

# **ETIKA KOMUNIKASI DALAM MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL ( INSTAGRAM )**

**Rerin Maulinda, S. Pd, M.Pd**

**Suyatno, S.Pd, M.Pd**

**Dosen 00445@unpam.ac.id**

## **Abstrak**

Media sosial adalah sebuah media online, dengan cara penggunaannya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi. Perkembangan media sosial akhir-akhir ini sangat pesat. Sehingga menjadi topik hangat untuk dibahas karena banyaknya masyarakat yang menggunakan media sosial namun kurang memahami makna mediana itu sendiri. Adapun media sosial yang digunakan adalah Instagram. Instagram adalah aplikasi media jejaring sosial yang mampu menghasilkan dan memublikasikan foto secara instan. 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.

Kata kunci: Media Sosial, Instagram, Etika, dan Komunikasi

## PENDAHULUAN

Zaman saat ini serba teknologi, sosial media menjadi kebutuhan penting bagi banyak orang. Tak jarang kita selalu terhubung dengan dunia luar melalui media sosial. Hubungan beragam yang dibangun dengan orang yang sudah dikenal, kerabat, relasi, ataupun pihak-pihak yang belum kita kenal dan baru diketahui lewat dunia maya.

Menurut C. Widy Hermawan, adanya penggunaan internet melalui media sosial, telah menghadirkan sebuah web forum yang dapat membentuk suatu komunitas online.<sup>1</sup> Layaknya forum diskusi, sebuah web forum dapat juga menampung ide, pendapat, dan segala informasi dari para anggotanya sehingga dapat saling berkomunikasi atau bertukar pikiran antara satu sama lainnya. Sebuah forum online biasanya hanya memiliki suatu pokok bahasan tertentu, tetapi tidak menutup kemungkinan dapat meluas hingga ke berbagai bidang.

Pada dasarnya, forum online merupakan sebuah papan pengumuman yang tersedia dalam bentuk online. Namun seiring berjalannya waktu sebuah forum online mengalami perluasan fungsi, yaitu tidak hanya sekedar berbagi informasi melainkan sebagai sarana akomodasi antar sesama pengguna dan pihak yang memiliki forum tersebut.

Tahun 2009 media sosial menjelma menjadi alat informasi yang sangat potensial di Indonesia.<sup>2</sup> Tingginya pengguna media sosial di Indonesia merupakan aplikasi jejaring situs pertemana dan informasi. Atau dengan kata lain, hampir semua masyarakat di Indonesia memiliki dan mengakses media sosial yang ada

Media sosial beragam mulai bermunculan dan menjadi pilihan masyarakat, seperti facebook, twitter, instagram, path dan masih banyak lainnya.<sup>3</sup> Interaksi yang dilakukan dalam media sosial, haruslah memperhatikan etika dalam berinteraksi. Hal ini sangat penting agar segala aktivitas kita di media sosial tidak berdampak buruk dalam kehidupan kita, baik secara langsung maupun tidak langsung.

---

<sup>1</sup> Hermawan, C. W. (2009). Cara Mudah Membuat Komunitas Online dengan PHPBB. Yogyakarta: ANDI.

<sup>2</sup> Abu Bakar Fahmi. 2011. Mencerna Situs Jejaring Sosial. Jakarta : Elex Media Komputindo.

<sup>3</sup> Nurudin. 2012. Media Sosial Baru. Yogyakarta : DPPM DIKTI.

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mereapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Salah satu hal unik dari Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti kamera Kodak Instamatic dan Polaroid.<sup>4</sup>

Interaksi yang dilakukan dalam media sosial haruslah komunikatif dan sopan. Sebagai manusia dalam kehidupan sehari-hari kita tidak akan pernah terlepas dari komunikasi.<sup>5</sup> Komunikasi selalu menjadi kegiatan utama kita, mulai dari bangun tidur hingga tidur kembali, entah itu komunikasi formal maupun non formal.

Hal tersebut memang telah menjadi kebiasaan dan menjadi kodrat kita sebagai manusia yang merupakan makhluk sosial yang tak dapat hidup sendiri. Kita selalu membutuhkan bantuan orang lain atau ingin selalu hidup dengan orang lain. Walaupun hanya sekedar berinteraksi atau obrolan basa-basi. Dalam interaksi itulah manusia lambat laun menciptakan nilai-nilai bersama yang kemudian disebut sebagai kebudayaan.

Media sosial sangat mempengaruhi kehidupan seseorang, oleh karena itu kita harus mampu menyikapi dengan pandai sehingga kelak tidak melupakan kewajiban pada kehidupan nyata. Selain itu, kita harus memenuhi etika dalam penggunaan media sosial sehingga mendapat hal baik dan positif, minimal sebagai hiburan dan sumber informasi faktual.

Kemajuan teknologi yang menyebabkan mudarnya kebudayaan timur dan luntarnya norma-norma kesantunan dalam segala hal, sehingga memberikan pengaruh buruk bagi masyarakat, khususnya kamu pelajar. Selain itu, kemajuan teknologi juga menyebabkan rendahnya etika dan moral masyarakat, sehingga bukan kesantunan berbahasa yang terjalin melainkan kekerasan fisik, yaitu tawuran.<sup>6</sup>

Dalam nilai-nilai yang terbentuk tersebut terdapat beberapa kaidah yang bertujuan mengatur tata cara kita berkomunikasi antar sesama tanpa menyakiti hati

---

<sup>4</sup> Mursito. (2006). Memahami Institusi Media (Sebuah Pengantar).Surakarta: Lindu Pustaka.

<sup>5</sup> Rulli Nasrullah. 2015. Teori Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Kultur, dan Sosio-Teknologi) Jogjakarta : Simbiosis Rekatama Media.

<sup>6</sup> Franz magnis Suseno. 1993. Etika dasar. Jakarta : Pustaka Filsafat.

dan mejunjung tinggi etika sebagai sebuah tanda penghargaan pada lawan bicara kita. Namun terkadang 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.<sup>7</sup>

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.

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.

## **PEMBAHASAN**

### **A. Sistematika Etika**

Dalam kehidupan bermasyarakat terdapat suatu sistem yang mengatur tata cara manusia bergaul. Tata cara pergaulan untuk saling menghormati biasa kita kenal dengan sebutan sopan santun. Tata cara pergaulan bertujuan untuk menjaga kepentingan komunikator dengan komunikan agar merasa senang, tenang, terlindungi tanpa ada pihak lain yang dirugikan kepentingannya dan perbuatan yang dilakukan sesuai dengan adat kebiasaan yang berlaku serta tidak bertentangan dengan hak asasi.

Secara umum tata cara pergaulan, aturan perilaku, adat kebiasaan manusia dalam bermasyarakat dan menentukan nilai baik dan nilai tidak baik disebut sebagai *etika*.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Kismiyati. 2010. Filsafat dan Etika. Bandung : Widya Padjajaran.

<sup>8</sup> Haryatmoko. 2007. Etika Komunikasi. Indonesia : Kanisius.

## Sistematika Etika

Secara umum, menurut A. Sonny Kream (1993: 41)<sup>9</sup>, etika dapat dibagi menjadi dua bagian:

1. Etika Umum yang membahas kondisi dasar bagaimana manusia bertindak etis, dalam mengambil keputusan etis, dan teori etika serta mengacu pada prinsip moral dasar yang menjadi pegangan dalam bertindak dan tolok ukur atau pedoman untuk menilai baik atau buruknya suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang.
2. Etika Khusus yaitu penerapan prinsip-prinsip moral dasar dalam bidang khusus, yaitu bagaimana mengambil keputusan dan bertindak dalam kehidupan sehari-hari pada proses dan fungsional dari suatu organisasi. Etika khusus dibagi menjadi dua bagian yaitu, Etika individual menyangkut kewajiban dan perilaku manusia terhadap dirinya sendiri. Etika sosial berbicara mengenai kewajiban, sikap, dan perilaku sebagai anggota masyarakat yang berkaitan dengan nilai-nilai sopan santun, tata krama dan saling menghormati.

Etika berasal dari kata *ethikus* dan dalam bahasa Yunani disebut *ethicos* yang berarti kebiasaan norma-norma, nilai-nilai, kaidah-kaidah dan ukuran-ukuran baik dan buruk tingkah laku manusia.<sup>10</sup> Jadi, etika komunikasi adalah norma, nilai, atau ukuran tingkah laku baik dalam kegiatan komunikasi di suatu masyarakat.<sup>11</sup>

Dari definisi etika diatas, dapat diketahui bahwa “*etika*” berhubungan dengan empat hal sebagai berikut:

1. Dilihat dari segi objek pembahasannya, etika berupaya membahas perbuatan yang dilakukan oleh manusia.
2. Dilihat dari segi sumbernya, etika bersumber pada akal pikiran atau filsafat. Sebagai hasil pemikiran, maka etika tidak bersifat mutlak, absolute dan tidak pula universal. Ia terbatas, dapat berubah, memiliki kekurangan, kelebihan dan sebagainya. Selain itu, etika juga memanfaatkan berbagai ilmu yang membahas perilaku manusia seperti ilmu antropologi, psikologi, sosiologi, ilmu politik, ilmu ekonomi dan sebagainya.
3. Dilihat dari segi fungsinya, etika berfungsi sebagai penilai, penentu dan penetap terhadap sesuatu perbuatan yang dilakukan oleh manusia, yaitu apakah

---

<sup>9</sup> Haryatmoko. 2007. Etika Komunikasi. Indonesia : Kanisius.

<sup>10</sup> DIKNAS. 2005. KBBi edisi ketiga Jakarta : Balai Pustaka.

<sup>11</sup> Haryatmoko. 2007. Etika Komunikasi. Indonesia : Kanisius.

perbuatan tersebut akan dinilai baik, buruk, mulia, terhormat, hina dan sebagainya. Dengan demikian etika lebih berperan sebagai konseptor terhadap sejumlah perilaku yang dilaksanakan oleh manusia. Etika lebih mengacu kepada pengkajian sistem nilai-nilai yang ada.

4. Dilihat dari segi sifatnya, etika bersifat relative yakni dapat berubah-ubah sesuai dengan tuntutan zaman.<sup>12</sup>

Johannesen (1996) mengemukakan, dalam perspektif politik diperlukan empat pedoman etika, yaitu: (1) menumbuhkan kebiasaan bersikap adil dengan memilih dan menampilkan fakta dan pendapat secara terbuka, (2) mengutamakan motivasi umum dari pada motivasi pribadi, dan (3) menanamkan kebiasaan menghormati perbedaan pendapat.<sup>13</sup>

Selanjutnya, Nilsen (dalam Johannesen, 1996), mengatakan bahwa untuk mencapai etika komunikasi, perlu diperhatikan sifat-sifat berikut: (1) penghormatan terhadap seseorang sebagai person tanpa memandang umur, status atau hubungannya dengan si pembicara, (2) penghormatan terhadap ide, perasaan, maksud dan integritas orang lain, (3) sikap suka memperbolehkan, keobjektifan, dan keterbukaan pikiran yang mendorong kebebasan berekspresi, (4) penghormatan terhadap bukti dan pertimbangan yang rasional terhadap berbagai alternatif, dan (5) terlebih dahulu mendengarkan dengan cermat dan hati-hati sebelum menyatakan persetujuan atau ketidaksetujuan.<sup>14</sup>

## **B. Sistem Komunikasi**

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.<sup>15</sup>

---

<sup>12</sup> Franz magnis Suseno. 1993. Etika dasar. Jakarta : Pustaka Filsafat.

<sup>13</sup> Nugroho, Y. (2008). Adopting Technology, Transforming Society: The Internet and the Reshaping of Civil Society Activism in Indonesia. *International Journal of Emerging Technologies and Society* Vol.6 No.22.

<sup>14</sup> Ibid.

<sup>15</sup> Nurani Soyomukti. 2010. Pengantar Ilmu Komunikasi. Yogyakarta : Ar-Ruzz Media.

Komunikasi merupakan keterampilan paling penting dalam hidup kita. Seperti halnya bernafas, banyak orang beranggapan bahwa Komunikasi sebagai sesuatu yang otomatis terjadi, sehingga orang tidak tertantang untuk belajar berkomunikasi secara efektif dan beretika. Hal yang paling penting dalam komunikasi, bukan sekadar pada apa yang dikatakan, tetapi pada karakter kita dan bagaimana kita mentransfer pesan serta menerima pesan. Komunikasi harus dibangun dari diri kita yang paling dalam sebagai fondasi integritas yang kuat.

Komunikasi merupakan suatu hal yang amat penting dalam kehidupan manusia. Kita tidak bisa, tidak berkomunikasi. Kita belajar menjadi manusia melalui komunikasi. Komunikasi sudah merupakan kebutuhan manusia, bahkan kesuksesan seseorang sekarang ini, lebih banyak ditentukan pada kemampuan dia berkomunikasi.

Komunikasi melibatkan interaksi antar anggota masyarakat. Dalam interaksi diperlukan norma-norma atau aturan-aturan yang berfungsi untuk pengendalian yang tujuannya adalah untuk tercapainya Ketertiban dalam masyarakat. Salah satu, upaya mewujudkan tertibnya masyarakat adalah adanya etika komunikasi yakni kajian tentang baik buruknya suatu tindakan komunikasi yang dilakukan manusia, suatu pengetahuan rasional yang mengajak manusia agar dapat berkomunikasi dengan baik.

Komunikasi menandakan pula adanya interaksi antar -anggota masyarakat, karena komunikasi selalu melibatkan setidaknya dua orang. Dalam interaksi selalu diperlukan norma-norma atau aturan-aturan yang berfungsi untuk pengendalian atau social control. tujuannya untuk menciptakan masyarakat yang tertib. Salah satu bentuk untuk mewujudkan tertibnya masyarakat adalah adanya etika, yakni filsafat yang mengkaji baik-buruknya suatu tindakan yang dilakukan manusia.<sup>16</sup>

### **C. Media Sosial (Instagram)**

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

---

<sup>16</sup> Kismiyati. 2010. Filsafat dan Etika. Bandung : Widya Padjajaran.

sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.<sup>17</sup>

Anderas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan penukaran “user-generated content.”<sup>18</sup>

Kaplan dan Haenlein membagi media sosial menjadi enam bagian, yaitu Proyek Kolaborasi (wiki, bookmark), Blog dan Mikroblog (twitter), Konten (youtube), Situs jejaring sosial (facebook dan instagram), dan Virtual Game Works (3D).<sup>19</sup>

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.

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

---

<sup>17</sup> <sup>17</sup> Dedy Mulyana. 2014. Perkembangan Teknologi Informasi: New Media, Jurnal Umum Unpas: Terbitan Mei 2014

<sup>18</sup> Kaplan, Andreas M; Michael Haenlein. 2010. “Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media” . Business Horizons 53 : 59:68.

<sup>19</sup> Ibid



melalui ini signifikansi foto. Instagram merupakan situs yang digunakan untuk menampilkan berupa teks dan foto, yang seiring zaman digunakan sebagai penyampai pesan oleh para pembaca.<sup>20</sup>

Hal di atas diperkuat oleh Linaschke yang mengatakan Instagram adalah program sharing foto ke dalam jejaring sosial yang memfasilitasi penggunaanya untuk memfoto dan mengaplikasikan filter digital bertemakan *faux vintage* ke dalam fotonya untuk kemudiandishare ke pengguna lain yang saling terhubung di dalam jejaring sosial.<sup>21</sup>

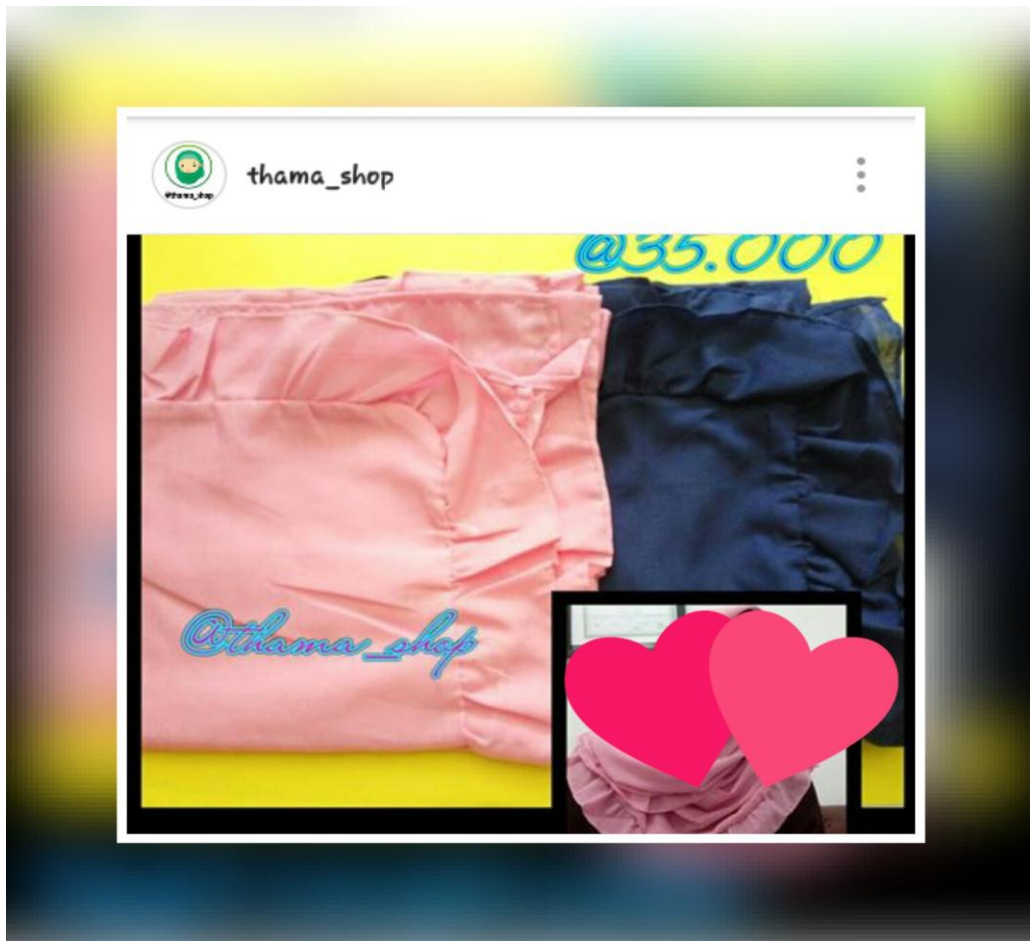
Berikut beberapa contoh Instagram;



Gambar di atas memberikan informasi mengenai tausiyah kepada sesama.

<sup>20</sup> Abu Bakar Fahmi. 2011. Mencerna Situs Jejaring Sosial. Jakarta : Elex Media Komputindo.

<sup>21</sup> Linaschke, J. 2011. Getting teh most from Instagram. Berkeley: Peachpit Press.



Gambar di atas memberikan informasi barang yang dijual di Thama Shop.

#### **D. Etika Komunikasi dalam menggunakan Media Sosial (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 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.

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. Yang 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

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.

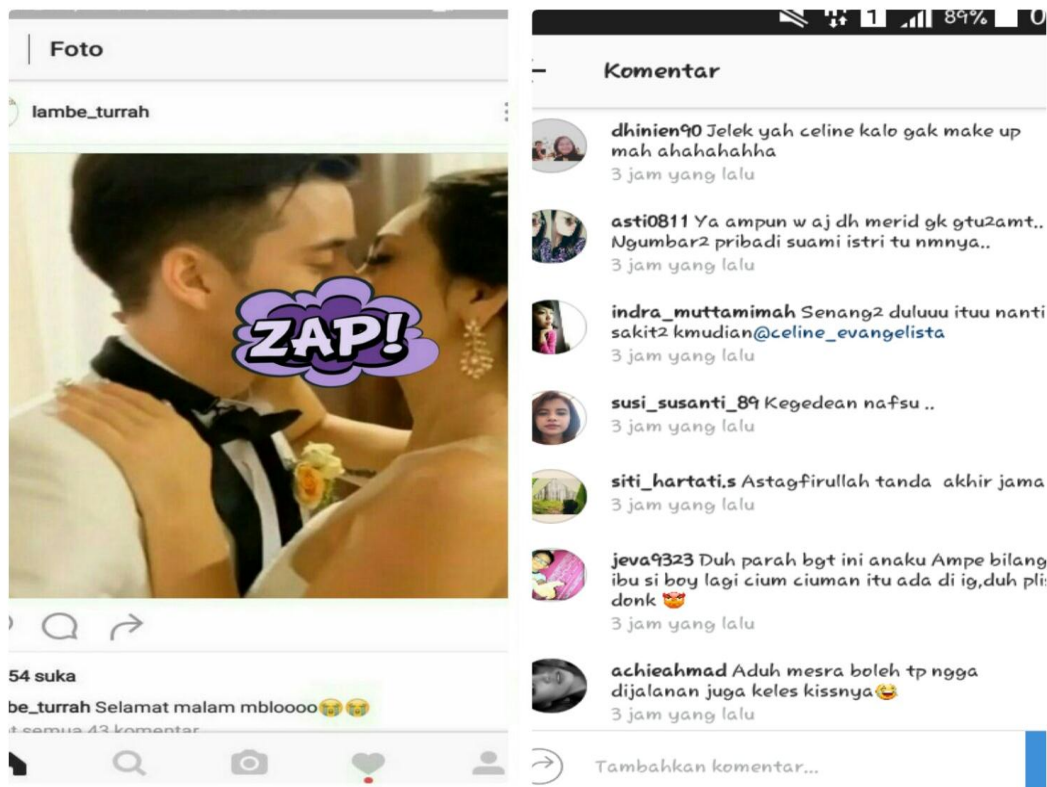
Dalam kehidupan bersosial di masyarakat, istilah etika dikaitkan dengan moralitas seseorang. Orang yang tidak memiliki etika yang baik sering disebut tidak bermoral karena tindakan dan perkataan yang diambil tidak melalui pertimbangan baik dan buruk. karena menyangkut pertimbangan akan nilai-nilai baik 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.

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. 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.

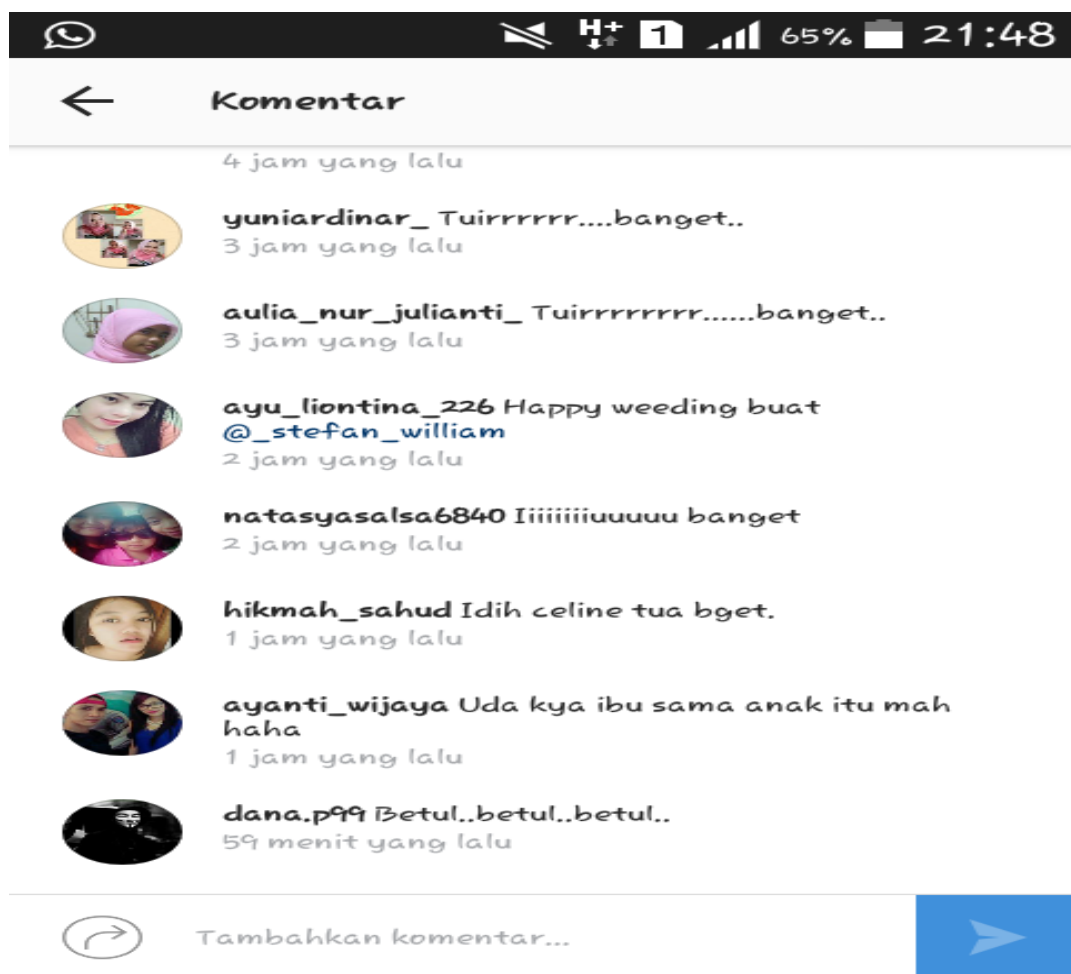
Adapun Etika komunikasi yang baik dalam media sosial adalah jangan menggunakan kata kasar, provokatif, porno ataupun SARA; jangan memposting artikel atau status yang bohong; jangan mencopy paste artikel atau gambar yang mempunyai hak cipta, serta memberikan komentar yang relevan.<sup>22</sup>



<sup>22</sup> Mursito. (2006). Memahami Institusi Media (Sebuah Pengantar).Surakarta: Lindu Pustaka.

Gambar Instagram yang diupload di atas memberikan hal negatif bagi para pembaca. Gambar yang kurang sopan dikirim ke publik, menimbulkan komentar negatif terhadap acara yang seharusnya sakral dan berakhir kebahagiaan. Sebaiknya gambar tersebut tidak dijadikan konsumsi publik dan tetap menjadi koleksi pribadi sebagai kenang-kenangan.

Selain itu, adapun etika komunikasi dalam Instagram adalah jangan membanjiri Photo Feed, Jangan sering narsis, dan Make conversation (Memberi komentar dan membalas komentar dengan baik).<sup>23</sup>



Gambar komentar negatif pembaca

---

<sup>23</sup> Ibid

← Komentor



tengku\_firmansyah Me and My Girls

🤔🤔🤔🤔

13 jam yang lalu



meubel\_furniture.jepara cek IG kami kak.. banyak furniture cantik untuk mempercantik rumah anda.. trimakasih

5 jam yang lalu



a\_abdul\_rachman\_elmuhibby Cantik bgt

5 jam yang lalu



w.irmadwi itu anak ny ya..ya allah cantiknya..udah gede jg ya..

5 jam yang lalu



burhanuddinivi Ibu sm anak sm cantikx

4 jam yang lalu



elhazima\_craft Happy family

4 jam yang lalu



Tambahkan komentar...



Gambar komentar positif pembaca

## SIMPULAN

Berdasarkan pemaparan di atas, adapun kesimpulan yang ada bahwasanya etika komunikasi dalam menggunakan media sosial, khususnya Instagram sangatlah diperlukan. Hal ini dapat meminimalkan sesuatu negatif dari tanggapan dan cara pandang seseorang pembaca atau masyarakat. Selain itu, setiap gambar atau foto yang diupload haruslah dipilih yang dapat dipublikasikan dan yang menjadi koleksi pribadi. Etika komunikasi dalam media sosial memang sangat diperlukan, baik itu mengupload gambar, menuliskan status ataupun memberikan komentar. Hal yang anda lakukan di ranah publik itu bersifat sosial. Semua khalayak masyarakat terbuka dan berhak memberi komentar ataupun hal positif atau negatif lain tanpa ada batasnya. Jadi sebelum anda mengupload, menulis atau memberi komentar, baiknya memeriksa kembali. Sudahkah anda memenuhi persyaratan dalam etika komunikasi? Sudahkah anda menggunakan etika komunikasi dalam media sosial, khususnya Instagram? Terakhir siapkah anda mendapat tanggapan positif dan negatif dari apa yang anda lakukan di media sosial, khususnya Instagram? Jika anda sudah memahami, silahkan anda lakukan sesuai standar etika komunikasi dalam media sosial, khususnya Instagram.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abu Bakar Fahmi. 2011. Mencerna Situs Jejaring Sosial. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Dedy Mulyana. 2014. Perkembangan Teknologi Informasi:New Media, Jurnal Umum Unpas: Terbitan Mei 2014.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 2005. KBBI edisi ketiga Jakarta : Balai Pustaka.
- Effendi, M. (2010). Peranan Internet Sebagai Media Komunikasi. Jurnal Dakwah dan Komunikasi Vol. 4 No. 1.
- Franz magnis Suseno. 1993. Etika dasar. Jakarta : Pustaka Filsafat.
- Haryatmoko. 2007. Etika Komunikasi. Indonesia : Kanisius.
- Heni, A. (2008). Langkah Mudah Mengembangkan dan Memanfaatkan Weblog. Yogyakarta: ANDI.
- Hermawan, C. W. (2009). Cara Mudah Membuat Komunitas Online dengan PHPBB. Yogyakarta: ANDI.
- Kaplan, Andreas M; Michael Haenlein.2010. "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media" . Business Horizons 53 : 59:68.
- K. Bertens. Etika. 2006. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Kismiyati. 2010. Filsafat dan Etika. Bandung : Widya Padjajaran.
- Kurnia, S.S. (2005). Jurnalisme Kontemporer. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Madcoms. (2010). Facebook, Twitter, dan Plurk dalam Satu Genggaman.Yogyakarta: ANDI.
- Mursito. (2006). Memahami Institusi Media (Sebuah Pengantar).Surakarta: Lindu Pustaka.
- Nugroho, Y. (2008). Adopting Technology, Transforming Society: The Internet and the Reshaping of Civil Society Activism in Indonesia. International Journal of Emerging Technologies and Society Vol.6 No.22.
- Nugroho, Y. (2010). Citizien in @ction: Collaboration, participatory democracyand freedom of information Mapping contemporary civic activism and the use of new social media in Indonesia. Inggris: University of manchester's Institute of Innovation Research & HIVOS Regional Office Southeast Asia.



- Nurani Soyomukti. 2010. Pengantar Ilmu Komunikasi. Yogyakarta : Ar-Ruzz Media.
- Nurudin. 2012. Media Sosial Baru. Yogyakarta : DPPM DIKTI.
- Nurudin. (2007). Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Pawito. 2007).Penelitian Komunikasi Kualitatif. Yogyakarta: LKiS.
- Ramadhansyah,M.C.(2012).PertumbuhanSosialMedia.Dikutipdari situs<http://www.sosialmedia.biz/2012/11/pertumbuhan-sosial-media.html>, 5 Desember 2012.
- Rulli Nasrullah. 2015. Teori Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Kultur, dan Sosiso-Teknologi) Jogjakarta : Simbiosis Rekatama Media.
- Wenger, E.(et.al.)(2002). ultivating communities of practice: a guide to managing knowledge. Boston: Harvard Business School Press.
- Zarella, D. (2010). The Social Media Marketing Book. Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta Anggota IKAPI

## **Biografi Pemakalah**

Nama dan gelar : Rerin Maulinda, S.Pd, M.Pd  
Tempat dan tanggal lahir : Jakarta, 30 Januari 1980  
Riwayat Pendidikan : MI Madrasah Pembangunan IAIN Jakarta  
SMP Muhammadiyah 22 Pamulang  
SMUN 1 Ciputat  
S1 FKIP Bahasa dan Sastra Indonesia Uhamka  
S2 FKIP Bahasa Indonesia Uhamka

Nomor HP : 08121810935  
Alamat email : [dosen00445@unpam.ac.id](mailto:dosen00445@unpam.ac.id)  
Karya-karya : Analisis Pola Pengembangan Paragraf Pada Tajuk Rencana Koran Tempo ( SKRIPSI)  
Pengaruh Teknik Pembelajaran dan Minat Baca Terhadap Kemampuan Pemahaman Membaca (Eksperimen Siswa Kelas V SDIT Al Hamidiyah)  
(THESIS)

Nama dan gelar : Suyatno, S.Pd, M.Pd  
Tempat dan tanggal lahir : Pacitan, 10 Mei 1969  
Riwayat Pendidikan : -  
Nomor HP : 081311121227  
Alamat email : [dosen00445@unpam.ac.id](mailto:dosen00445@unpam.ac.id)  
Karya-karya : -