

ISLAM DAN ETIKA BERMEDIA

(Kajian Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial Instagram Dalam Perspektif Islam)

Maya Sandra Rosita Dewi

Dosen Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Institut Islam Mamba'ul 'Ulum (IIM) Surakarta
Jl. Sadewa, No.14 Serengan Kota Surakarta
are.me9@gmail.com

ABSTRAK

Instagram merupakan media sosial yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia dibandingkan dengan twitter maupun facebook. Di dalam instagram terdapat sebuah desain yang memiliki fungsi komunikasi praktis dan menjadi sebuah media komunikasi berupa teks dan foto. Yang menjadi topik hangat untuk diteliti adalah banyaknya masyarakat yang menggunakan media sosial ini (instagram) namun kurang memahami makna mediana itu sendiri. Perkembangan media sosial secara langsung berdampak terhadap tatanan dari perilaku manusia, baik sebagai sarana informasi maupun sebagai sarana sosialisasi dan interaksi antar manusia. Media sosial seakan menjadi tempat menumpahkan segala aktivitas yang tidak jarang mengesampingkan beragam etika yang ada. Hal ini dilihat dari penggunaan bahasa non baku dan tidak resmi dalam berkomunikasi. Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lainnya. Komunikasi akan lebih efektif apabila pesan yang disampaikan dapat ditafsirkan sama oleh penerima pesan. Adapun Etika komunikasi yang baik dalam media sosial adalah jangan menggunakan kata kasar, provokatif, porno ataupun SARA; jangan memposting artikel atau status yang bohong; jangan mencopy paste artikel atau gambar yang mempunyai hak cipta, serta memberikan komentar yang relevan. Dalam perspektif islam, 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

Kata kunci: Instagram, Etika, Islam

Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang pesat di bidang komunikasi menciptakan beragam inovasi, gagasan, dan ide yang bertujuan untuk memudahkan dalam melakukan proses komunikasi. Perkembangan teknologi ini membuat komunikasi manusia menjadi lebih mudah dan efektif. Teknologi mutakhir yang sedang marak saat ini dimulai dari terciptanya berneka ragam *smartphone* dari berbagai merk. Masing-masing seri dari *smartphone* memiliki fitur canggih dan kecanggihan tersendiri dari merk lain. Bahkan seri dan fitur selalu di *upgrade* sehingga membuat konsumen terkadang menjadi *gagap* dalam mengkonsumsi

smartphone. Perkembangan teknologi juga merambah ke dunia internet. Media sosial menjadi hal yang sangat digemari masyarakat, bahkan sudah dianggap menjadi kebutuhan hidup.

Media sosial bagi masyarakat kini bukan hanya sebagai pengganti proses komunikasi secara langsung saja, akan tetapi dengan media sosial masyarakat lebih dimudahkan baik dalam proses komunikasi maupun informasi. Harold D. Laswell memaparkan fungsi media bisa 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 (Haryatmoko, 2007). Dari penjelasan disamping bahwa fungsi media bukan hanya sebagai sarana dalam mendapat dan menyebarkan informasi, akan tetapi memberikan interpretasi atas informasi dan juga menyebarkan nilai budaya.

Dijelaskan bahwa pada tahun 2009, media sosial menjelma menjadi alat informasi yang sangat potensial di Indonesia (Fami: 2011). Tingginya jumlah pengguna media khususnya masyarakat Indonesia berada pada aplikasi jejaring situs pertemanan dan informasi. Bisa dikatakan hampir seluruh masyarakat Indonesia memiliki media sosial yang tersedia. Pengguna media sosial tersebut tidak terbatas pada umur, karena dari remaja bahkan usia lanjut juga telah banyak yang memiliki akun pada media sosial tersebut.

Salah satu aplikasi jejaring pertemanan dan informasi yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat adalah instagram. Aplikasi tersebut merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mereapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk ke pemilik akun instagram itu sendiri. Salah satu hal unik dari instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti kamera Kodak Instamatic dan Polaroid (Mursito: 2006). 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 group akan dikomentari oleh pengguna akun lain. Dalam foto atau cerita tersebut antara pemilik akun dengan teman dalam instagram bisa saling berbalas komentar.

Dewasa ini pengguna akun instagram biasa disebut dengan *Netizen*.

Menurut wikipedia, istilah *netizen* adalah sebuah lakuran dari warga (*citizen*) dan internet, jadi *netizen* bisa kita katakan dengan warga internet (*warganet*) (www.wikipedia.org/wiki/Warganet, diakses pada tanggal 20 Nopember 2018). Jadi netizen bisa dikatakan sebagai orang-orang yang terlibat aktif pada komunitas online atau internet secara online. Netizen tidak hanya eksis pada situs online, chatting, atau game online. Terdapat banyak peran netizen di Internet yang memiliki fungsi dan tujuan yang berbedabeda. Ruang pada internet memungkinkan sesama netizen dapat saling berkomunikasi, mendapatkan dan berbagi informasi dengan lancar, dan banyak inisiatif yang dilakukan oleh para pengguna internet. Adanya blogging baik itu teks, suara maupun video, memudahkan banyak netizen untuk menyuarakan pendapatnya ke netizen-netizen lainnya yang jumlahnya semakin banyak. Menggerakkan massa pun juga semakin mudah. Adanya sosial media membuat informasi semakin lancar membuat pesan sampai tepat pada tujuannya, di manapun dan kapanpun.

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. Kemajuan teknologi dan arus globalisasi yang marak membuat kebudayaan timur dan norma-norma kesantunan memudar. 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 (Nasrullah,2015). Komunikasi menjadi kegiatan utama, dimulai 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 (Kismiyati, 2010). Sistem komunikasi, verbal maupun nonverbal, membedakan suatu kelompok dari kelompok lainnya. Terdapat banyak sekali bahasa verbal diseluruh dunia ini demikian pula bahasa nonverbal, meskipun bahasa tubuh (nonverbal) sering dianggap bersifat universal namun perwujudannya sering berbeda secara lokal.

Dalam perpektif islam komunikasi disamping untuk mewujudkan hubungan secara vertical dengan Allah Swt, juga untuk menegakkan komunikasi secara horizontal terhadap sesama manusia. Komunikasi dengan Allah Swt tercermin melalui ibadah-ibadah fardhu (salat, puasa, zakat dan haji) yang bertujuan untuk membentuk takwa. Sedangkan komunikasi dengan sesama manusia terwujud melalui penekanan hubungan sosial yang disebut *muamalah*, yang tercermin dalam semua aspek kehidupan manusia, seperti sosial, budaya, politik, ekonomi, seni dan sebagainya. Memilih kata dalam berkomunikasi juga perlu di perhatikan agar sebuah kegiatan atau tindakan membentuk dan menyelaraskan kata dalam kalimat dengan tujuan untuk mendapatkan kata yang paling tepat dan sanggup mengungkapkan konsep atau gagasan yang dimaksudkan oleh pembicara ataupun penulis. Akibat kesalahan dalam memilih kata, informasi yang ingin disampaikan pembicara bisa kurang efektif, bahkan bisa tidak jelas.

Penelitian ini memperlihatkan adanya permasalahan mengenai etika

komunikasi para netizen di instagram terlebih dipandang dari sudut pandang agama islam. Oleh karenanya permasalahan yang dirumuskan adalah bagaimana etika komunikasi netizen di media sosial instagram dalam perspektif islam. Diharapkan dengan adanya penelitian ini, mampu dijadikan gambaran maupun petunjuk bagi pengguna internet ataupun masyarakat umum dalam mengkonsumsi media sosial khususnya instagram.

Etika Berinternet Dan Fenomena Netizen

Kata etika secara etimologi (bahasa) berasal dari kata *ethos* (bahasa Yunani). Bentuk tunggal kata *ethos* memiliki arti tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, akhlak, perasaan, dan cara berpikir. Dalam bentuk jamak, *ta etha* berarti adat kebiasaan. Dalam istilah filsafat, etika berarti ilmu tentang apa yang biasa dilakukan atau ilmu tentang adat kebiasaan (Mufid,2009). Etika sering juga disebut dengan etik. Etik merupakan pencerminan dari pandangan masyarakat mengenai apa yang baik dan yang buruk, serta membedakan perilaku atau sikap yang dapat diterima dengan apa yang ditolak guna mencapai kebaikan dalam kehidupan bersama. Etika menyangkut nilai-nilai sosial dan budaya yang telah disepakati masyarakat sebagai norma yang dipatuhi bersama. Banyak prinsip etik yang bersifat universal, namun perlu kehati-hatian dalam mempelajari norma etik yang datang dari luar (Amir, 1999).

Tindakan manusia ditentukan oleh macam-macam norma. Etika menyelidiki dasar semua norma moral. Dalam etika biasanya dibedakan antara etika deskriptif dan etika normatif. Etika deskriptif memberi gambaran dari gejala kesadaran moral, dari norma dan konsep-konsep etis. Etika normatif tidak berbicara lagi tentang gejala, melainkan tentang apa yang sebenarnya harus merupakan tindakan manusia (Mufid, 2009).

Etika berinternet diperlukan agar setiap netizen ketika berada di dunia virtual memahami hak dan kewajibannya sebagai warga negara dunia virtual. Dalam suatu komunitas, contoh dalam grup yang ada di media sosial facebook, ada ketentuan yang harus disepakati pengguna ketika bergabung dalam grup ini. Contoh lainnya, saat pengguna membuat akun di fasilitas yang disediakan, misalnya akun di media sosial, akun email, dan akun blog. Sebelum pengguna bisa menggunakan fasilitas akun tersebut, ada ketentuan yang semestinya dipahami oleh pengguna terkait apa saja yang diperkenankan, apa yang tidak, sampai pada ketentuan hukum jika melanggar (Nasrullah, 2015).

Wacana etika melibatkan perilaku dan sistem nilai etis yang dimiliki oleh setiap individu atau kolektif masyarakat. Oleh sebab itu, wacana etika mempunyai unsur-unsur pokok. Unsur-unsur pokok itu merupakan kebebasan, tanggungjawab, hati nurani, dan prinsip-prinsip moral dasar. Moralitas yaitu sifat moral atau keseluruhan atas dan nilai yang berkenaan dengan baik buruk. Dua kaidah dasar moral adalah kaidah sikap baik dan kaidah keadilan (Mufid, 2009).

Sedangkan fenomena netizen atau warganet di media sosial sudah begitu akrab di telinga masyarakat. Netizen sendiri merupakan pengguna internet yang berpartisipasi aktif (komunikasi, mengeluarkan pendapat, berkolaborasi, dan lain-lain) dalam media internet. Netizen adalah siapa saja yang mengakses dan menggunakan internet. Mulai dari ABG yang sangat aktif *mobile chatting* menggunakan *ebuddy* atau bahkan berjam-jam membuka halaman facebook, mahasiswa yang bersuara kritis melalui media blog hingga kaum dewasa-tua yang mengakses facebook untuk mencari teman-temannya yang telah hilang, blogger, pengguna twitter, pengguna facebook dan aktivis sosial media lainnya termasuk dalam kategori netizen (Anto Kolarov, <http://antoni92.blogspot.com/2014/12/pe>

[ngertian-netizen 31.html](http://antoni92.blogspot.com/2014/12/pe). diakses pada tanggal 20 Nopember 2018)

Pada dasarnya ada tiga hal yang dilakukan netizen di internet, diantaranya: 1) Berekomunikasi dengan netizen lainnya melalui media media seperti skype, email, chat, wall to wall, dan lain-lain; 2) Menyuarakan pendapatnya (dapat berupa rekomendasi, kecaman, opini, masukan mengenai sesuatu, mempromosikan, mengekspresikan diri, dan lain-lain) melalui berbagai sosial media seperti twitter, facebook, tumblr, instagram, dan lain-lain; 3) Berkolaborasi melalui aplikasi web yang dapat digunakan secara kolaboratif dan real time melalui aplikasi-aplikasi seperti Google Docs, Google Spreadsheet, Zoho, dan lain-lain (Anto Kolarov,

<http://antoni92.blogspot.com/2014/12/pe>[ngertian-netizen 31.html](http://antoni92.blogspot.com/2014/12/pe). diakses pada tanggal 20 Nopember 2018).

Etika Komunikasi dan Komunikasi Dalam Perspektif Islam

Dalam pergaulan hidup bermasyarakat, bernegara hingga pergaulan hidup tingkat internasional diperlukan suatu system 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.

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 (Setiyani, 2013). Dengan demikian etika komunikasi adalah ilmu yang memperhatikan baik buruknya cara berkomunikasi. 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, komunitas menurut Wengner sebagaimana dibahas oleh Setiyani (2013) adalah sekelompok orang yang saling berbagi lingkungan, perhatian, masalah, serta memiliki keterkaitan atau kegemaran yang sama terhadap suatu topik.

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 (Corry, 2009). Sehingga bentuk komunikasi demikian akan menciptakan suatu komunikasi dua arah yang mencirikan penghargaan, perhatian dan dukungan timbal balik antara pihak-pihak yang berkomunikasi.

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, ideologi juga menjadi tolok ukur norma yang berlaku. Dalam Pancasila, sebagai ideologi dalam bernegara, berbangsa dan bermasyarakat di Indonesia, terdapat tolok ukur komunikasi (Amir,1999).

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 (Musyafak,2015).

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 etika yang berlaku, bukan hanya akan merugikan seseorang yang melakukan perbuatan, tetapi juga akan membahayakan atau merugikan orang lain, baik 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. Sebagai penganut agama Islam, tentu juga harus mendasarkan kepada norma etika yang terdapat dalam ajaran Islam (Amir,1999).

Media Komunikasi, Media Sosial, Dan Perkembangannya

Media adalah pusat kendali, tidak hanya kemampuan teknologinya yang melampaui ruang dan waktu, melainkan juga karena kesaling terhubungannya yang melekat dengan komunikasi, khususnya

kapasitasnya untuk memberi individu akses pada jaringan global (*global networks*). Sebagai bagian dari perkembangan teknologi informasi yang pesat, kehadiran internet beserta berbagai situs atau konten yang ada di dalamnya tidak hanya merubah perilaku individu, melainkan juga pada tingkat kelompok bahkan dalam skala yang semakin mengglobal (Sugihartati, 2014).

Teknologi pada dasarnya memiliki kontribusi dalam menciptakan keberagaman media, inilah salah satu ciri dalam menciptakan keberagaman media. Dari sisi industri, biaya produksi media dan alat produksi yang semakin murah dan canggih menyebabkan kemunculan media secara massal. Teknologi memungkinkan industri media untuk memproduksi media lebih beragam, kondisi ini bisa dilihat dari konvergensi media yang tidak hanya berada dalam bentuk cetak semata, tetapi juga khalayak bisa menemukan media yang sama dalam bentuk elektronik. Tidak hanya dari sisi jumlah, tetapi juga khalayak diberikan pilihan untuk mengonsumsi melalui jenis medianya, mulai dari cetak, audio, visual, audio-visual, hingga online (Nasrullah, 2014).

Fase perkembangan komunikasi yang dipaparkan oleh Rogers, baik secara langsung maupun tidak, berpengaruh pada kemunculan media komunikasi itu sendiri. Menurut Rogers, fase-fase tersebut meliputi; masa komunikasi melalui media tulisan (*the writing era*), masa media komunikasi tercetak (*the printing era*), era komunikasi yang sudah memanfaatkan teknologi meskipun masih sederhana (*telecommunication era*), dan masa di mana media menjadi lebih interaktif dari sebelumnya (*interactive communication era*) (Nasrullah, 2014).

Sedangkan untuk Media sosial memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh beberapa jenis media siber lainnya. Salah satunya, media sosial beranjak dari pemahaman bagaimana media digunakan sebagai sarana sosial di dunia virtual. Pada akhirnya, karakteristik

media sosial bisa dipergunakan untuk bidang seperti jurnalisme, hubungan masyarakat, pemasaran dan politik. Adapun karakteristik media sosial yaitu jaringan (*network*), informasi, arsip, intraksi, simulasi sosial dan konten oleh pengguna (Nasrullah, Rulli, 2014). Anderas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan penukaran "user-generated content" (Andreas & Michael, 2010).

Berbagai media sosial yang populer di masyarakat Indonesia antara lain: path, facebook, Instagram dan twitter. Media sosial telah menjadi *trend* tersendiri dengan pengguna di Indonesia mencapai lebih dari 82 juta akun Facebook, 22 jt pengguna aktif Instagram, dan lebih dari 6,2 juta akun Twitter. Data tersebut merupakan survey JakPat September 2015. Berdasar perkembangannya, Indonesia berada di urutan ke dua dunia setelah Amerika Serikat sebagai negara dengan penduduknya sebagai pengguna media sosial.

Metodologi Penelitian

Penelitian dalam paper ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif ditujukan untuk mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku, membuat perbandingan atau evaluasi, menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang (Rakhmat, 2001: 35). Penelitian ini berusaha untuk menjelaskan etika komunikasi netizen di media sosial instagram dalam perspektif islam.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer berupa pengamatan terhadap akun-akun instagram baik akun publik figur, akun infotainment, akun berita, dan akun pengguna pribadi. Untuk data sekunder, peneliti mengambil data dari beberapa literatur pengetahuan mengenai studi etika komunikasi dan media, foto, ataupun gambar yang diperlukan.

Sedangkan untuk analisis data, penelitian ini menggunakan analisis data model interaktif dari Miles dan Huberman. Teknik analisis ini pada dasarnya terdiri dari tiga komponen yakni: reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan serta pengujian kesimpulan (*drawing and verifying conclusions*).

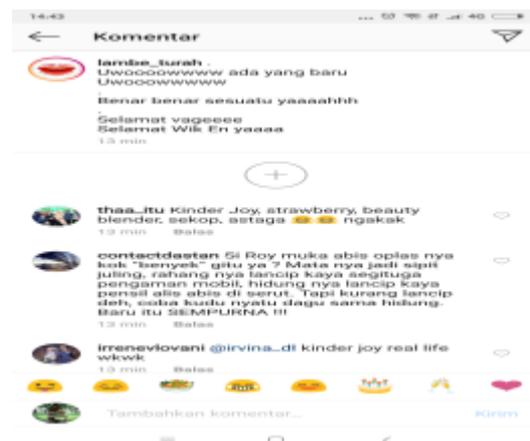
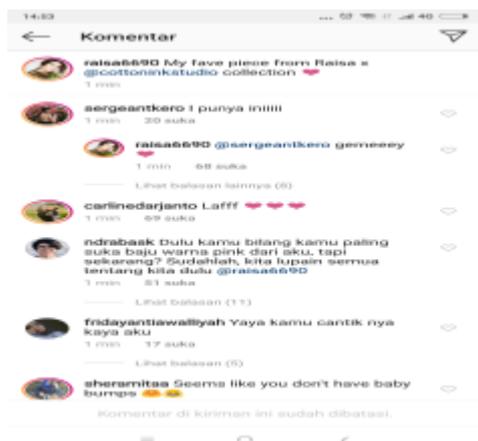
Miles dan Huberman (1994) dalam Pawito (2007:104) lebih lanjut menerangkan komponen pertama dalam model interaktifnya yakni reduksi data, bukan asal membuang data yang tidak diperlukan. Melainkan merupakan upaya yang dilakukan oleh peneliti selama analisis data dilakukan dan merupakan langkah yang terpisah dari analisis data. Langkah pertama dalam reduksi data melibatkan langkah-langkah editing, pengelompokan, dan meringkas data. Langkah kedua, peneliti menyusun kode-kode dan catatan-catatan (memo) mengenai berbagai hal, termasuk yang berkenaan dengan kativitas serta proses-proses sehingga peneliti dapat menemukan

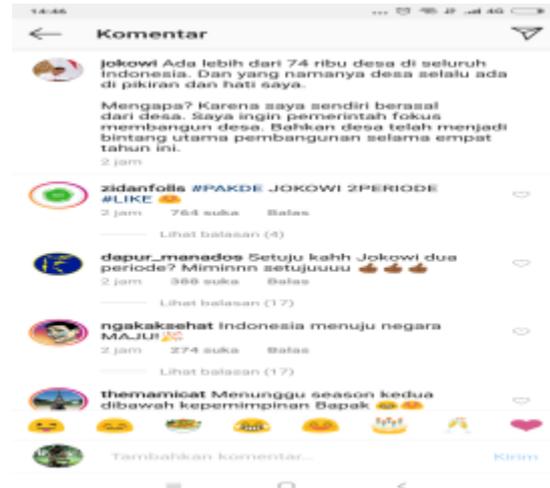
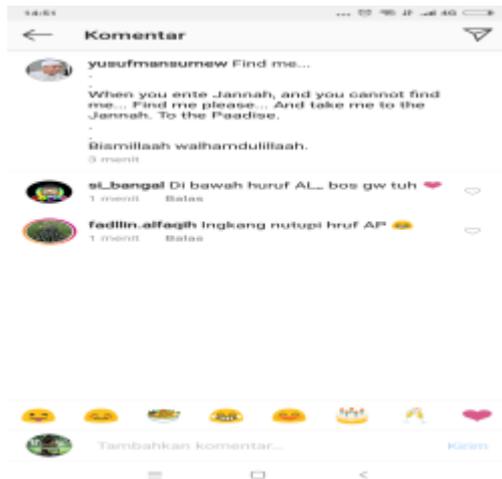
tema-tema, kelompok-kelompok, dan pola-pola data.

Komponen terakhir dari model interaktif Miles dan Huberman, adalah penarikan kesimpulan. Peneliti pada dasarnya mengimplementasikan prinsip induktif dengan mempertimbangkan pola-pola data yang ada dan atau kecenderungan dari display data yang telah dibuat. Ada kalanya kesimpulan telah tergambar sejak awal, namun kesimpulan final tidak pernah dapat dirumuskan secara memadai tanpa peneliti menyelesaikan analisis seluruh data yang ada. Peneliti dalam kaitan ini masih harus mengkonfirmasi, mempertajam, atau mungkin merevisi kesimpulan-kesimpulan yang telah dibuat untuk sampai pada kesimpulan final berupa proposisi-proposisi ilmiah mengenai gejala atau realitas yang diteliti (Pawito, 2007:106).

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Instagram lebih populer dibandingkan dengan facebook ataupun twitter di Negara Indonesia. Pengguna instagram biasanya mencari informasi online shop, mengunggah foto liburan atau makanan. Selin itu, instagram juga menjadi sasaran dalam menemukan berbagai macam informasi baik info pendidikan, politik, keagamaan, fesyen, dan masih banyak lagi. Hal ini tak ada yang bisa menampik Instagram sebagai latforn media sosial yang bakal semakin berpengaruh di masa mendatang.





Sumber: Akun instagram peneliti, 2018

Gambar diatas menunjukkan pola komunikasi yang digunakan oleh netizen dalam instagram. Komunikasi di media sosial khususnya di instagram hampir semua dilakukan menggunakan bahasa tidak baku. Hal ini disebabkan karena dalam dunia media sosial, kita belum tentu mengenal sesama pengguna, walaupun sebenarnya banyak juga yang telah berinteraksi dan bertatapmuka di dunia nyata dan berlanjut ke dunia maya (media sosial). Bahasa di media sosial 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.

Seperti yang telah kita ketahui, munculnya media sosial khususnya instagram membuka media baru bagi pengguna dalam 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. Hal ini

berakibat pada menurunnya penerapan etika dan norma kesopanan masyarakat khususnya di Indonesia. Dalam kehidupan bersosial di masyarakat, istilah etika dikaitkan dengan moralitas seseorang. Orang yang tidak memiliki etika yang baik sering disebut tidak bermoral karena tindakan dan perkataan yang diambil tidak melalui pertimbangan baik dan buruk. karena menyangkut pertimbangan akan nilai-nilai baik yang harus dilakukan dan nilai-nilai buruk yang harus dihindari. Tidak adanya filter pertimbangan nilai baik dan buruk merupakan awal dari bencana pemanfaatan media sosial.

Dari gambar diatas dapat kita telaah bahwa netizen di Indonesia sebagian besar belum mengindahkan etika komunikasi dalam mengkonsumsi media sosial instagram. Etika berkomunikasi dalam implementasinya antara lain dapat diketahui dari komunikasi yang santun. Hal ini merupakan juga cerminan dari kesantunan kepribadian kita. Komunikasi diibaratkan seperti urat nadi penghubung Kehidupan, sebagai salah satu ekspresi dari karakter, sifat atau tabiat seseorang untuk saling berinteraksi, mengidentifikasi diri serta bekerja sama. Kita hanya bisa saling mengerti dan memahami apa yang dipikirkan, dirasakan dan dikehendaki orang melalui komunikasi yang diekspresikan dengan menggunakan berbagai saluran, baik verbal maupun non-

verbal. Gambar diatas memperlihatkan semua komentar menggunakan bahasa yang nonformal, walaupun itu ditujukan pada akun official milik presiden.

Gaya bahasa pada masing-masing akun hampir sama, baik itu untuk mengomentari akun dari publik figur artis, presiden, maupun ulama. Netizen akan memberikan pujian yang berlebihan pada sesuatu yang mereka sukai, akan tetapi akan memberikan umpatan yang kasar pada akun yang tidak mereka sukai. Bahkan tidak jarang terjadi *bullying* pada sesuatu yang buruk dan sedang viral, misalnya terjadi tindak kekerasan pada seorang guru yang akhirakhir ini terjadi. Para netizen otomatis akan mencari tau akun dari pelaku kekerasan dan kompak untuk melakukan umpatan dengan nada kasar. Akantetapi sebaliknya, bila terdapat informasi viral yang bagus mereka akan memberikan pujian dengan berlebihan terkadang seperti kita tenggelam ke dalam dunia maya. Walaupun tidak semua, dalam satu unggahan biasanya masih terdapat netizen yang memberikan komentar secara bijak dan sopan.

Dalam segi pesan yang ingin disampaikan oleh netizen, tergolong masih terlalu kasar. Sebenarnya maksud dari komentar mereka itu baik. Mengingatkan bila terjadi kekeliruan atau tindakan yang salah., akan tetapi cara dan etika penyampaian pesan yang cenderung diabaikan. Pesan yang ingin disampaikan melalui komunikasi, bisa berdampak positif bisa juga sebaliknya. Komunikasi akan lebih bernilai positif, jika para peserta komunikasi mengetahui dan menguasai teknik berkomunikasi yang baik, dan beretika. Etika berkomunikasi, tidak hanya berkaitan dengan tutur kata yang baik, tetapi juga harus berangkat dari niat tulus yang diekspresikan dari ketenangan, kesabaran dan empati kita dalam berkomunikasi. Bentuk komunikasi yang demikian akan menghasilkan komunikasi dua arah yang bercirikan penghargaan, perhatian dan dukungan secara timbal balik dari pihak-pihak yang berkomunikasi.

Komunikasi yang beretika, kini menjadi persoalan penting dalam penyampaian aspirasi. Dalam keseharian eksistensi penyampaian aspirasi masih sering dijumpai sejumlah hal yang mencemaskan dari perilaku komunikasi yang kurang santun. Etika komunikasi sering terpinggirkan, karena etika Berkomunikasi belum membudaya sebagai urat nadi kehidupan bermasyarakat dan bernegara.

Dipandang dari perspektif islam, 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 (Musyafak,2015). Dari teori disamping, bila diterapkan pada penelitian ini, maka komentar netizen di instagram tergolong masih belum mencerminkan etika komunikasi islam. Hal ini dikarenakan 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, ideologi juga menjadi tolok ukur norma yang berlaku. Berbicara dengan santun tanpa bernada kasarpun sebenarnya telah mencerminkan etika komunikasi yang diajarkan dalam agama islam. Selain itu mengupload konten-konten yang berfaedah dan berguna untuk kemaslahatan bersama juga diajarkan dalam ajaran agama islam. Selain itu, 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.

Yang terakhir, telah dijelaskan pada teori diatas bahwa pelanggaran terhadap etika yang berlaku, bukan hanya akan merugikan seseorang yang melakukan perbuatan, tetapi juga akan membahayakan atau merugikan orang lain, baik 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. Sebagai penganut agama Islam, tentu juga harus mendasarkan kepada norma etika yang terdapat dalam ajaran Islam (Amir,1999). Oleh karenanya, sebagai netizen yang bijak hendaknya memperhatikan dan memikirkan kembali konten-konten yang hendak di upload dan disebarluaskan di dunia maya. Hal ini untuk menghindari konflik komentar yang terkadang akan berbuntut panjang. Adapun etika komunikasi yang baik dalam mengkonsumsi media sosial dan sesuai dengan ajaran agama islam adalah jangan menggunakan kata kasar, provokatif, pornografi ataupun isu SARA; jangan memposting artikel atau status yang bohong dan menimbulkan konflik; jangan mencopy paste artikel atau gambar yang mempunyai hak cipta, serta memberikan komentar yang relevan dengan gaya bahasa yang santun.

Penutup

Berdasar pembahasan yang telah dijelaskan diatas, dapat dirangkum hasil dari penelitian ini yakni sebagai berikut: etika komunikasi dalam menggunakan

media sosial instagram sangat diperlukan. Hal ini dikarenakan dapat meminimalisir pengaruh negatif yang ditimbulkan dari perbedaan cara pandang atau tanggapan seseorang. Setiap netizen atau pengguna akun seharusnya mampu memilah mana yang merupakan ranah pribadi dan ranah publik, sehingga dalam mengupload foto dipertimbangkan yang seharusnya tidak dipublikasikan.

Etika komunikasi dalam media sosial khususnya instagram sangat diperlukan baik dari segi upload foto atau gambar, menuliskan status ataupun memberikan komentar. Yang perlu digaris bawahi adalah instagram merupakan media sosial yang berada di ranah publik, sehingga masyarakat umum bisa mengakses dan berhak memberikan komentar baik itu komentar positif maupun komentar negatif tanpa ada batasan. Akan lebih bijak apabila pemilik akun instagram memeriksa maupun mempertimbangkan kembali konten-kontek yang akan di upload. Dan yang lebih penting adalah menjauhkan konten yang mampu menimbulkan konflik seperti konten hoax, pornografi, kekerasan dan isu SARA.

Etika komunikasi juga menjadi hal yang penting dalam ajaran agama islam. Komunikasi yang baik bagi umat islam adalah komunikasi yang sesuai dengan kaidah agama, dan nilai-nilai yang terkandung dalam Al-Qur'an dan hadist. Dalam temuan penelitian ini, etika komunikasi yang sesuai dengan ajaran agama islam belum sepenuhnya dilakukan oleh netizen. Masih terdapat interaksi dalam instagram yang menggunakan bahasa kasar maupun ucapan yang menimbulkan konflik.

Tata bahasa yang digunakan oleh netizen tidak sesuai dengan EYD maupun menggunakan bahasa yang formal dan sopan. Dengan mengatasnamakan keakraban, netizen yang sebenarnya belum pernah bertemu dan bertatap muka berbalas komentar dengan kata-kata dan bahasa nonformal atau gaul. Yang patut disayangkan, masih terdapat banyak

netizen yang melupakan ajaran agama dan budaya ketimuran yang menjunjung tinggi kesopanan dan norma.

Daftar pustaka

- Amir, H. Mafri. *Etika Komunikasi Massa dalam Pandangan Islam*. Jakarta: PT. Logos Wacana Ilmu, 1999.
- Fahmi, Abu Bakar. 2011. *Mencerna Situs Jejaring Sosial*. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Haryatmoko. 2007. *Etika Komunikasi; Manipulasi Media, Kekerasan, dan Pornografi*. Yogyakarta: Kanisius. Mufid, Muhammad. *Etika dan filsafat komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009.
- Kaplan, Andreas M; Michael Haenlein. 2010. "Users of the world, Nasrullah, Rulli. 2015. *Teori Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Kultur, dan Sosio-Teknologi)* Jogjakarta : Simbiosis Rekatama Media.
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi kualitatif*. Yogyakarta: LKIS.
- Rakhmat, Jalaludin. 2002. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugihartati, Rahma. *Perkembangan Masyarakat Informasi dan Teori Sosial Kontemporer*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014.

unite! The challenges and opportunities of social media" . *Business Horizons* 53 : 59:68.

- Kismiyati. 2010. *Filsafat dan Etika*. Bandung : Widya Padjajaran.
- Mursito. (2006). *Memahami Institusi Media (Sebuah Pengantar)*. Surakarta: Lindu Pustaka.
- Musyafak, Najahan. *Islam dan Ilmu Komunikasi*. Semarang: CV. Karya Abadi Jaya, 2015.
- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial Prosedur, Tren, dan Etika*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, n.d.
- Nasrullah, Rulli. *Teori dan Riset Media Siber (cybermedia)*. Jakarta: Kencana, 2014.

Jurnal Elektronik

- Corry, A. 2009. *Etika Berkomunikasi dalam Penyampaian Aspirasi*. *Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanagara* .

Internet

- Anto Kolarov,
http://antonius92.blogspot.com/2014/12/pengertian-netizen_31.html.
diakses pada tanggal 20 Nopember 2018
- www.wikipedia.org/wiki/Warganet,
diakses pada tanggal 20 Nopember 2018