangkan komunikasi tentu saja dipengaruhi oleh kondisi lingkungan yang ada. Perubahan budaya yang terjadi dalam masyarakat ini yang akan mempengaruhi dalam pemanfaatan media sosial sebagai media komunikasi modern yang akan mempengaruhi terjadinya praktik dalam berkomunikasi. Pada hakikatnya etika komunikasi Islam erat kaitannya dengan etika dakwah, sehingga penerapan dalam media sosial hendaknya sesuai dengan yang telah dicontohkan Rasulullah Saw.

Sebelum adanya media komunikasi modern, perkembangan dakwah dilakukan dengan metode komunikasi *oral*, maka sekarang dapat menggunakan media tulis yang mampu menjangkau berbagai lapisan masyarakat.<sup>32</sup> Sehingga dalam melakukan praktik pengaplikasian penerapan etika komunikasi Islam (dakwah) haruslah mengembangkan dan memperhatikan hal-hal antara lain: kebenaran, kesederhanaan, kebaikan, kejujuran, keshahihan dan pertanggungjawaban kepada Allāh.<sup>33</sup>

Pada era globalisasi seperti abad 21 sekarang ini, media sosial merupakan bagian dari budaya manusia. media sosial tidak lagi dipandang sebagai bagian dari interaksi manusia, melainkan dijadikan sebuah perlambang eksistensi manusia, terkhusus pada generasi sekarang ini. Konvergensi media menjadikan kebebasan dalam berkomunikasi. Ide, pandangan, kritik mampu dengan bebas dituangkan dalam media sosial

---

<sup>32</sup> A. Markama, “Komunikasi Dakwah Efektif Dalam Perspektif Al-Qur'an”: *Jurnal Studia Islamika*, (online), 2014, <https://jurnalhunafa.org>, diakses 10 Februari 2021.

<sup>33</sup> Andi Faizal Bakti dkk, “Trendsetter Komunikasi Di Era Digital: Tantangan Dan Peluang Pendidikan Komunikasi Dan Penyiaran Islam”, *Jurnal Komunikasi Islam* (online), Jilid 4, No. 1, 2014, <http://jki.uinsby.ac.id>, diakses 13 Maret 2021.

tanpa adanya batasan. Akan tetapi kecanggihan media komunikasi tampaknya bagaikan dua mata pisau yang tajam, jika tidak dibarengi dengan adanya etika yang semestinya dalam praktik komunikasi tersebut.

Media sosial dipandang sebagai bagian dari komunikasi massa, hal tersebut dikarenakan jangkauan interaksi komunikasi yang dilakukan mampu mencapai beberapa kelompok, dengan beragam komunikasi yang ada.<sup>34</sup> Transparansi jaringan komunikasi serta kehidupan virtual menjadikan kurangnya batasan moral sebagai pengikatnya. Kondisi ini mampu mempengaruhi pada; kepercayaan, nilai, sikap yang dikembangkan oleh seseorang; pandangan seseorang akan dunia nyata; persepsi pada diri sendiri dan orang lain.

Komunikasi dalam lingkup media sosial merupakan peleburan antara komunikasi interpersonal dengan komunikasi massa, yang mana komunikasi massa merupakan tingkatan komunikasi yang paling pas cakupan komunikannya. Sehingga, disaat yang bersamaan ketika seseorang mengunggah konten dalam akun media sosial yang seseorang miliki, saat itu juga terjadi keterlibatan semua pihak yang menikmati konten tersebut. Hal tersebut yang dijadikan syarat terjadinya komunikasi massa.<sup>35</sup>

Sehingga perlu etika yang dikembangkan dalam proses kegiatan komunikasi dalam media online tersebut. Etika tersebut tidak hanya sebagai bentuk pemahaman saja, melainkan perlu dipraktekkan dalam melakukan

---

<sup>34</sup> Ibid, 25.

<sup>35</sup> Erika Dwi Setya Watie, "Komunikasi dan Media Sosial", *Jurnal The Messenger* (online), Jilid 3, No. 3, <https://journals.usm.ac.id>, diakses 22 Maret 2021.

kegiatan komunikasi. Etika komunikasi Islami yang harus dikembangkan yakni dengan berpegang pada etika komunikasi yang ada dalam al-Qur'an,<sup>36</sup> yakni dengan mengaplikasikan: (1) *qoulān ma'rufan* (lemah lembut).

Komunikasi tulis dalam media sosial, pengaplikasian *qoulān ma'rufan* yakni dengan mempublish naskah, gambar ataupun video dalam media sosial hendaknya dipilih bahasa yang halus dan menjunjung tinggi kesopanan, tidak mengumpat, ataupun menjelekkkan satu pihak dengan pihak yang lain (adu domba). Dengan mengaplikasikan *qoulān ma'rufan* dalam kegiatan komunikasi via media sosial, maka followers dari akun-akun yang terhubung akan terjalin rasa solidaritas dan mengurangi konflik dan prasangka yang ada antara pihak satu dengan pihak yang lainnya; (2) *qoulān sadidan* (kebenaran).

Pada kegiatan dalam penyampaian pesan melalui media sosial, pengaplikasian *qoulān sadidan* yakni dengan menulis hal-hal yang memang sesuai dengan fakta yang ada. Ketika mempublish pesan hendaknya ditelusuri terlebih dahulu tingkat kebenarannya sehingga tidak menyebarkan fitnah, maupun berita *hoax*<sup>37</sup>. Sehingga, keabsahan suatu informasi yang ada dapat dipertanggung jawabkan kepada publik. Meskipun dalam komunikasi tulis melalui media sosial tidak berinteraksi

---

<sup>36</sup> Abad Baruzaman, "Etika Berkomunikasi Kajian Tematik Term Qaul Dalam Al-Quran", *Jurnal Episteme* (online), Jilid 9, No. 1, 2014, <http://ejournal.iain-tulungagung.ac.id>, diakses 7 April 2021.

<sup>37</sup> *Hoax* adalah *deceive somebody with a hoax* (memperdaya banyak orang dengan sebuah berita bohong). Lihat, Oxford University, *Oxford Learner's Dictionary*, (Oxford: Oxford University Press, 2011), 211.

secara langsung. Akan tetapi, pada perinsipnya ada sesuatu norma yang harus dipatuhi.

Selain etika komunikasi yang telah diajarkan Rasul. Pemerintah pun memberikan batasan dengan menerapkan undang-undang dalam bermedia sosial. hendaknya generasi muda perlu memperhatikan setiap tulisan yang diunggah melalui media sosial. karena setiap unggahan perlu adanya pertanggung jawaban, tidak hanya tanggung jawab kepada Allah dan diri sendiri, melainkan juga pertanggung jawaban kepada khalayak pengguna sosial media.

#### **F. Standar Etika Komunikasi Kelompok**

Perangkat-perangkat kriteria etika yang secara khusus telah disarankan guna meningkatkan komunikasi etis dalam kelompok. Maksud dari perangkat-perangkat ini adalah kriteria etika yang biasa dan standar dalam etika komunikasi. Empat tugas keetikaan yaitu Keteguhan hati, keterbukaan, kelemah lembut, dan keharuan, dimodifikasi oleh Cheney dan Tompkins untuk diterapkan dalam konteks komunikasi kelompok antara lain:<sup>38</sup>

- a. Kehati-hatian, Komunikator dalam kelompok seharusnya menggunakan kemampuan persuasifnya sendiri untuk menilai secara menyeluruh pesan-pesan yang jelas dan yang tersembunyi dari organisasi tersebut dan harus menghindari penerimaan atas pandangan konvensional secara otomatis dan tanpa berpikir.

---

<sup>38</sup> Muhammad Mufid, *Etika dan Filsafat Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2009), 20.

- b. Mudah untuk dicapai, Komunikator harus terbuka terhadap kemungkinan berubahnya pesan dari orang lain dari orang yang dibujuk. Keyakinan yang kita pegang secara dogmatis atau pandangan berfokus sempit yang membutakan kita terhadap informasi yang berguna, pandangan yang berbeda tentang suatu masalah atau penyelesaian alternatif perlu diseimbangkan atau dikurangi.
- c. Tanpa kekerasan, penipuan ,terang-terangan atau pun tidak, terhadap orang lain berdasarkan etika tidak diinginkan. Apa bentuk-bentuk penipuan yang tersembunyi yang mungkin terjadi dalam konteks kelompok? anggota juga harus menghindari penggunaan sudut pandang persuasif yang menganjurkan suatu sikap yang masuk akal.<sup>39</sup>
- d. Empati, Komunikator empatis benar-benar mendengarkan argumen, opini, nilai dan asumsi orang lain, terbuka terhadap perbedaan pendapat, mengesampingkan cetusan stereotip berdasarkan julukan atau isyarat non verbal, dan menghargai hak semua orang sebagai person untuk memegang pandangan yang berbeda. Dalam latar kelompok Empati melibatkan keseimbangan kepentingan individu dan kepentingan kelompok.

---

<sup>39</sup> Ibid., 23.