

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Teknologi telah menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam segala aspek kehidupan manusia. Sebagian besar kegiatan manusia telah memanfaatkan perkembangan teknologi, baik secara sederhana maupun yang sudah canggih. Seiring berjalannya waktu teknologi menciptakan sesuai esensinya, dengan adanya tujuan dapat memudahkan kehidupan manusia, terutama dalam hal informasi. Dimana hampir seluruh dunia telah menggunakan dan memanfaatkan teknologi sebagai media informasi dan media pembelajaran. Seperti kemunculan komputer, keberadaanya sangat membantu kehidupan manusia dalam sarana pembelajaran informasi, sarana komunikasi, bahkan sebagai sarana hiburan.<sup>1</sup> Jadi jika jiwa teknologi tidak dibarengi dengan kemajuan berfikir maka kemajuan teknologi berbanding terbalik dalam hal pola berfikir.

Sejalan dari itu bahwa pemanfaatan sebuah teknologi tidak akan lepas dari jejaring sosial atau internet yang dapat disebut sebagai “*Jaringan dari Jaringan*” yang memiliki kecepatan begitu signifikan. Jaringan ini terdiri dari LAN (*Local Area Network*) atau jaringan wilayah lokal dan WAN (*Wed Area Network*) yang menghubungkan dari beberapa LAN pada lokasi yang berbeda. Maka cara kerja internet dan web akan membentuk cara kerja media-media.<sup>2</sup> Dengan banyaknya pengonsumsi dari internet terutama penduduk Indonesia sekarang ini mencapai

---

<sup>1</sup> Benny A.Pribadi, “*Drfinisi Media Ragam Media Pembelajaran*” (Jakarta: Kencana Prenadamedia Grup, 2017), 5.

<sup>2</sup> Rauli Manalu, “*Pengantar Komunikasi Massa Melek Media Dan Budaya*” (Jakarta: Erlangga, 2012), 387.

277,7 juta dari jumlah penduduk tersebut ada 204,7 juta pengguna internet. analisis kepois menunjukkan bahwa penggunaan internet di Indonesia meningkat sebesar 2,1 Juta (+1,0 persen). Maka dari peningkatan ini akan membutuhkan jaringan yang lebih besar. Hal ini dapat dilihat dari Januari 2022 bahwa kecepatan internet melalui jejaring seluler mencapai 15,82 Mbps. Median kecepatan koneksi internet tetap 20,13 Mbps. Dari data Ookla kecepatan internet seluler di Indonesia meningkat sebesar 3,40 Mbs (+27,4 persen) dalam dua belas bulan hingga tahun 2022.<sup>3</sup>

Dengan kestabilan jaringan internet, dapat memudahkan masyarakat dalam hal informasi, komunikasi, pembelajaran dan hiburan. Selain itu dimasa pandemi Covid-19 akan semakin banyak yang memanfaatkan media-media sebagai sarana learning, baik pada tingkat sekolah dasar (SD) Sekolah Menengah Pertama (SMP) Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) maupun perguruan tinggi, nantinya akan membutuhkan jaringan internet untuk menjalankan media yang digunakan sebagai pembelajaran, seperti *Via Zoom, Google Meet, WhatsApp, Telegram, Instagram, Facebook, Tiktok* dan masih banyak lagi.

Bermunculnya sebuah media baru atau bisa disebut sebagai *new media*, maka akan menarik khalayak untuk menikmati media tersebut. Sepertihalnya sekarang, dengan munculnya media instagram banyak menarik perhatian khalayak atau *audience* terutama kalangan remaja sebagai bahan eksistensi diri. instagram merupakan *platform* media yang berbasis foto, gambar, dan video. Selain itu instagram juga dapat digunakan sebagai media bisnis, baik perjual beli

---

<sup>3</sup> Bestari Kumala Dewi, “Netizen Indonesia Paling Tidak Sopan Se-Asia Tenggara Pengamat Sebut Ada 3 Faktor Penyebab,” *Kompas.Com*, 2021, <https://www.kompas.com/sains/read/2021/02/26/194500523/netizen-indonesia-paling-tidak-sopan-se-asia-tenggara-pengamat-sebut-ada-3>.

produk maupun penawaran jasa. Dalam instagram terdapat banyak sekali fitur-fitur yang dapat menambah eksistensi diri pengguna, seperti fitur *Feed Post*, *Story*, *Story Highlight*, *IGTV Vidio*, *Guide*, *Shop*, halaman Profil, Kolom *Like*, komentar, kolom *Share*, dan masih banyak lagi.<sup>4</sup> Maka tidak dapat dipungkiri bahwa instagram memiliki 1,478 miliar pengguna di seluruh dunia pada januari 2022 menunjukan bahwa 23,9% dari semua orang berusia 13 tahun keatas diseluruh dunia menggunakan instagram hari ini. Data terbaru yang dipublikasi pada alat iklan layanan mandiri perusahaan menunjukan bahwa jangkauan *audience* iklan instagram tumbuh sebesar 21,0% selama ini.

Tidak dipungkiri bahwa setiap media memiliki kekurangan dan keunggulan tersendiri. Instagram merupakan media yang bersifat universal, kita diberikan ruang kebebasan dalam berbagi sebuah cerita dari pengalaman yang mereka buat. Dari hal yang mereka sukai maupun tidak disukai dengan berbagai bentuk gaya foto, vidio dari konten yang mereka unggah, tanpa ada ruang waktu dan jarak yang membatasi. Nantinya diharapkan mendapatkan sebuah *followers*, *like*, komentar dan *share*, dari pihak netizen. Hal ini perlu kita perhatikan bahwa disetiap kebebasan kita memanfaatkan media instagram tidak melanggar terkait gode etik yang telah ditetapkan sepertihalnya tidak diperbolehkan mengunggah konten yang mengandung kekerasan, konten ilegal, spam, melukai diri sendiri, ujaran kebencian/*bullying*, SARA, bahkan pelecehan seksual. Jika ini dapat terjadi maka akan dikenakan UU ITE terkait pelanggaran oleh pengguna media sosial terutama pada etika komunikasi di Indonesia. Undang-Undang informasi dan

---

<sup>4</sup> Jubilee Enterprise, "*Instagram Untuk Bisnis, Hobi Dan Desain Grafis*" (Jakarta: PT Gramedia Anggota IKAPI, 2021), 7-10.

Transaksi Elektronik Nomor 19 tahun 2016 pasal 27 perubahan dari Undang-undang nomor 11 tahun 2008.<sup>5</sup>

Walaupun sudah ditetapkan Undang-Undang sebagai batasan terhadap kebebasan dalam menggunakan media sosial terutama dalam Instagram. Tetapi masih banyak diantara kita yang tidak mengindahkan peraturan tersebut. Terbukti perusahaan *Microsoft* peningkatan *Digital Civility* Indonesia (DCI) dalam Keadaban digital diseluruh kawasan Asia pasifik selama masa pandemi mencatat bahwa Indonesia mengalami pengalaman online yang lebih negatif. Indonesia tercatat berada pada peringkat 29 dari 32 wilayah kategori paling tidak sopan dalam berkomentar. DCI melakukan penelusuran yang dilakukan selama lima tahun terakhir mengamati sekitar 16.000 responden di 32 wilayah yang diselesaikan selama kurun waktu bulan April hingga Mei 2020. Dimana di negara Asia Pasifik melaporkan beragaman temuan dengan beberapa interaksi online terbaik dan terburuk, diantaranya remaja ternyata lebih sopan daripada orang dewasa, mendorong meningkatkan *online civility* (keadaban Online) secara global. Peningkatan global dalam menyebarkan *hoax*, penipuan dan *scam*, ujaran kebencian serta deskriminasi.

Dari banyaknya berita yang menginformasikan bahwa netizen Indonesia kurang sopan dalam berkomentar, pastinya dapat membuat moralitas masyarakat semakin negatif. Sudah terlihat bahwa netizen Indonesia tergolong kurang sopan ketika berkomentar pada media sosial. Dilihat dari berbagai kasus netizen Indonesia yang mengomentari dari akun-akun lainnya. Seperti sekarang ini, tahun 2022 sangat banyak berita terkait propaganda yang membuat budaya siber geram

---

<sup>5</sup> Mahatma Chryshna, ““Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang ITE,”” Kompaspedia, 2021, <https://kompaspedia.kompas.id/baca/data/dokumen/undang-undang-nomor-11-tahun-2008-tentang-ite>.

akan melontarkan sebuah komentar yang kurang sopan dengan bebas tanpa mengindahkan etika komunikasi. Dilihat dari komentar-komentar seperti pada kasus Herry Wirawan yang terdakwa kasus pemerkosaan 13 santriwati Madani *Boarding School* dan yayasan Manarul Huda di Cibiru kota Bandung. Kasus Menteri Agama Yaqut Cholil Qoumas yang netizen menganggap pernyataan terkait ucapan bapak Yaqut tersebut dianggap membandingkan suara azan dari toa masjid sama dengan gonggongan anjing. Kasus ini diunggah oleh akun instagram Derry Sulaiman yang mengundang warga net untuk berkomentar negatif. Netizen Indonesia menyerbu akun BMF (*Federasi Bulu Tangkis Duni*) dengan kata-kata BWF *unfair*, hingga akun resmi ini tumbang. Penyerbuan netizen pada unggahan *facebook* Indonesia terkait pasangan gay Thailand Surya Koedsang pada ancaman kematian sampai dibawa terhadap ranah hukum.

Namun pada sekian kasus yang ada pada media sosial, peneliti memfokuskan pada akun instagram *@gusmiftah* dengan nama asli Miftah Maulana Habiburrohman atau biasa dipanggil dengan sebutan Gus Miftah. Beliau termasuk pemilik pondok pesantren Ora Aji pada daerah Sleman Yogyakarta. Akun instagram Gus Miftah memiliki 2 juta *Followers* dan terdapat 1.714 postingan. Dari sebagian besar postingan tersebut banyak sekali netizen dalam berkomentar negatif. salah satunya pada postingan cuitan dakwah Gus Miftah pada pagelaran wayang kulit dengan tema "*Wayang Tidak Haram*". Dari cuitan dakwah tersebut terdapat 26.782 komentar sebagian besar netizen memberikan komentar yang negatif. salah satu komentarnya *@gamnoll* "*Gus Gus GUS (Gaono Uteke Suu)*" *@mhdsya08* "*Hebat Sekali Anda menghina orang lain. Semoga otak anda dikerdilkan Allah*" *@Imhoramadhan* "*ketauan blagaknya sig us AGus..*

*kalau tidak ada ilmu minimal punya malu, Gus agus kasian banget lu selalu mencari kebenaran terhadap kelakuanmu yang bodoh”. @bayutanoewir “sok keren lu!!! Mempertotonkan kebodohan dan kualitas aslimu” @enggarmukhofi07 “kata-katamu ki ora jelas Gus, justru dirimu kui membenturkan jawa dan islam, bisa dibilang kata-katamu ki adalah kata-kata yang berasal dari iblis, sayang otak kerdilmu tidak mampu membendakan mana kata-kata yang pantas ditulis dan yang tidak pantas ditulis” dan masih banyak komentar negatif lainnya.*

Media instagram merupakan media yang digunakan untuk masyarakat sosial. Dimana media instagram berbeda dengan media massa yang memiliki *gatekeeper* sebelum melakukan proses penayangan konten. Instagram termasuk media sosial yang berbasis umum dan bersifat individualisme siapapun dapat mengakses dengan berbagai bentuk artefak budaya didalamnya. Maka langkah utama untuk meminimalisir terjadinya *cyberbullying* atau komentar-komentar netizen yang negatif harus menerapkan etika komunikasi dalam menggunakan media virtual. Etika komunikasi sangatlah penting kita ketahui dan kita terapkan sehingga nantinya khalayak media dapat mengontrol dalam mengekspresikan diri. Sebuah komunikasi dapat berjalan dengan efektif bila strategi dan metode komunikasi yang digunakan tepat. Kesalahan dalam memilih sebuah kata dalam mengungkapkan sebuah gagasan dapat menyebabkan pesan yang disampaikan tidak efektif.

Etika komunikasi merupakan kebiasaan yang dilakukan dalam berbicara bisa berupa kebiasaan baik maupun buruk, menggunakan etika komunikasi yang baik dalam bermedia sosial merupakan kunci utama untuk meminimalisir budaya siber netizen berkomentar tidak beretika. Pentingnya faham untuk mendasari

sebuah etika dalam berkomunikasi sebagai acuan untuk memberikan komentar dalam bahasa yang baik dan sopan mudah difahami, serta membangun. Terutama pada dunia virtual dengan berbagai artefak budaya. Dalam mengakses dan menggunakan media sosial tanpa disadari telah menjebak kita dari penurunan etika. Hal ini yang membuat penulis melakukan penelitian dan analisis data untuk menentukan apakah hasil penelitian dapat digeneralisasikan. Penting bagi kita mengetahui kode etik komunikasi, supaya dapat mencegah berbagai macam bentuk ujaran kebencian, *bullying*, maupun penindasan yang sangat mempengaruhi bagi pemilik akun tersebut.

## **B. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian ini, sebagai acuan untuk menyelesaikan penelitian yang dikaji. bertujuan untuk pembatasan terkait objek penelitian yang akan di angkat. Fokus penelitian sebagai acuan peneliti agar tidak terjebak pada banyaknya hasil penelitian dari lapangan. Peneliti akan fokus pada interaksi yang di lakukan komunitas/anggota bagi budaya siber dalam dunia virtual, yang nantinya mengacu pada pola komunikasi dan etika komunikasi yang disampaikan khalayak media melalui konvirmasi deskripsi dari artefak budaya virtual.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, maka terdapat beberapa rumusaln masalah yang perlu kita kaji, diantaranya:

1. Apa yang melatarbelakangi Pola komunikasi pada interaksi netizen di akun @gusmiftah?
2. Bagaimana membangun komunikasi yang efektif pada media sosial instagram?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan hasil rumusan masalah yang akan dikaji lebih mendalam.

Maka maksud dan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apa saja yang melatarbelakangi pola komunikasi dan interaksi netizen dalam komunitas budaya siber di media sosial instagram akun *@gusmiftah*.
2. Supaya netizen menerapkan komunikasi yang efektif dalam berinteraksi di media sosial instagram.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini, mampu mengedukasi bagi netizen media, terutama netizen Indonesia yang memiliki berbagai ragam suku, Ras, dan Budaya untuk bisa menyelaraskan dan mematuhi kode etik dalam penggunaan media sosial. Manfaatnya diantaranya:

1. Secara teoritis, penelitian diharapkan mampu memberikan edukasi dan memberikan kontribusi yang positif terhadap khalayak massa.
2. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai kajian atau rujukan bagi mahasiswa IAIN Kediri, Khususnya mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
3. Penelitian ini sebagai salah satu syarat untuk menempuh ujian, guna mencapai gelar sarjana pada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Dakwah.
4. Diharapkan dari penelitian ini dapat menambah wawasan dan ilmu yang bermanfaat bagi pembaca atau penguji. Khususnya wawasan mengenai

pentingnya etika komunikasi dalam menggunakan media Sosial terutama media instagram.

## **F. Telaah Pustaka**

Telaah pustaka berupa kajian terhadap penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, yang berkaitan dengan etika komunikasi pada media sosial terutama pada studi komentar netizen di media sosial instagram dalam pandangan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Berikut beberapa penelitian ilmiah dari hasil telaah pustaka yang berkaitan dengan penelitian tersebut:

1. Penelitian Syafrida Nurrachmi, Ririn Puspita T. dari FISIP UPN Veteran Jawa Timur 2018. Penelitian ini dengan judul “Etika Komunikasi Netizen Di Media Sosial” mengemukakan mengenai pentingnya etika komunikasi bagi netizen untuk meminimalisir terhadap *cyber* media, khalayak *cyber* media dalam memberikan komentar negatif dengan menggunakan etnografi virtual. Dari hasil penelitian ini menunjukkan ada lima tipe netizen dalam memberikan komentar di akun Facebook E100 Radio Suara Surabaya, diantaranya tipe meminta informasi, tipe menyampaikan informasi, tipe menyampaikan argumentasi dengan baik, Menyampaikan argumentasi dengan tidak baik, dan pemberi komentar terhadap komentator.<sup>6</sup>
2. Penelitian Skripsi Lutfi Muawanah, dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2021. Dengan judul “Etika Komunikasi Netizen Dalam Perspektif Islam” dalam penelitian ini mengkaji terkait etika komunikasi yang dilakukan netizen terhadap media sosial instagram. Dengan tujuan dari

---

<sup>6</sup> Syafrida Nurrachmi F and Ririn Puspita T, “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, no. 1 (2018): 1-9.

peneliti ini bagaimana etika komunikasi netizen dalam menggunakan media sosial sesuai dengan ajaran Islam. Dalam penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif interaktif miles dan huberman dengan hasilnya ada enam prinsip komunikasi yang disebutkan dalam Al-Qur'an, diantaranya *qaulan sadidan*, *qaulan ma'rufan*, *qaulan kariman*, *qaulan layyinan* dan *qaulan masyura*. Menurutny dari peneliti jika manusia menerapkan prinsip tersebut maka komunikasi yang dilakukan sesuai dengan ajaran Islam.<sup>7</sup>

3. Penelitian Skripsi Vista Dini Astika dari IAIN Purwokerto 2021 dengan judul "Studi Etnografi Virtual Aktivitas #memedakwah Di Media Sosial Instagram". Dalam penelitian ini mengkaji terkait Fenomena yang sedang *trend* di masyarakat. Salah satunya adalah meme yang diartikan cuplikan gambar dari televisi, film dan sebagainya atau gambar-gambar buatan sendiri yang telah dimodifikasi dan diunggah melalui media sosial seperti facebook, twitter, dan Instagram. Tujuan dari penelitan ini untuk mengetahui motif pengguna instagram dalam menyertakan #memedakwah pada postinganya. Kedua untuk mengetahui cara memproduksi postingan yang menggunakan #memedakwah. Dari penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan etnografi Virtual yang didalam analisisnya terbagi menjadi 4 level pengalaman media, dokuemen media, objek media, dan ruang media, dengan menggunakan teori motif Papachirissi dan Rubin. Teori presentasi dari Erving Goffman, pengumpulanya menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis datanya menggunakan model alur Miles dan Huberman

---

<sup>7</sup> Lutfi Muawamah. "Etika Komunikasi Netizen di Instagram Dalam Perspektif Islam", *Jurnal Ath-Thariq*, UIN Sunan Kali Jaga Yogyakarta 5, No. 2, (2021).

yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dari informasi yang relevan. Dari analisis ini menunjukkan bahwa siber saat ini sangat kental dimasyarakat dan telah terjadi integrasi komunikasi berbasis meme dakwah dengan berbagai motif seperti motif *interpersonal utility*, *information seeking*, *convenience utility*, dan *entertainment*. Meme dakwah juga dijadikan untuk persentasi diri dalam membentuk identitas virtual menggunakan tiga strategi yaitu *ingratiation*, *competence*, dan *exemplification*. Cara memproduksi unggahan dengan 3 tahap pencarian informasi (isi konten), tahap *editing/layouting*, dan tahap mengunggah di media sosial.<sup>8</sup>

Dari penelitian tersebut, ketiganya menggunakan penelitian kualitatif. Secara umum penelitian ini membahas etika komunikasi bagi khalayak media sosial. Meskipun penelitian terdapat unsur yang sama akan tetapi memiliki perspektif yang berbeda. Hal ini membuat peneliti untuk meneliti etika komunikasi netizen dalam media sosial dengan perspektik komunikasi. Hal yang membedakan dari penelitian ini diambil dari sudut pandang objek dan subjek yang berbeda dalam perpektif yang berbeda pula.

---

<sup>8</sup> Vista Dini Astika, ““Studi Etnografi Virtual Aktivitas #memedakwah Di Media Sosial Instagram”” (IAIN Purwokerto, 2020).