

**ETIKA KOMUNIKASI NETIZEN INDONESIA DALAM MENANGGAPI
HASIL RISET PADA AKUN INSTAGRAM MICROSOFT**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Syarat-syarat

Guna Memproleh Gelar Sarjana (S.1)

Dalam Ilmu Dakwah



OLEH:

ROHIMA ARRODIAH

NIM: 18521030

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI

IAIN CURUP

2022M/1443H

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Segala puji serta rasa syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT. Tuhan semesta alam yang telah memberikan karunia serta nikmatnya yang tiada terhingga sehingga dalam pembuatan skripsi ini dapat terselesaikan. Dengan penuh rasa syukur, akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: ETIKA KOMUNIKASI NETIZEN INDONESIA DALAM MENANGGAPI HASIL RISET PADA AKUN INSTAGRAM MICROSOFT. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana sosial (S.sos) pada fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan semua pihak, untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr, Idi Warsah, M.Pd.I selaku Rektor IAIN Curup
2. Bapak Dr. Nelson, S.Ag., M. Pd.I selaku Dekan Fakultas Ushluddin Adab dan Dakwah IAIN Curup
3. Ibu Femalia Valentine, M.A selaku ketua prodi KPI IAIN Curup
4. Bapak Dr. M. Hariya Toni, S.Sos.I, MA selaku pembimbing akademik yang selalu memberikan motivasi untuk menyelesaikan pendidikan dan skripsi ini.
5. Bapak Dr. M. Hariya Toni, S.Sos. I, MA selaku pembimbing I, Bapak Anrial, MA selaku pembimbing II, yang telah banyak meluangkan waktunya untuk memberikan kontribusi baik berupa tenaga dan

pikiran ditengah-tengah kesibukannya guna memberikan bimbingan, petunjuk dan arahan selama penulis dalam menyusun skripsi.

6. Dosen dan karyawan IAIN Curup yang memberikan bantuan, petunjuk dan bimbingan kepada penulis selama berkecimpung di bangku perkuliah.

Harapan besar dari penulis skripsi ini bisa bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi masyarakat pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Penulis

Rohima Arrodiyah

Moto

"Ada keindahan dalam segala hal hanya saja tidak semua orang (bisa)

Melihatnya"

" Jadilah apa yang kamu inginkan, bukan karena ingin dilihat orang lain"

(Park Jimin)

PERSEMBAHAN

Persembahkan Untuk:

1. Kedua orang tua ku, Abi Sarman dan Umi Juanis yang tercinta.
Teimakasih tak terhingga ku haturkan demi pengorbanan baik materi maupun non materi yang diberikan, dan telah menghantarkan meraih cita-cita yang kuimpikan. Do'a, kasih sayang dan motivasi selalu mengiringi langkahku. Semoga keberkahan yang diberikan Allah SWT selalu menghiasi kehidupan abi sama umi atas semua yang telah diberikan selama ini.
2. Adik-adik ku tersayang, Nurhus Nia dan Muhammad Zaki yang selalu mendo'akan dan mendukung ku sampai sukses, dan terima kasih sudah banyak mengalah baik waktu dan ekonomi.
3. Sahabat Squad ku, Tirta Sholeha, Intan Nila Sari, terima kasih sudah selalu bersama dari MTS, MA, hingga perkuliahan, terima kasih waktu yang sangat panjang kurang lebih 10 tahun, dan semoga dipermudah jalan untuk menuju kesuksesan.
4. Shobat kharib ku okta dwi apriliani yang selalu memberi masukan dan solusi yang selalu ada dimanapun terima kasih shobat satu kosan sekaligus satu kamar, yang pasti terima kasih waktu 4 tahun ini, sudah menjadi sahabat sekaligus saudara temu perantauan.
5. Sahabat bestie ciwi-ciwi KPI 2018 Helen Oktarinada, Sri Pertiwi Agesti,

Intan Nila Sari dan Dini Khoirun Nisa, terima kasih atas waktu 4 tahun ini, semoga sukses dan semangat untuk menuju kesuksesan

6. Sahabat satu jurusan KPI 2018 lokal A dan B yang selalu memberi motivasi bersama selama perkuliahan, semoga sukses selalu.
7. Guru-guruku, dan Dosen yang telah mendidikku dengan penuh kasih sayang tanpa tanda jasa dari SDN 03 seberang musi, MTS dan MA Al-Munawwarah sampailah sekarang dibangku kuliah IAIN Curup.
8. Almamater IAIN Curup yang saya banggakan.

ABSTRAK

Rohima Arrodiah (18521030): “Etika Komunikasi Netizen Indonesia Dalam Menanggapi Hasil Riset Pada Akun Instagram Microsoft”.

Peneliti ini membahas tentang etika komunikasi netizen Indonesia dalam menanggapi hasil riset pada akun instagram Microsoft. Saat ini internet sudah menjadi kebutuhan penting bagi setiap orang. Di era milenial, dapat dikatakan manusia tidak lepas dengan yang namanya internet. Dari pagi hingga malam bahkan menuju pagi lagi internet selalu diakses tiada henti. Internet dapat diakses dengan mudah dimana saja dan kapan saja. Karena pengguna internet yang sangat efektif dan efisien. Hal tersebut menjadikan manusia menjadi sangat ketergantungan akan hal itu.

Dengan hadirnya internet dan new media disertainya membuat dunia komunikasi sangatlah jauh cepat dan efisien untuk digunakan di kehidupan sehari-hari. Sosial media yang hadir setelah adanya new media membuat peneliti ingin membahas tentang etika komunikasi netizen Indonesia dalam menanggapi hasil riset yang di buat oleh akun instagram Microsoft. Mengenai isu netizen paling tidak sopan se-Asia Tenggara terhadap kasus penutupan kolom komentar pada akun

instagram setelah diserbu oleh netizen Indonesia. Menurut riset Digital Civility Index oleh Microsoft pada tahun 2020 penelitian ini bertujuan untuk (1) Guna untuk mengetahui apa hasil riset Microsoft terhadap netizen (2) Yaitu untuk mengetahui bagaimana etika komunikasi netizen Indonesia dalam menanggapi hasil riset tersebut.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, dengan metode pengambilan data dari akun instagram Microsoft pada kolom komentar yang terdapat beberapa akun, dan belalui Kompas.com, dan CNN Indonesi, peneliti ini menggunakan studi kasus.

Kata Kunci: **Etika Komunikasi**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL
HALAMAN PERMOHONAN UJIAN
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI
HALAMAN PENGESAHAN
KATA PENGANTAR
MOTTO
PERSEMBAHAN
ABSTRAK
DAFTAR ISI
BAB I PENDAHULUAN
a. Latar Belakang1
b. Penegasan Istilah2
c. Rumusan Masalah dan Batasan Masalah3
d. Tujuan Penelitian4
e. Telaah Pustaka
f. Sistematika Penulisan
BAB II LANDASAN TEORI
a. Pengertian Etika Komunikasi
b. Media Sosial

- c. Makna Instagram.....
- d. Makna Netizen.....
- e. Instagram Microsoft.....

BAB III METODE PENELITIAN

- a. Jenis Penelitian.....
- b. Waktu Penelitian.....
- c. Sumber Data.....
- d. Teknik Pengumpulan Data.....
- e. Teknik Analisis Data.....

BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

- a. Hasil Riset Akun Instagram Microsoft.....
- b. Etika Komunikasi Netizen Indonesia

BAB V PENUTUP

- a. Kesimpulan.....
- b. Saran.....

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan berjalannya waktu penggunaan dalam media internet semakin maju dan berkembang dengan pesat. Laporan tersebut mengungkapkan bahwa lebih dari separuh penduduk Indonesia kian aktif menggunakan platform media sosial di era pandemi, tepatnya pada Januari 2021. Tidak tanggung-tanggung, total pengguna mencapai 170 juta dari total 274,9 juta jiwa. Ini artinya, penetrasi internet di Indonesia pada awal 2021 mencapai 73,7%. Hal tersebut dimuat dalam laporan terbaru yang dirilis oleh layanan manajemen konten *Hootsuite*, dan agensi pemasaran media sosial dalam laporan bertajuk digital 2021.¹

Saat ini internet sudah menjadi kebutuhan penting bagi setiap orang. Di era milenial, dapat dikatakan manusia tidak lepas dengan yang namanya internet. Dari pagi hingga malam bahkan menuju pagi lagi internet selalu diakses tiada henti. Internet dapat diakses dengan mudah dimana saja dan kapan saja. Karena pengguna internet yang

¹ KOMPAS.com. Diakses pada tanggal 30 Januari 2022 pukul: 11:56.

sangat efektif dan efisien. Hal tersebut menjadikan manusia menjadi sangat ketergantungan akan hal itu.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat sangat pesat membuat lahirnya media-media baru salah satunya adalah media sosial. Media sosial dapat diartikan sebagai media online yang memudahkan para penggunanya untuk bersosialisasi, bertukar pendapat, serta mempromosikan suatu produk baru.²

Media sosial sekarang menjadi media yang digunakan oleh semua kalangan. Media sosial berpengaruh dalam membentuk sikap dan keperibadian masyarakat luas. Hal ini disebabkan oleh satelit dan pesatnya perkembangan jaringan internet yang menjangkau masyarakat hingga ke wilayah terpencil. Kultur yang dibawah media sosial dengan sendirinya mulai tumbuh di masyarakat.³

Teknologi informasi dan komunikasi dari waktu ke waktu semakin berkembang dengan pesat diseluruh penjuru dunia, termasuk diindonesia. Hal tersebut menjadikan berita dan informasi menyebar dengan begitu cepatnya dan sangat mudah didapatkannya. Hanya melalui akses internet dalam sepersekian detik, masyarakat dapat mengetahui berita terkini dari belahan dunia yang berjarak ratusan mill

² Dhifa Nabil.,dkk. *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0.* (Malang: PT. Cita Selaras, 2020).h 73.

³ Ryan Alamsyah. Analisis Etnografi Virtual Meme Islami Di Instagram Memecommic.islam. Skripsi Komunikasi Dan Penyiaran Islam. (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2018).2.Diambildari: <https://scholar.google.com/scholar?hl=id&assdt=0%2C5&q=analisis+etnografi+virtual+ryan+alamsyah&btnG=#d=gsqabs&u=%23p%3DSzWDEPdQpYj>.

dari tempatnya. Namun dibalik manfaat dan kemudahannya, terdapat sisi negative yang telah menjadi sorotan dan perbincangan para netizen baik diindonesia maupun didunia.⁴

Instagram memiliki berbagai simbol yang telah banyak dikenali oleh pengguna instagram, salah satunya kolom komentar. Pada dasarnya, setiap foto yang diunggah oleh pengguna media sosial instagram, akan ditemani oleh kotak komentar ini terletak dibagian bawah kotak postingan dan terletak diantara bentuk like (suka), dan share (bagi). Untuk dapat mengomentari sebuah postingan pengguna hanya melakukan dengan menekan simbol *comment* dan langsung mengetik apa yang ingin mereka utarakan.

Kolom komentar instagram sering digunakan oleh para netizen untuk mengutarakan apa yang ada dibenaknya baik dalam segi positif maupun negatif. Netizen atau biasa disebut sebagai warga net merupakan sebutan bagi mereka yang suka berselancar di internet atau didunia maya. Mereka memiliki kebebasan untuk mengekspresikan diri dalam media massa. Melalui media tulis dan lisan, seorang netizen selalu berusaha menampilkan jati diri mereka masing-masing dan menunjukkan eksistensinya didunia maya.⁵ Seperti halnya dikolom komentar pada akun instagram Microsoft.

⁴ Syafrida Nurrachmi f,S.Sos, *Etika Komunikasi Netizen Dimedia Sosial, Ilmu Komunikasi* UPN Veteran Jatim, No.1 Vol.1 2018 diakses pada tanggal 13 oktober 2021, 62.

⁵ Elen Inderasari, dkk. Bahasa Sarkasme Netizen dalam Komentar Akun Instagram "Lambe Turah". *Jurnal Semantik*. Vol. 8. No. 1. hal. 38. Diambil dari: www.e-journal.stkipsiliwangi.ac.id/index.php/semantik/article/download/1232/704.

Akun @microsoft merupakan akun instagram yang digunakan untuk mengupload feature bergambar, namun belum lama media internet dihebohkan oleh berita mengenai akun instagram Microsoft diserang netizen Indonesia kemudian akun instagram Microsoft tutup kolom komentar. Jumat, 26 februari 2021 13:34 WIB, Hitekno.com- Netizen Indonesia sempat menyerbu akun media sosial milik Microsoft, bahkan sampai membuat perusahaan ini menutup kolom komentar beberapa postingan instagram. Hal ini terjadi usai dirilisnya hasil survey tentang perilaku netizen dimedia sosial yang dilakukan dengan melibatkan responden dari berbagai Negara. Rupanya, dalam survei tersebut Microsoft menyebut bahwa netizen Indonesia meraih peringkat paling akhir dari segi kesopanan di Asia Tenggara. Dalam arti lain, warganet di Indonesia disebut menjadi netizen paling tidak sopan se-Asia Tenggara. Sontak, hal tersebut menghebohkan netizen Indonesia hingga menjadi trending topic di Twitter.

Kolom komentar instagram Microsoft banyak sekali hujatan-hujatan yang dilontarkan para netizen dengan bahasa yang sangat tidak baik. Tertera pada akun instagram Microsoft dimana banyak sekali komentar yang tidak menggunakan etika komunikasi dengan sebenarnya, contohnya komentar yang ditulis oleh akun @zydanmtp2002 mikroskop gak sopan biadap,@ rubah_bulan kena mental (terlempar=mental), komen gitu aja kok dimatiin, @usman_arf Hoy cok? Jangan sampai sepi, @nurulslmh27 alah bacot, dan masih

banyak lagi komentar pedas yang dilontarkan pada kolom komentar akun instagram Microsoft yang tidak mungkin ditampilkan pada penelitian ini.

Dugaan bahwa kolom komentar ditutup setelah beberapa unggahan di akun instagram Microsoft dibanjiri komentar berbahasa Indonesia, terkait hasil surveinya yang menyebut bahwa warganet Indonesia paling tidak sopan se Asia Tenggara. Dari pantauan Kompas Tekno di beberapa unggahan, banyak komentar berbahasa Indonesia yang berisi umpatan dan kata kasar.

Akun instagram resmi Microsoft mulai menutup komentar di kiriman yang diunggah pada 19 Februari lalu. Dari pantauan Kompas Tekno, senin (1/3/2021), kolom komentar masih dinonaktifkan, sehingga pengguna lain hanya bisa menyukai (like) kiriman foto dan video.

Menurut laporan Microsoft, ada tiga faktor yang memengaruhi merosotnya tingkat kesopanan digital di Indonesia, yakni tingginya paparan hoaks dan penipuan, ujaran kebencian, dan diskriminasi. Media sosial sangat mempengaruhi kehidupan seseorang, oleh karenanya kita harus pandai dalam menyikapinya 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.⁶

Kolom komentar tutup setelah beberapa unggahan di akun instagram Microsoft dibanjiri komentar berbahasa Indonesia, terkait hasil surveinya yang menyebut bahwa warganet Indonesia paling tidak sopan se Indonesia tenggara. Sayangnya, serbuan komentar-komentar tersebut bernada negative sehingga justru terkesan membenarkan label “tidak sopan”.⁷

Pantauan Kompas Tekno di beberapa unggahan, banyak komentar berbahasa Indonesia yang berisi umpatan dan kata kasar. Beberapa lainnya melayangkan protes atas hasil survey Microsoft terkait tingkat kesopanan digital Indonesia tahun 2020.

Akun instagram Microsoft ini bergabung pada tanggal 26 Agustus 2013, dan berlokasi di Amerika Serikat, dengan pengikut 3,5 juta, mengikuti 232 dan postingan 471. Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik melakukan penelitian “Etika Komunikasi Netizen Indonesia Dalam Menanggapi Hasil Riset Pada Akun Instagram Microsoft”.

B. Penegasan Istilah

⁶ Mursito. *Memahami Institusi Media* (Surakarta:Lindu Pustaka,2006), h. 74.

⁷Kompas.com (diakses pada tanggal 18 oktober 2021) pukul 20:00.

1. Etika Komunikasi

Secara etimologi (bahasa) "etika" berasal dari kata bahasa Yunani *ethos*. Dalam bentuk tunggal, "*ethos*" berarti tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, akhlak, perasaan, cara berfikir. Dalam bentuk jamak, *ta etha* berarti adat kebiasaan. Dalam istilah filsafat, etika berarti ilmu tentang apa yang bisa dilakukan atau ilmu tentang adat kebiasaan. Dalam kamus Besar Bahasa Indonesia, etika adalah ilmu pengetahuan tentang asas-asas akhlak. Etika dibedakan dalam tiga pengertian pokok, yaitu ilmu tentang apa yang baik dan kewajiban moral, kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak, dan nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat. Maka etika dapat diartikan sebagai nilai-nilai atau norma yang menjadi pegangan bagi seseorang atau kelompok dalam mengatur tingkah lakunya.

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communication*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna. Jadi, kalau dua orang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan. Kesamaan bahasa yang dipergunakan dalam percakapan itu belum tentu menimbulkan kesamaan makna.

Dalam berbagai kesempatan, komunikasi diperlihatkan sebagai ilmu yang berhubungan dengan berbagai macam ilmu pengetahuan yang lain. Ini menandakan bahwa komunikasi menyentuh berbagai macam bidang kehidupan manusia. Komunikasi juga menyentuh aspek ilmu dalam bidang komunikasi. Apa yang terjadi apabila nilai, gagasan, dan ide komunikasi justru tidak dikomunikasikan.⁸

2. Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu bagian dari media siber yang muncul dari perkembangan internet. Media sosial bisa diartikan sebagai media interaksi antar dua individu atau lebih melalui media virtual.⁹

Media sosial bisa diartikan dengan sebuah perantara untuk menghubungkan aktivitas sosial melalui jejaringan online antar individu. Dengan melalui media sosial seseorang bisa bertukar informasi dan hiburan. Bahkan informasi yang belum diinformasikan pada media lainnya sudah lebih dulu terinfokan di media sosial. Orang-orang mampu dengan cepat menyebarkan foto, video, bahkan dokumen-dokumen lainnya melalui media sosial.

⁸ Muhamad Mufid, s, edisi ke-1. (Jakarta: Kencana, 2009),h. 173-174.

⁹ Fera Rahmatun Nazilah. Nilai Budaya Khalayak Digital Dalam Komentar Pada Pemberitaan Kali Sentiong Di Kanal Youtube DETIKCOM. Skripsi: *Ilmu Dakwah dan Komunikasi*. (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2019), h. 28. Diambil dari: https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=nilai+budaya+khalayak&oq=nilai+budaya+khala#d=gs_qabs&u=%23p%3DXt7o1KALm2sJ.

Media sosial saat ini mengubah bagaimana manusia hidup.¹⁰

3. Komentar Netizen

Netizen terdiri dari gabungan kata internet dan citizen (warga), yang seringkali diartikan sebagai “warganya internet”. Netizen merupakan orang-orang yang secara aktif terlibat di komunitas online, atau internet secara umumnya. Istilah ini juga menyiratkan minat dan keterlibatan aktif dalam memperbagus lingkungan internet menjadikan sumber hubungan sosial dan intelektual, khususnya dalam hal akses terbuka, netralitas internet dan kebebasan berpendapat.¹¹

Netizen atau biasa disebut sebagai warga net merupakan sebutan bagi mereka yang suka berselancar di internet atau dunia maya. Mereka memiliki kebebasan untuk mengekspresikan diri dalam media massa. Melalui media tulis dan lisan, seorang netizen selalu berusaha menampilkan jati diri mereka masing-masing dan menunjukkan eksistensinya di dunia maya.¹² Jadi, komentar netizen merupakan pengekspresian kata yang diutarakan oleh netizen melalui media sosial.

¹⁰ Vista Dini Astika. *Studi Etnografi Virtual Aktivitas #memedakwah Di Media Sosial Instagram*. Skripsi. (Purwokerto: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Purwokerto, 2020), h 8.

¹¹ Nawa Syarif Fajar Sakti. *Moslem SocialMedia 4.0*. (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2020),h 35.

¹² Elen Inderasari, Ferdian Achsani, Bini Lestari. Bahasa Sarkasme Netizen dalam Komentar Akun Instagram “Lambe Turah”. *Jurnal Semantik*. Vol. 8. No. 1. h. 38. Diambil dari:

www.e-journal.stkipsiliwangi.ac.id/index.php/semantik/article/download/1232/704.

4. Instagram Microsoft

Instagram merupakan sosial media berbasis gambar yang memberikan layanan berbagi foto atau video secara online. Instagram berasal dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata "insta" berasal dari kata "instan", seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan "foto instan". Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata "gram" berasal dari kata "telegram" yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Oleh karena itu, instagram merupakan lakuran dari kata instan dan telegram.¹³ Melalui instagram pengguna dapat mengunggah foto dan video kemudian membagikannya kepada pengguna lain.

Menurut Atmoko, instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaringan sosial termasuk milik instagram sendiri. Didalamnya terdapat fasilitas yang menunjang foto tersebut seperti filter untuk mengedit foto atau menambahkan stiker, teks dan lain-lain.¹⁴

¹³ Adinda Widhistia Putri. Penggunaan Instagram Stories Sebagai Personal Branding (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMM Angkatan 2014). Skripsi: *Ilmu Komunikasi*. (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2019), h.42. Diambil dari: <https://eprints.umm.ac.id/43019/>.

¹⁴ Enny Nurcahyani. Pengaruh fitur Instagram Stories Terhadap Kepuasan Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bandar Lampung Angkatan 2015 dan 2016). *Skripsi Ilmu Komunikasi*. (Bandar Lampung: Universitas Lampung, 2018), h. 10. Diambil dari: <https://digilib.unila.ac.id/31140/>.

Akun @Microsoft merupakan akun instagram yang digunakan untuk mengirim atau memposting sebuah gambar memiliki makna setiap masing-masing gambar yang ditampilkan. Akun @Microsoft ini juga merupakan akun yang dimanfaatkan untuk menampilkan ekspresi pada setiap gambar.

Dalam penelitian ini penulis hanya terfokus pada komentar-komentar pedas yang dilontarkan para netizen Indonesia terhadap akun instagram Microsoft yang mereset netizen paling tidak sopan se asia tenggara, sehingga dibanjiri komentar pedas, dalam laporan berjudul Digital Civility Index (DCI), Indonesia berada di urutan ke-29 dari 32 negara yang disurvei untuk tingkat kesopanan, sekaligus menjadi yang terendah di Asia Tenggara.

C. Rumusan Masalah dan Batasan Masalah

1. Rumusan Masalah

- a. Apa hasil riset akun instagram Microsoft?
- b. Bagaimana etika komunikasi netizen Indonesia dalam menanggapi hasil riset pada akun instagram Microsoft?

2. Batasan Masalah

Menghindari kesimpangsiuran dalam pembahasan ini agar penelitian terarah untuk mencapai penelitian yang diharapkan, maka penulis membatasi pembahasan dalam penelitian ini. Pada proposal ini penelitian hanya terfokus pada apa hasil riset

instagram Microsoft dan bagaimana etika komunikasi netizen Indonesia dalam menanggapi hasil riset pada akun instagram microsoft

D. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui, Apa hasil Riset Microsoft
- b. Untuk mengetahui bagaimana etika komunikasi netizen indonesia dalam menanggapi hasil riset pada akun instagram Microsoft.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat teoritis

1. Menambah wacanan keilmuan,dan dapat menambah kontribusi di dunia ilmu pengetahuan khususnya di bidang ilmu komunikasi penyiaran Islam salah satunya tentang komunikasi di media sosial.
2. Menambah pengetahuan mengenai cara berkomentar didunia virtual terkhusus bagi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Curup.

b. Manfaat praktis

1. Menambah kajian pustakaan bagi Institut Agama Islam Negeri Curup.
2. Penelitian ini dapat berguna bagi publik dalam bagaimana menanggapi komentar yang terjadi di dunia virtual.

E. Telaah Pustaka

Sesuai dengan penelitian yang akan dilaksanakan, maka penulis dapat melihat dan menelaah beberapa literatur yang terdapat kesamaan dan perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan. Berikut ini beberapa peneliti yang pernah dilakukan, antara lain:

Hasil penelitian dari Lutfi Muawanah dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dari skripsi yang berjudul Etika Komunikasi Netizen di Instagram Dalam Perspektif Islam. Dalam penelitian ini dihasilkan penemuan bahwa etika komunikasi dalam menggunakan media sosial perlu diperhatikan baik dalam menulis status dan komentar harus difikirkan dan dipertimbangkan secara hati-hati agar tidak menyinggung perasaan orang lain meskipun semua pengguna mempunyai hak kebebasan berpendapat dengan memberikan komentar tanpa ada batasnya. Adapun etika komunikasi dalam menggunakan media sosial yang sesuai dengan ajaran islam dengan menerapkan enam prinsip komunikasi yang disebutkan dalam Al-Qur'an, yaitu terdiri dari qaula sadidan, qaula baligha, qaulan ma'rufa, qaulan layyina, dan qaulan maysura.

Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang etika komunikasi pada netizen dalam berkomentar di media sosial Instagram dan sama-sama menggunakan jenis penelitian Library Research. Sedangkan perbedaan dengan penelitian ini adalah teknik analisis data yang digunakan adalah analisis isi.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan adalah suatu susunan atau urutan dari penulisan proposal penelitian, untuk memudahkan dalam memahami isi proposal ini, maka dalam sistematika penulisan ini, penulis membagi dalam lima bab, yang diantaranya:

Pada bab pertama berisis latar belakang masalah yang menguraikan argumentasi, penegasan istilah (apabila penelitian bersifat kualitatif), rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, telaah pustaka, dan sistematika penulisan.

Bab kedua berisi kajian teori yang menunjang dan mempunyai hubungan dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian, yang terdiri dari Etika Komunikasi Netizen Indonesia Terhadap Akun Instagram Microsoft, dan dampak keduanya.

Bab ketiga, berisi mengenai metode penelitian, yang terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

Pada bab keempat, membahas penyajian data dan analisis data, pembahasan dengan teori, yaitu etika komunikasi netizen Indonesia terhadap akun instagram Microsoft, dan dampak untuk keduanya.

Pada bab kelima berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, serta saran-saran, kata penutup, lampiran-lampiran, dan daftar pustaka yang digunakan untuk rujukan penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

1. Kajian Teori

1. Etika Komunikasi

a. Pengertian Etika

Secara etimologi (bahasa) “etika” berasal dari kata bahasa Yunani *ethos*. Dalam bentuk tunggal, “*ethos*” berarti tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, akhlak, perasaan, cara berfikir. Dalam bentuk jamak, *ta etha* berarti adat kebiasaan. Dalam istilah filsafat, etika berarti ilmu tentang apa yang bisa dilakukan atau ilmu tentang adat kebiasaan. Dalam kamus Besar Bahasa Indonesia, etika adalah ilmu pengetahuan tentang asas-asas akhlak. Etika dibedakan dalam tiga pengertian pokok, yaitu ilmu tentang apa yang baik dan kewajiban moral, kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak, dan nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat. Maka etika dapat diartikan sebagai nilai-nilai atau norma yang menjadi pegangan bagi seseorang atau kelompok dalam mengatur tingkah lakunya.

Sifat dasar etika adalah sifat kritis, karenanya etika bertugas (lihat

Darji Darmodiharjo dan Shidarta, 2004: 263):

- 1) Untuk mempersoalkan norma-norma yang dianggap

berlaku. Diselidikinya apakah dasar suatu norma itu dan apakah dasar itu membenarkan ketaatan yang dituntut oleh norma itu terhadap norma yang dapat berlaku.

- 2) Etika mengajukan pertanyaan tentang legitimasinya, artinya norma yang tidak dapat mempertahankan diri dari pertanyaan kritis dengan sendirinya akan kehilangan haknya.
- 3) Etika mempersoalkan pula hak setiap lembaga seperti orang tua, sekolah, Negara, dan agama untuk memberikan perintah atau larangan yang harus ditaati.
- 4) Etika memberikan bekal kepada manusia untuk mengambil sikap yang rasional terhadap semua norma.
- 5) Etika menjadi alat pemikiran yang rasional dan bertanggung jawab bagi seorang ahli dan bagi siapa saja yang tidak mau diombang-ambing oleh norma-norma yang ada.¹⁵

b. Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa inggris *communication* berasal dari kata latin *communication*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna. Jadi, kalau dua orang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan, maka

¹⁵Muhamad Mufid, *Etika dan Filsafat Komunikasi*, edisi ke-1. (Jakarta: Kencana, 2009), h. 173-174

komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan. Kesamaan bahasa yang dipergunakan dalam percakapan itu belum tentu menimbulkan kesamaan makna. Dengan lain perkataan, mengerti bahasanya saja belum tentu mengerti makna yang dibawakan oleh bahasa itu. Jelas bahwa percakapan kedua orang tadi dapat dikatakan *Komunikatif* Apabila kedua-duannya, selain mengerti bahasa yang dipergunakan, juga mengerti makna dari bahan yang dipercakapkan.

Akan tetapi, pengertian komunikasi yang dipaparkan di atas sifatnya dasarnya, dalam arti kata bahwa komunikasi itu minimal harus mengandung kesamaan makna antara dua pihak yang terlibat. Dikatakan minimal karena kegiatan komunikasi tidak hanya *informatif*, yakni agar orang lain mengerti dan tahu, tetapi juga *persuasif*, yaitu agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan suatu perbuatan atau kegiatan, dan lain-lain. Pentingnya komunikasi bagi kehidupan sosial, budaya, pendidikan, dan politik sudah disadari oleh para cendekiawan sejak Aristoteles yang hidup ratusan tahun sebelum Masehi. Akan tetapi, studi Aristoteles hanya berkisar pada *retorika* dalam lingkungan kecil.

Baru pada pertengahan abad ke-20 ketika dunia

dirasakan semakin kecil akibat revolusi industri dan revolusi teknologi elektronik, setelah ditemukan kapal api, pesawat terbang, listrik, telpon, surat kabar, film, radio, televisi, dan sebagainya maka para cendekiawan pada abad sekarang menyadari pentingnya komunikasi ditingkatkan dari pengetahuan (knowledge) menjadi ilmu (science). Menurut Carl I. Hovland, ilmu komunikasi adalah: *upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap*. Definisi Hovland di atas menunjukkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan saja penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum (public opinion) dan sikap public (public attitude) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting. Bahkan dalam definisinya secara khusus mengenai pengertian komunikasinya sendiri. Hovland mengatakan bahwa *komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (communication is the proses to modify the behavior of other individuals)*. Paradigma Lasswell di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni:

- 1) Komunikator (communicator, source, sender)
- 2) Pesan (Message)

- 3) Media (channel, media)
- 4) Komunikan (communicant, communicate, receiver, recipient)
- 5) Efek (effect, impact, influence)

Jadi, berdasarkan paradigm Lasswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.¹⁶ Menurut Rosadi Ruslan etika merupakan studi tentang “benar atau salah” dalam tingkah laku atau perilaku manusia. Etika dan moral lebih kurang sama pengertiannya, tetapi dalam kegiatan sehari hari terdapat perbedaan, yaitu moral atau moralitas untuk penilaian perbuatan yang dilakukan, sedangkan etika adalah untuk pengkajian sistem nilai-nilai yang berlaku. Istilah lain yang identik dengan etika, yaitu:

- 1) Susila (Sanskerta), lebih menunjukkan kepada dasar-dasar, prinsip, aturan hidup (sila) yang lebih baik (su).
 - 2) Akhlak (Arab), berarti moral, dan etika berarti ilmu akhlak.
- Menurut Ki Hajar Dewantoro dalam Rosadi Ruslan Etika ialah ilmu yang mempelajari segala soal kebaikan dan keburukan di dalam hidup manusia semuanya,

¹⁶ Prof. Drs. Onong Effendy, M.A. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, cetakan ke-19. (Bandung: Januari 2005),h. 9-10

teristimewa yang mengenai gerak gerik pikiran dan rasa yang dapat merupakan pertimbangan dan perasaan, sampai mengenai tujuan yang dapat merupakan perbuatan.

Menurut Burhanuddin Salam etika adalah suatu ilmu yang membicarakan masalah perbuatan atau tingkah laku manusia,¹⁷ mana yang dapat dinilai baik dan mana yang jahat.¹⁸ Sedangkan menurut Supriyadi Sastrosupono etika adalah pemikiran yang relatif obyektif dan rasional mengenai cara kita mengambil keputusan dalam situasi yang konkrit, yaitu moralitas.¹⁹

Etika adalah ilmu tentang kesusilaan yang mengatur bagaimana sepatutnya manusia hidup di dalam masyarakat yang melibatkan aturan atau prinsip yang menentukan tingkah laku yang benar yaitu baik dan buruk atau kewajiban dan tanggung jawab. Sehingga di dalam berkomunikasi individu atau kelompok harus memiliki etika dalam melakukan komunikasi secara efektif. Etika dapat dijelaskan dengan membedakan tiga arti yaitu:

¹⁷ Rosadi Ruslan. *Etika Kehumasan Konsepsi & Aplikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. 2008. hlm. 31-32

¹⁸ Burhanuddin Salam, *Etika Sosial (Asas Moral dalam Kehidupan Manusia)*. Jakarta: PT Rineka Cipta. 2000, hlm. 3

¹⁹ Sastrosupono, Supriyadi. *Etika (Sebuah Pengantar)*. Bandung: Offset Alumni. 2001, hlm. 9

- 1) Ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak).
- 2) Kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak.
- 3) Nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat.

Etika bisa dipakai dalam nilai-nilai dan norma-norma moral yang menjadi pegangan bagi seseorang atau suatu kelompok dalam mengatur tingkah lakunya. Misalnya, jika orang berbicara tentang etika suku, etika agama. Etika mempunyai arti yaitu ilmu tentang yang baik dan yang buruk. Etika baru menjadi ilmu, bila kemungkinan-kemungkinan etis (asas-asas dan nilai-nilai tentang yang dianggap baik dan buruk) yang begitu saja diterima dalam suatu masyarakat sering kali tanpa disadari menjadi bahan refleksi bagi suatu penelitian sistematis dan metodis. Etika disini sama artinya dengan filsafat moral.

Etika tidak terbatas pada cara dilakukannya suatu perbuatan, etika memberi norma tentang perbuatan itu sendiri. Etika menyangkut masalah apakah suatu perbuatan boleh dilakukan atau tidak. Contohnya berbicara yang kurang sopan, tidak pernah diperbolehkan. Berbicara yang sopan merupakan suatu norma etika. Tugas etika, tidak lain berusaha untuk mengetahui hal yang baik dan yang dikatakan buruk.

Sedangkan tujuan etika, adalah agar setiap manusia mengetahui dan menjalankan perilaku, sebab perilaku yang baik itu bukan saja penting bagi dirinya saja, tapi juga penting bagi orang lain, bagi masyarakat, bagi bangsa dan Negara, dan yang terpenting bagi Allah swt. Menurut Burhanuddin Salam dalam kaitan dengan nilai dan norma dalam etika, terdapat dua macam etika:

- 1) Etika deskriptif, yang berusaha meneropong secara kritis dan rasional sikap dan pola perilaku manusia dan apa yang dikejar oleh manusia dalam hidup ini sebagai sesuatu yang bernilai. Etika deskriptif berbicara mengenai fakta apa adanya, yaitu mengenai nilai dan pola perilaku manusia sebagai suatu fakta yang terkait dengan situasi dan realitas konkret yang membudaya. Ia berbicara mengenai kenyataan penghayatan nilai, tanpa menilai, dalam suatu masyarakat, tentang sikap orang menghadapi hidup ini, dan tentang kondidi-kondisi yang memungkinkan manusia bertindak secara etis.
- 2) Etika normatif, yang berusaha menetapkan berbagai sikap dan pola perilaku ideal yang seharusnya dimiliki manusia, atau apa yang seharusnya dijalankan oleh manusia, atau apa yang seharusnya diambil untuk mencapai apa yang bernilai dalam hidup ini. Etika

normative berbicara mengenai norma-norma yang menuntun tingkah laku manusia, serta member penilaian dan himbauan kepada manusia untuk bertindak sebagaimana seharusnya berdasarkan norma-norma. Ia menghimbau manusia untuk bertindak yang baik dan menghindari yang jelek. Secara umum norma dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu norma khusus dan norma umum. Norma-norma khusus adalah aturan yang berlaku dalam norma umum mempunyai sifat yang lebih umum dan universal. Norma umum ada tiga macam :

- 3) Norma sopan santun, yakni norma yang mengatur pola perilaku dan sikap lahiriah, misalnya : tata cara bertamu, duduk, makan, minum, dan sebagainya. Norma sopan santun ini lebih menyangkut tata cara lahiriah dan pergaulan sehari-hari. Walaupun sikap dan perilaku lahiriah ini bersumber dari dalam hati dan arena itu mempunyai kualitas moral, namun sikap lahiriah itu sendiri tidak bersifat moral.
- 4) Norma hukum, yakni norma yang dituntut dengan tegas oleh masyarakat karena dianggap perlu demi keselamatan dan kesejahteraan masyarakat. Norma hokum ini lebih tegas dan pasti, karena dijamin oleh

hukuman terhadap para pelanggarnya.

- 5) Norma moral, yakni aturan mengenai sikap dan perilaku manusia sebagai manusia. Norma moral mengacu pada baik buruknya manusia sebagai manusia. Norma moral menjadi tolok ukur yang dipakai oleh masyarakat untuk menentukan baik buruknya manusia sebagai manusia, dan bukan dalam kaitannya dengan tugas atau jawaban tertentu, bukan dalam kaitan dengan status social dan sebagainya. Yang ditekankan adalah sikap mereka dalam menghadapi tugasnya, dalam menghargai kehidupan manusia, dalam menampilkan dirinya sebagai manusia dalam profesi yang diembannya.²⁰

c. Pengertian Etika Komunikasi

Dalam berbagai kesempatan, komunikasi diperlihatkan sebagai ilmu yang berhubungan dengan berbagai macam ilmu pengetahuan yang lain. Ini menandakan bahwa komunikasi menyentuh berbagai macam bidang kehidupan manusia. Komunikasi juga menyentuh aspek ilmu dalam bidang komunikasi. Apa yang terjadi apabila nilai, gagasan, dan ide komunikasi justru tidak dikomunikasikan. Etika komunikasi mencoba untuk mengelaborasi standar etis yang digunakan oleh komunikator dan komunikan. Setidaknya ada tujuh

²⁰ Burhanuddin Salam, *Op. Cithlm*, 3-4

perspektif etika komunikasi yang bisa dilihat dalam perspektif yang bersangkutan.

- 1) Perspektif politik. Dalam perspektif ini, etika untuk mengembangkan kebiasaan ilmiah dalam praktek berkomunikasi, menumbuhkan bersikap adil dengan memilih atas dasar kebebasan, pengutamaan motivasi, dan menanamkan penghargaan atas perbedaan.
- 2) Perspektif sifat manusia. Sifat manusia yang paling mendasar adalah kemampuan berfikir dan kemampuan menggunakan simbol. Ini berarti bahwa tindakan manusia yang benar-benar manusiawi adalah berasal dari rasionalitas yang sadar atas apa yang dilakukan dan dengan bebas untuk memilih melakukannya.
- 3) Perspektif dialogis. Komunikasi adalah proses transaksi dialogal dua arah. Sikap dialogal adalah sikap setiap partisipan komunikasi yang ditandai oleh kualitas keutamaan, seperti keterbukaan, kejujuran, kerukunan, intensitas, dan lain-lainnya.
- 4) Perspektif situasional. Faktor situasional adalah relevansi bagi setiap penilaian moral. Ini berarti bahwa etika memerhatikan peran dan fungsi komunikator, standar khalayak, derajat kesadaran, tingkat urgensi pelaksanaan komunikator, tujuan dan nilai khalayak,

standar khalayak untuk komunikasi etis.

- 5) Perspektif religious. Kitab suci atau *habit* religious dapat dipakai sebagai standar mengevaluasi etika komunikasi. Pendekatan alkitabiah dalam agama membantu manusia untuk menemukan pedoman yang kurang lebih pasti dalam setiap tindakan manusia.
- 6) Perspektif utilitarian. Standar utilitarian untuk mengevaluasi cara dan tujuan komunikasi dapat dilihat dari adanya kegunaan, kesenangan, dan kegembiraan.
- 7) Perspektif legal. Perilaku komunikasi yang legal, sangat disesuaikan dengan peraturan yang berlaku dan dianggap sebagai perilaku yang etis.²¹

2. Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Menurut Mandibergh, media sosial adalah media yang mewadahi kerja sama diantara pengguna yang menghasilkan konten. Menurut Shirky, media sosial adalah alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (to share), bekerja sama (to co-operate) diantara pengguna. Menurut Van Dijk, media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam

²¹Muhamad Mufid, *Etika dan Filsafat Komunikasi*, edisi ke-1. (Jakarta: Kencana, 2009), h. 185-186

beraktifitas maupun berkolaborasi. Menurut Meike dan Young, media sosial adalah konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Dari berbagai definisi tersebut, disimpulkan bahwa media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.²²

b. Jenis-jenis Media Sosial

Banyak sumber, terutama liputan media maupun kajian literatur yang membagi jenis media sosial. Ada yang berdasarkan model jaringan yang terbentuk, berdasarkan karakteristik penggunaannya, sampai berdasarkan pada file apa saja yang disebarakan diantara pengguna. Pembagian jenis media sosial tersebut, diantaranya²³:

1) Social Networking

Social networking atau jaringan sosial merupakan medium yang sangat populer dalam kategori media sosial. Medium ini adalah sarana yang dapat digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, termasuk

²² Rulli Nasrullah. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), h. 10-12

²³ Rulli Nasrullah. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017),h. 40-46

konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut, didunia virtual.

2) Blog

Blog merupakan media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah aktivitas keseharian, saling mengomentari, dan berbagi, baik tautan web lain, informasi, dan sebagainya.

3) Microblogging

Microblogging merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mempublikasikan aktivitas serta atau pendapatnya.

4) Media Sharing

Media Saring (berbagi media) merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunanya untuk berbagi media, mulai dari dokumen, video, audio, gambar, dan sebagainya.

5) Social Bookmarking

Social Bookmarking merupakan media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi secara online. Informasi yang diberikan di media sosial ini bukanlah informasi yang utuh, artinya pengguna hanya disediakan informasi bisa teks, foto, atau video singkat sebagai

pengantar yang kemudian pengguna akan diarahkan pada tautan sumber informasi itu berbeda.

6) Wiki

Wiki merupakan media yang secara program memungkinkan para penggunanya berkolaborasi untuk membangun konten secara bersama.

c. Karakteristik Media Sosial

Meski karakteristik media siber bisa dilihat melalui media sosial, media sosial memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh beberapa jenis media siber lainnya. Beberapa karakteristik media sosial, diantaranya²⁴:

1) Jaringan (network)

Karakter media sosial adalah membentuk jaringan antara penggunanya. Tidak peduli apakah di dunia nyata (offline) antarpengguna itu saling kenal atau tidak, namun kehadiran media sosial memberikan medium bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi. Jaringan yang terbentuk antarpengguna merupakan jaringan yang secara teknologi dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti komputer, telepon genggam, atau tablet.

²⁴ Rulli Nasrullah. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), h. 16-33

2) Informasi (information)

Informasi menjadi entitas yang penting dari media sosial, karena pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Informasi diproduksi, dipertukarkan, dan dikonsumsi yang menjadikan informasi itu komoditas bernilai sebagai bentuk baru dari kapitalisme yang pada pembahasan sering disebut dengan berbagai istilah serta pengetahuan.

3) Arsip (archive)

Arsip dalam pengguna media sosial menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapan pun dan melalui perangkat apapun.

4) Interaksi (interactivity)

Interaksi dalam kajian media merupakan salah satu pembeda antara media lama dengan media baru. Media lama pengguna merupakan khalayak yang pasif dan cenderung tidak mengetahui satu dengan yang lainnya, sedangkan media baru pengguna merupakan media yang dapat berinteraksi, baik diantara pengguna itu sendiri maupun dengan produser konten media.

5) Simulasi (simulation) social

Simulasi merupakan kesadaran akan yang real dibenak khalayak semakin berkurang dan tergantikan dengan realitas semu.

6) Konten oleh pengguna (user generated content)

Konten oleh pengguna ini menunjukkan bahwa di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. Konten oleh pengguna (UGC) merupakan relasi simbolis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi.

7) Penyebaran (Share/Sharing)

Penyebaran (Share/Sharing) merupakan karakter lainnya dari media sosial. Medium ini tidak hanya menghasilkan konten yang dibangun dari dan dikonsumsi oleh penggunanya, tetapi juga didistribusikan sekaligus dikembangkan oleh penggunanya.

3. Instagram

a. Pengertian Instagram

Instagram terdiri dari dua kata "insta" dan "gram". Kata "insta" berasal dari kata instan yang artinya instagram

menampilkan foto-foto secara instan layaknya polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan kata “Gram” berasal dari kata “telegram” yang artinya memiliki cara kerja untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat, sehingga istilah instagram dapat mengacu pada kata “instan-telegram”.²⁵

Menurut Atmoko, Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaringan sosial termasuk milik instagram sendiri.²⁶ Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto dan mengambil gambar yang menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan efek foto, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaringan sosial, termasuk istagram milik sendiri. Instagram mempunyai lima menu utama yang terdapat dibagian bawah, menu tersebut antara lain²⁷:

1) Home page

Home page adalah halaman utama yang menampilkan foto terbaru dari sesama pengguna

²⁵ Anwar Sidiq, *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Sosial* (study akun @fuadbakh). Skripsi: Dakwah dan Ilmu Komunikasi. (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017), h. 18

²⁶ Vista Dini Astika. 2020. *Studi Etnografi Virtual Aktivitas #memedakwah Di Media Sosial Instagram*. Skripsi. (Purwokerto: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Purwokerto, 2020), h. 9

²⁷ Anwar Sidiq, *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Sosial* (study akun @fuadbakh). Skripsi: *Dakwah dan Ilmu Komunikasi*. (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017), h. 23-25

instagram yang diikutinya.

2) Comments

Media sosial instagram menyediakan fitur komentar foto. Foto yang ada di instagram dapat di komen di kolom kometar.

3) Explore

Explore adalah tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna instagram.

4) Profil

Profil pengguna bisa diketahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik dari profil akun pribadi maupun sesama pengguna lainnya. Halaman profil bisa diakses melalui ikon kartu nama di menu utama bagian kanan.

5) News feed

News feed adalah fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna instagram

6) Stories

Stories adalah jendela yang menampilkan foto dan video yang memiliki batasan waktu untuk ditampilkan. Setiap stories yang dibuat oleh pengguna

akan terlihat dalam waktu satu menit akan bergantian ke stories selanjutnya. Jika waktu tersebut telah habis dalam waktu 24 jam, maka stories akan terhapus dengan sendirinya.

7) Reels

Reels adalah fitur terbaru dari instagram yang mirip dengan tik tok. Fitur yang memungkinkan pengguna instagram dapat merekam sekaligus menyunting video pendek berdurasi 15 detik.

Selain fitur diatas, terdapat beberapa fitur lain yang bisa membuat konten foto ataupun video di instagram menjadi lebih bermakna. Fitur tersebut antara lain²⁸:

1) Captions

Captions (keterangan) adalah sebuah kata atau pesan yang ingin disampaikan oleh pengguna instagram. Captions dapat dibuat ketika pengguna akan memposting sebuah foto atau video.

2) Hastag

Hastag adalah simbol bertanda pagar (#) yang digunakan untuk mempermudah pengguna menemukan

²⁸ Anwar Sidiq, Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Sosial (study akun @fuadbakh). Skripsi: *Dakwah dan Ilmu Komunikasi*. (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017), h. 25-26

foto-foto di instagram dengan hastag tertentu.

3) Lokasi

Fitur lokasi adalah fitur yang menampilkan lokasi dimana pengguna mengambil foto atau video.

Selain fitur diatas, instagram juga menyediakan beberapa aktivitas yang dapat pengguna lakukan di instagram, antara lain²⁹:

1) Follow

Follow berarti ikut, follower berarti pengikut, dari pengguna instagram pengguna satu agar mengikuti dengan pengguna lainnya yang menggunakan instagram.

2) Like

Like adalah sebuah ikon dimana pengguna dapat menyukai foto atau video pada instagram. Simbol like pada instagram digambarkan dengan simbol hati.

3) Comments

Komentar (comments) adalah aktivitas dalam memberikan pikirannya melalui kata-kata. Pengguna bebas memberikan komentar terhadap foto atau video baik itu saran, pujian, dan kritikan.

²⁹ Anwar Sidiq, Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Sosial (study akun @fuadbakh). Skripsi: *Dakwah dan Ilmu Komunikasi*. (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017), h. 26-27

4) Mentions

Mentions adalah suatu simbol yang digambarkan dengan tanda arroba (@), yang digunakan untuk menambah atau memanggil pengguna lain.

b. Akun instagram Microsoft

Instagram diluncurkan pada tahun 2010 dan sudah memiliki 400 juta lebih orang yang mengunduh aplikasi ini. Dapat dikatakan bahwa Instagram adalah sebuah media sosial yang sukses dan sebagai penyokong utama dari sosial media itu sendiri. Menurut data dari *Napoleon Cat*, antara Januari hingga Mei 2020, Instagram mencapai 69,27 juta pengguna di Indonesia. Pencapaian ini terus meningkat setiap bulannya. Jumlah pengguna pada Januari sekitar 62,23 juta, tetapi meningkat menjadi 62,47 juta pada Februari. Pada Maret, jumlah pengguna mencapai 64 juta, dan satu bulan kemudian, pengguna mencapai 65,7 juta. Hingga akhir Mei, Instagram mencapai rekor 69,2 juta pengguna dari Indonesia. Melalui data jumlah pengunduh Instagram didominasi kaum milenial. Sekitar 25 juta pengunduh Instagram berada pada rentang usia 18-34 tahun atau sekitar 36-38 persen, sedangkan hampir 21 juta pengunduh di usia 25-34 atau sama dengan 31-33 persen.

Microsoft telah merilis laporan Digital Civilization (DCI) terbaru yang mengukur etiket digital pengguna internet saat

berkomunikasi di dunia maya. Dalam survei ini, pengguna internet Indonesia menduduki peringkat terendah di Asia Tenggara. Kesantunan *netizen* Indonesia turun 8 menjadi 76 poin. Semakin tinggi angkanya, maka semakin rendah kesantunannya. Peringkat tertinggi diraih oleh Singapura, yang juga menempati peringkat keempat dunia dengan skor 59 poin. Data di atas menunjukkan betapa kurangnya penerapan etika bermedia sosial *netizen* Indonesia. Keadaan sosial ini menunjukkan bahwa nilai sopan dan santun seakan sudah luntur, bahkan hilang dari aspek penting kehidupan bermasyarakat, khususnya dalam penggunaan media sosial.

Dengan menggabungkan data usia pengguna Instagram dengan nilai rapor dari Microsoft, dapat dilihat bahwa kebanyakan usia milenial tidak menerapkan prinsip kesantunan dalam bermedia sosial, padahal prinsip ini merupakan salah satu pedoman penting dalam kehidupan bermasyarakat. Bayangkan jika prinsip ini tidak dijalankan dalam bermedia sosial, maka akan banyak konflik yang terjadi karena kesalahpahaman ataupun ketersinggungan.

Terdapat tiga hal yang harus diperhatikan karena sebagai pembentuk jati diri seseorang, yaitu kesantunan dalam berbahasa, kesopanan berbahasa, dan etika berbahasa. Ketiga hal di atas seharusnya juga diterapkan dalam bermedia

sosial. Jati diri seseorang dapat terlihat dari tulisan dan komentar sebagai tanggapan terhadap suatu konten di media sosial. Maka, tak heran jika nilai merah dari Microsoft tersebut dikatakann sebagai jati diri netizen Indonesia dalam dunia maya.³⁰

4. Netizen Indonesia

a. Pengertian Netizen

Netizen terdiri dari gabungan kata internet dan citizen (warga), yang sering kali diartikan sebagai tanda “warganya internet”. Jadi, yang biasanya disebut sebagai netizen adalah orang-orang yang secara aktif terlibat di komunitas online, atau internet secara umumnya. Istilah ini juga menyiratkan minat dan keterlibatan aktif dalam memperbagus lingkungan internet,

³⁰ Eraskha Paskhalia Christalent Diestoni dkk, “*PENGARUH KESANTUNAN MASYARAKAT INDONESIA DALAM BERMEDIA SOSIAL TERHADAP NATION BRANDING*”, Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial Vol. 1 No.2, November 2021, h. 67-68

menjadikannya sumber hubungan sosial dan intelektual, khususnya dalam hal akses terbuka, netralitas internet dan kebebasan berpendapat. Netizen juga biasa disebut sebagai cyber-netizen, yang juga memiliki arti sama.³¹

Dalam kamus internet ditemukan pengertian netizen sebagai berikut³²: *Pertama, An entity or person actively involved in online communities* (entitas atau orang yang terlibat aktif dalam komunitas online).

Kedua, Anyone who uses the internet becomes a netizen (siapaapun yang menggunakan internet menjadi netizen).

Ketiga, A person who actively uses the internet especially in a proper and responsible way (seseorang yang secara aktif menggunakan internet, terutama dengan cara yang tepat dan bertanggung jawab).

Keempat, An active participant in the online community of the internet (Partisipan aktif dalam komunitas online internet). Netizen atau biasa disebut sebagai warga net merupakan sebutan bagi mereka yang suka berselancar di internet. Netizen memiliki kebebasan untuk mengekspresikan diri dalam media massa. Melalui media tulis dan lisan, seorang netizen selalu berusaha menampilkan jati dirinya dan

³¹ Nawa Syarif Fajar Sakti. *Moslem SocialMedia 4.0*. (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2020), h. 35

³² Nawa Syarif Fajar Sakti. *Santri Duction 4.0 Antara Tradisi & Modernisasi di Era Revolusi Industri*. (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2020), h. 20-21

menunjukkan eksistensinya di internet.³³ Netizen 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 e buddy atau bahkan berjam-jam membuka halam instagram, mahasiswa yang bersuara kritis melalui media blog hingga sampai kaum dewasa-tua yang mengakses instagram untuk mencari teman-temanya yang telah hilang, blogger, pengguna twitter, pengguna instagram, pengguna facebook dan aktivitas sosial media lainnya termasuk dalam kategori netizen.³⁴ Pada dasarnya terdapat tiga hal yang dilakukan oleh netizen, diantaranya³⁵:

- 1) Berkomunikasi dengan netizen lainnya melalui media seperti skype, email echat, wall to wall, dan lain-lain.
- 2) Menyuarakan pendapatnya (dapat berupa rekomendasi, kecaman, opini, masukan mengenai sesuatu, mempromosikan, mengekspresikan diri, dan lain

³³Elen Inderasari, Ferdian Achسانی, Bini Lestari. *Bahasa Sarkasme Netizen dalam Komentar Akun Instagram* LAMBE TURAH". Jurna: Semantikl. Vol. 8, No. 1, Februari 2019, h. 38

³⁴ Maya Sandra Rosita Dewi. *Islam dan Etika Bermedia (Kajian Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial Instagram dalam Perspektif Islam)*. Jurnal: Research Fair Unisri. Vol. 3, No. 1, Januari 2019. h. 142

³⁵ Maya Sandra Rosita Dewi. *Islam dan Etika Bermedia (Kajian Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial Instagram dalam Perspektif Islam)*. Jurnal: Research Fair Unisri. Vol. 3, No. 1, Januari 2019. H. 142

sebagainya) melalui berbagai media sosial seperti twitter, facebook, instagram, tumblr, dan lain sebagainya.

- 3) Berkolaborasi melalui aplikasi web yang dapat digunakan secara kolaboratif dan real time melalui aplikasi-aplikasi seperti google docs,

Pola interaksi netizen bukan lagi menggunakan komunikasi verbal menggunakan mulut dan telinga. Tetapi lebih mendominasi pada kemampuan menalar dan kebijakan jari-jemari dalam mencurahkan isi pikiran ke dalam bentuk tulisan yang dapat diakses oleh siapapun. Netizen biasanya melakukan aktivitas tertentu seperti mendengarkan musik adalah merupakan aktivitas favorit. Selanjutnya adalah mengambil foto (88%), melihat waktu (67%), bermain (64%), melihat berita (36%), dan menyetel alarm (34%).

Selain digunakan untuk beraktivitas, netizen juga memanfaatkan ponsel untuk media komunikasi jarak jauh kepada publik atau yang biasa dikenal dengan bermedia sosial. 63google spreadsheet, zoho, dan lain sebagainya.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode penelitian berasal dari kata “Metode” yang artinya cara yang tepat untuk melakukan sesuatu, dan logos artinya ilmu atau pengetahuan. Jadi metodologi artinya cara melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara saksama untuk mencapai tujuan. Metode penelitian secara umum dimengerti sebagai suatu kegiatan ilmiah yang dilakukan secara bertahap dimulai dengan penentuan

topik, pengumpulan data dan menganalisis data, sehingga nantinya diperoleh suatu pemahaman dan pengertian atas topik, gejala atau isu tertentu. Dikatakan bertahap karena kegiatan ini berlangsung mengikuti suatu proses tertentu, sehingga ada langkah-langkah yang perlu dilalui secara berjenjang sebelum melangkah pada tahap berikutnya.³⁶

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, penelitian ini merupakan jenis penelitian yang menjabarkan, menggambarkan atau mendeskripsikan objek penelitian berdasarkan karakteristiknya. Dan penelitian ini sangat bertujuan untuk menjelaskan fenomena tersebut secara mendalam maka bisa dijelaskan fenomena tersebut, dan tidak perlu mencari sampling lainnya.³⁷

Penelitian deskriptif ini berupaya menjelaskan pemecahan masalah yang ada mengenai etika komunikasi netizen dalam menanggapi suatu riset yang dilakukan oleh akun instagram Microsoft, peneliti bertindak sebagai pengamat. Dan hanya membuat kategori perilaku, mengamati gejala, dan dicatat didalam buku observasinya.³⁸

1. Bentuk Penelitian

Penelitian ini merupakan bentuk penelitian studi kasus yang

³⁶Semiawan Conny, *Metode Penelitian Kualitatif*,(Jakarta: PT Gramedia Building 10270), h. 2-3.

³⁷ Dinul Fitrah Mubarak, *Analisis Teks Media*, (Sulawesi Selatan, IAIN Pare-pare Nusantara Press), h. 329.

³⁸ Rahmat Kriyatono, "Pengantar" Dalam Burhan Bungin, *Teknek Praktis Riset Komunikasi* Edisi Pertama Cet, V; Jakarta: Kencana, 2009, h. 59

bersifat kualitatif, jenis penelitian studi kasus yang merupakan metode penelitian kualitatif dengan jenis pendekatan studi kasus yang merupakan studi yang dilakukan oleh peneliti dengan mengadakan telaah secara mendalam pada kasus tertentu, yang kesimpulannya terbatas atau berlaku pada kasus tertentu saja.

Studi kasus merupakan penelitian kualitatif yang memiliki makna sebuah penelitian yang dilakukan pada objek alamiah. Sedangkan secara umum pengertian dari penelitian adalah suatu kegiatan yang menghasilkan suatu karya yang ditulis berdasarkan kenyataan ilmiah, diperoleh sebagai hasil kajian kepustakaan maupun penelitian lapangan (klinik dan laboratorium), yang dilakukan dari penemuan masalah untuk dianalisis atau diolah yang dapat menghasilkan kesimpulan.³⁹

B. Waktu Penelitian

Waktu penelitian untuk mendapatkan data penelitian, peneliti mendokumentasikan data di akun instagram Microsoft dan pada hasil riset pada tahun 2020-2021.

C. Sumber Data

a. Data Primer

Sumber data Primer yaitu data yang diperoleh dari sumbernya langsung. Data primer merupakan data yang

³⁹Hidayat Alimul Aziz, *Studi Kasus Keperawatan Pendekatan Kualitatif* (Surabaya: Healt Books Publishing, 2021),h. 6

didapatkan dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Dalam penelitian ini peneliti hanya melakukan penelitian dalam bentuk sekunder.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah informasi yang diperoleh tidak secara langsung dari narasumber, tetapi dari pihak ketiga. Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah mengambil dari buku-buku atau jurnal yang relevan dengan penelitian.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1) Observasi (Pengamatan)

Secara umum observasi berarti, pengamatan, pengelihatan, yang secara khusus, dalam dunia peneliti, observasi adalah mengamati dan mendengar dalam rangka memahami, mencari jawaban atau bukti terhadap fenomena tersebut guna menemukan analisis.⁴⁰

Observasi adalah sebagai pengalaman dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek

⁴⁰ Imam Suprayogo dan Tobroni, *Metode Penelitian Sosial Agama*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2001), h. 167

penelitian.⁴¹ Dalam teknik observasi ini lebih ditekankan sebagai pengamatan penulis sendiri terlibat langsung.

2) Dokumentasi

Dokumentasi adalah sumber data yang dapat dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan, bahkan untuk meramalkan.

Dokumentasi dalam penelitian ini digunakan untuk meneliti data yang dirilis akun instagram Microsoft dan etika komunikasi netizen Indonesia dalam menanggapi hasil riset pada akun instagram Microsoft, pada kolom komentar yang diserbu oleh netizen Indonesia.⁴²

3) Analisis Data

Data yang diperoleh dari observasi, dokumentasi, dari literature-literature lainnya akan dianalisis sehingga dapat disederhanakan dan mudah dipahami, data akan dianalisis secara deskriptif kualitatif dalam pendekatan studi kasus.

Teknik analisis data dalam penelitian ini akan menggunakan metode seperti menurut Metthew B. Miles dan A. Michael Humberman, analisis data kualitatif terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu

⁴¹ Amirul Hadi, dkk, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Pustaka Setia, 1998), h. 192

⁴² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h. 131

yang meliputi tahap-tahap yaitu reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan.⁴³

1. Reduksi Data

Merupakan proses pemilihan pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis pada saat penelitian di media sosial. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi.

2. Penyajian Data

Penyajian data yaitu menyusun data yang ditafsirkan secara kualitatif pada pendekatan studi kasus. Dalam penelitian ini setelah data direduksi, kemudian disajikan dalam wujud sekumpulan informasi yang tersusun dengan baik melalui ringkasan atau rangkuman-rangkuman berdasarkan data-data yang telah diseleksi atau direduksi yang memuat seluruh jawaban yang dijadikan permasalahan dalam penelitian. Dengan tersusunnya semua data secara urut akan mempermudah dalam membaca hubungan-hubungan antara unsur-unsur dalam

⁴³ Sugioyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h 337

unit kajian penelitian yang memudahkan penarik kesimpulan.

3. Menarik Kesimpulan

Menarik kesimpulan sebagian dari suatu kegiatan konfigurasi yang utuh dengan jalan deduktif dan induktif.⁴⁴ Setelah data di reduksi dan disajikan maka dari data-data yang ada tersebut kita dapat melakukan penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan dilakukan untuk mencari kejelasan dan pemahaman terhadap gejala-gejala yang terjadi dilapangan.

⁴⁴ Ibid, h. 252

BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. SEJARAH PERUSAHAAN MICROSOFT

Microsoft didirikan oleh Bill Gates dan Paul Allen pada 4 April 1975. Gates dan Allen merupakan masa teman kecil. Nama Microsoft sendiri merupakan gabungan antara microcomputer dan software. Pada awalnya, Microsoft bermarkas di New Mexico, Amerika Serikat. Mereka pindah ke Washington DC pada 1979. Ketika Microsoft didirikan, kebanyakan warga Amerika Serikat masih menggunakan mesin ketik. Namun, lama sebelum Microsoft berdiri, Gates dan Allen sudah menunjukkan ketertarikan pada komputer. Saat masih duduk di bangku SMA, keduanya sering kabur dari kelas untuk menghabiskan waktu mereka di ruang komputer.

Keduanya bahkan sempat meretas komputer sekolah. Untungnya, Gates dan Allen tidak dikeluarkan karena hal tersebut. Sebaliknya, mereka diberi izin untuk menggunakan komputer sekolah selama yang mereka mau. Sebagai gantinya, mereka harus memperbaiki performa komputer di sekolah. Pada Januari 1975, Allen membaca artikel tentang microcomputer Altair 8800 di majalah Popular Electronics dan menunjukkannya ke Gates. Hal ini memicu Gates untuk menghubungi MITS, perusahaan yang membuat Altair.

Gates menawarkan diri untuk menulis bahasa programming yang kompatibel dengan Altair. Selama delapan minggu, Gates dan Allen membuat demo untuk ditunjukkan ke MITS. Setelah melihat demo buatan Gates dan Allen, MITS setuju untuk mendistribusikan dan memasarkan software buatan Gates dan Allen dengan nama Altair BASIC.

Sejalan perkembangan zaman microsoft banyak mengukir prestasi Pada dunia teknologi, beberapa trobosan mampu menghasilkan sesuatu yang baru dan baik di ruang lingkung tekonlogi, hingga perusahaan microsoft ini banyak menghasilkan Pendapatan melalui beberapa devisi-devisi yang ada.

Microsoft baru saja merilis laporan keuangan untuk Q2 2022. Dalam 3 bulan terakhir, pemasukan perusahaan naik 20%, menjadi US\$51,7 miliar, sementara pendapatan bersih mereka naik 21%, menjadi US\$18,8 miliar.

Tiga hal yang mendorong pemasukan Microsoft pada kuartal ini adalah Office, layanan cloud, dan Windows. Pada Q2 2022, pemasukan Microsoft dari Windows OEM naik 25% dari tahun lalu. Mengingat tiga bulan terakhir adalah kuartal kedua sejak Microsoft meluncurkan Windows 11, hal itu tidak aneh. Selain itu, Nadella juga berkata, pasar PC kini kembali mulai bergairah. Semakin banyak keluarga yang memerlukan PC di rumah. Tak hanya itu, waktu yang mereka habiskan di depan PC juga naik. Kini, secara total, Windows 10

dan Windows 11 digunakan di 1,4 miliar komputer.

B. ETIKA KOMUNIKASI NETIZEN INDONESIA

Bahasa ialah sebuah instrumen untuk berkomunikasi, baik dengan lisan maupun tulisan. Bahasa yang dituturkan oleh seseorang mengandung nilai dan norma didalamnya. Maka dalam setiap tuturan penting bagi setiap orang untuk menyaring bahasa yang akan dipakai sesuai dengan situasi, kondisi, dan mempertimbangkan nilai-nilai serta norma sosial. Endang mengatakan bahwa seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, mendorong munculnya kasus kejahatan berbahasa, misalnya hasutan, hujatan, ancaman, penyebaran berita bohong (hoax), penyuapan, konspirasi, sumpah palsu, pencemaran nama baik termasuk fitnah dan penghinaan yang menjadi perhatian masyarakat Indonesia. Sebuah unggahan atau status seseorang di media sosial dapat berdampak hukum jika terdapat pihak lain yang merasa dirugikan atas unggahan tersebut. Sama halnya dengan pesan-pesan yang dikirimkan melalui media sosial yang didalamnya dianggap memuat unsur kejahatan berbahasa juga dapat dikenai tuntutan dan gugatan secara hukum.⁴⁵

Demikian halnya ujaran kebencian bukanlah sebuah hal yang baru, melainkan sudah ada dalam media tradisional sebelum terjadinya perkembangan teknologi yang amat pesat seperti sekarang. Sebuah ujaran ataupun tuturan yang mendorong kebencian yang

⁴⁵ Sholihatin, E. *Linguistik forensik dan kejahatan berbahasa* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2019).h 02

secara konseptual adalah fenomena kontemporer sudah sering ditemukan dalam teks-teks media tradisional sejak lama dan dengan mudah dapat diproduksi dan diedarkan di media baru yang memiliki sejarah baru.⁴⁶

Ujaran Kebencian merupakan sebuah aktivitas komunikasi yang dikerjakan oleh seorang individu atau kelompok kepada individu atau kelompok lainnya dalam bentuk provokasi, hasutan, ataupun hinaan yang meliputi berbagai sudut, seperti warna kulit, ras, etnis, agama, dan lain sebagainya.⁴⁷ James mengatakan bahwa pada umumnya ujaran kebencian dengan cepat disebarakan melalui media sosial sehingga memunculkan informasi yang samar-samar dan keliru, yang pada akhirnya akan memunculkan dugaan yang salah.

Koncavar menambahkan bahwa ujaran kebencian merupakan perkataan yang mendorong kebencian, yang dapat digambarkan sebagai suatu hal yang rasis, diskriminatif agama, xenofobia, homofobik, transphobik, heteroseks, nasionalis etnis, kesadaran status sosial, kesadaran status ekonomi, dan diskriminasi menurut kecacatan mereka, dan lain sebagainya secara terangterangan ataupun tersembunyi.

Sedangkan, Dewan Komite Menteri Eropa mendefinisikan ujaran kebencian harus dipahami sebagai segala sesuatu yang

⁴⁶ Koncavar, A. *Hate speech in new media*. (USA: academic Journal of Interdisciplinary Studies, 2013), h 675

⁴⁷ Syarif, E. *Pengaruh media sosial terhadap sikap dan pendapat pemuda mengenai ujaran kebencian*. (Jurnal Common, 2019), h 123

mencakup segala bentuk ekspresi yang memperluas, memprovokasi, memublikasikan atau membenarkan kebencian rasial, xenophobia, anti-Semitisme atau segala bentuk kebencian lainnya berdasarkan intoleransi, termasuk intoleransi diekspresikan oleh nasionalisme agresif dan etnosentrisme, diskriminasi, dan permusuhan terhadap minoritas, migran dan orang-orang asal imigran.

Saat ini, salah satu dari banyaknya media sosial yang paling sering digunakan dan sangat disenangi oleh penduduk Indonesia adalah Instagram. Melalui Instagram netizen dapat membuat ruang untuk menuliskan komentar apapun terhadap status atau unggahan foto dan video yang diunggah oleh sang pengguna. Maraknya penggunaan Instagram sebagai media sosial selain dapat memberikan hiburan dan kemudahan bagi penggunanya, Instagram juga mampu mendorong timbulnya permasalahan. Buktinya beberapa pengamat sosial media mengatakan salah satu hasil penelitian yang ditemukan adalah hasil penuturan yang terduga menjadi ujaran kebencian yang banyak dipakai oleh netizen Indonesia di kolom komentar akun Instagram Microsoft. Seorang Netizen yang selalu memberikan komentar negatif hingga mengeluarkan beragam ujaran kebencian pada kolom komentar akun Instagram sebuah perusahaan besar umumnya dinamakan sebagai seorang haters.

C. HASIL RISET MICROSOFT MELALUI AKUN ISNTAGRAM

1. Hasil Riset Akun instagram Microsoft terhadap Netizen Indonesia

Pada Urututan paling bawah.

Beberapa waktu lalu warganet Indonesia dibuat geram oleh hasil survei Microsoft tentang netizen Indonesia. Pasalnya, dalam survei Microsoft tentang netizen Asia yang dilakukan untuk mengukur tingkat kesopanan penggunaan internet, Microsoft menempatkan pengguna internet Indonesia di urutan terbawah seAsia Tenggara. Hal itu bukan hanya berarti netizen Indonesia tidak sopan, tapi juga menempatkan netizen Indonesia di urutan paling tidak sopan. Hal ini sontak membuat akun Microsoft diserbu oleh netizen Indonesia. Microsoft sampai harus menutup kolom komentar demi menghentikan

komentar negatif imbas laporan Digital Civility Index (DCI) yang mereka rillis. Dari perkembangan pemberitaan netizen paling tidak sopan se-Asia Tenggara penulis melakukan sebuah penelitian tentang pemberitaan tersebut pada media online yakni CNN Indonesia dan Kompas.com. Penelitian yang penulis lakukan adalah meneliti framing pada sebuah berita yang dikemas oleh masing masing media yaitu CNN Indonesia dan Kompas.com kedalam analisis yang membahas masalah etika komunikasi yang berpedoman Hasil Riset Akun Instagram Microsoft Terhadap Netizen Indonesia Urutan Terbawah di ASEAN..

Survei Microsoft terkait “Civility Safety, and Interaction Online 2020” menyebutkan netizen alias warganet indonesia

paling tidak sopan di ASEAN. Hasil ini dirilis bersamaan dengan temuan dari Digital Civility Index (DCI) 2020. Studi ini bertujuan untuk mengukur tingkat kesopanan digital dari pengguna internet dunia saat berkomunikasi di dunia maya. Pelaksanaan survei ini berlangsung sejak April Mei 2020. Disebutkan bahwa riset ini mencakup 9 wilayah Asia Pasifik (APAC), yaitu Australia, India, Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, Taiwan, Thailand dan Vietnam.

Dalam studi tersebut, DCI mematok skor untuk mengetahui kadar kesopanan warganet dari segi usia dan wilayahnya. Semakin tinggi skor DCI, maka semakin buruk tingkat kesopanannya. Secara Global, remaja berusia 13-16 tahun memiliki skor DCI sebanyak 63, sedangkan orang dewasa memiliki skor 72.

Berikut rincian skor untuk masing-masing Negara di Asia Pasifik terkait kesopanan warganet:

Tabel. 1 Hasil riset DCI oleh Microsoft via Instagram

NO	NEGARA	SKOR DCI
1.	Singapura	59 Point
2.	Malaysia	63 Point
3.	Filipina	66 Point
4.	Thailand	69 Point

5.	Vietnam	72 Point
7.	Indonesia	76 Point

Sumber : Akun Instagram Microsoft

Terkait topik kesopanan digital Regional Digital Safety Lead, Asia Pasifik, Microsoft, Liz Thomas menyampaikan, kesopanan digital dinilai sangat penting untuk meningkatkan kesadaran dan mendorong interaksi online yang positif.

Perlu diketahui, Microsoft tidak memaparkan laporan DCI untuk Negara Asia Tenggara lainnya. Namun, mereka mengungkapkan bahwa warganet Indonesia menempati urutan terbawah se-Asia Tenggara. Beberapa faktor penyebabnya:

- a. Hoaks dan Penipuan: 47%
- b. Ujaran Kebencian: 27%
- c. Diskriminasi: 13%

Sebanyak 4 dari 10 responden mengaku bahwa tingkat kesopanan warganet Indonesia semakin membaik. Atas hasil survei itu, akun Instagram Microsoft sampai menutup kolom komentar. Pada unggahan terbaru misalnya, sudah dipenuhi komentar dari warga Indonesia.

Mereka mempertanyakan hasil survei yang dirilis itu. "Kulonuwun, permisi ngapunten sak derengnipun. Niki rencana

bade silaturahmi. Biar sopan permisi dulu". Tulis salah seorang warganet dikolom komentar.⁴⁸

2. Hasil Survei Microsoft

Perkembangan teknologi media sosial ini sudah menjamur dan mengakar di kehidupan sehari-hari serta telah mengubah gaya hidup bahkan pola pikir. Bahkan menurut riset netizen atau warga Negara yang menggunakan media sosial di Indonesia dinobatkan sebagai netizen paling tidak sopan se Asia Tenggara, tentu ini sangat melenceng dari gaya hidup masyarakat Indonesia yang terkenal dengan kesopannya.

Hal itu berdasarkan riset Microsoft yang mengukur tingkat kesopanan pengguna internet sepanjang 2020. Hasilnya, Indonesia berada di urutan ke-29 dari 32 negara yang disurvei. Hasil tersebut, Indonesia menjadi Negara dengan tingkat kesopannya paling rendah di Asia Tenggara. Di atas Indonesia, Vietnam berdiri pada peringkat ke-24, sementara Thailand menempati peringkat ke-19 dan Filipina berada di peringkat ke-13. Sementara Singapura dan Malaysia disebut sebagai Negara teladan di Asia Tenggara dengan masing-masing berada pada peringkat ke 4 dan ke 2.

Gubernur Jawa Barat Ridwan Kamil, menanggapi tentang

⁴⁸ Radar Cirebon.com, diakses pada tanggal 12 juni 2022, pukul 23:56 wib.

riset ini, disalah satu postingan yang beliau kirim di jejaring sosial instagram, beliau menuliskan caption “ Banyak membuli dan galak dimedsos. Pas ketemu seolah paling sopan dan santun. Atau pas ditangkap karena nyebar hoaks, menangis dan minta maaf tersedu-sedu. Apalagi kalau membaca kualitas komen diberita online. Level kasarnya luar biasa. Mari santun dalam interaksi tatap muka, santun pula dalam interaksi virtual. Kecuali generasi media sosial mau mengubah image indonesia bangsa yang ramah menjadi bangsa yang kasar didunia. Semoga tidak, mari saling melengkapi diri” Instagram @ridwankamil. Kamis, 25 Februari 2021.

Survei berjudul “Digital Civility Index (DCI) itu diikuti oleh 16.000 responden di 32 negara. Microsoft menyampaikan ada 503 responden remaja dan dewasa yang terlibat dalam survei tersebut. Penelitian dilakukan mulai April dan Mei 2020.⁴⁹

D. TEMUAN – TEMUAN PENELITIAN

Endang Mariani pengamat Psikososial dan Budaya, mengatakan, penting untuk mengetahui metodologi dan analisis data, untuk menentukan apakah hasil penelitian dapat digeneralisasi. “Saya belum tahu pasti, teknik survei dan data yang digunakan oleh DCI. Tapi jika hasilnya demikian, maka saya berasumsi ada tiga factor yang

⁴⁹ Kompasiana.com, diakses pada tanggal 13 juni 2022, pukul 00:29 wib.

mempengaruhi,” Kata Endang saat dihubungi Kompas.com, jumat 26/2/2021. Dalam data DCI disebutkan, hoax, penipuan, dan ujaran kebencian yang mengalami kenaikan 5-13%, kemungkinan terkait dengan beredarnya berita-berita seputar Covid-19, yang berasal dari sumber yang tidak dapat dipertanggung jawabkan kredibilitasnya dan kondisi pandemic Covid-19 yang berdampak pada berbagai hal. Fakta Netizen Indonesia Paling Tidak Sopan Se-Asia Tenggara Diantaranya :

1. Netizen indonesia paling tidak sopan se Asia tenggara.

Diketahui dalam laporan tahunan terbaru dari Microsoft. Laporan tersebut mengukur tingkat kesopanan netizen atau pengguna internet dengan tajuk 2020 Digital Civility Index (DCI) Survei melibatkan 16 Ribu Responden Fakta pertama, survei ini diselenggarakan antara bulan April sampai Mei 2020 dan dirilis pada Februari 2021. Survei melibatkan 16 ribu responden yang terdiri dari kaum muda dan dewasa. Dari jumlah tersebut, 503 orang di antaranya berasal dari Indonesia.

Adapun survei itu terdiri dari empat kategori yaitu perilaku, seksual, reputasi, dan pribadi/mengganggu. Skor yang diberlakukan adalah 0 sampai 100 di mana makin rendah skor berarti paparan risiko daring makin rendah. Artinya, semakin tinggi skor maka semakin rendah kesopanan daring di negara tersebut.

2. Skor Indonesia

Dalam laporan tersebut, Indonesia berada di urutan ke-29 dari 32 negara yang di survei. Artinya, Indonesia paling tidak sopan untuk tingkat kesopanan se-Asia Tenggara. Skor kesopanan di Indonesia sendiri naik delapan poin dari 67 pada tahun 2019 menjadi 76 pada 2020. Skor DCI Indonesia untuk kaum remaja tidak berubah, akan tetapi turun di kalangan dewasa. "Tidak ada perubahan skor DCI untuk kalangan muda tapi penurunan minus 16 poin di orang-orang dewasa di Indonesia," sebut Microsoft.

3. Indonesia Menempati Urutan Buncit

Secara garis besar, Indonesia berada di posisi paling buncit perihal kesopanan daring di Asia. Sementara skala global, dalam laporan tersebut mencatat Belanda menjadi negara dengan netizen paling sopan dengan skor 51. Dengan skor 76, kesopanan netizen Indonesia hanya lebih unggul dari Meksiko (DCI 76), Rusia (DCI 80), dan Afrika Selatan (DCI 81).

4. Netizen Dewasa Paling Tidak Sopan

Dikutip *Kumparan*, kelompok remaja tidak memberikan kontribusi positif ataupun negatif terhadap skor kesopanan netizen Indonesia. Kemerosotan kesopanan netizen negara Indonesia didorong oleh netizen dewasa yang bertambah tidak sopan sebanyak 16 poin.

5. Hoks Resiko Terbesar Netizen Indonesia

Fakta lainnya adalah mengenai risiko terbesar netizen Indonesia. Risiko terbesar yang dihadapi adalah hoaks dan penipuan yang naik 13 poin dan ujaran kebencian naik 5 poin. Adapun diskriminasi turun 2 poin. Di sisi lain, empat dari 10 responden menilai kesopanan lebih baik selama pandemi berkat rasa kebersamaan yang lebih besar dan menyaksikan orang membantu orang lain. Namun, hampir 5 dari 10 orang mengaku terlibat dalam *bullying* dan 19% responden mengaku sebagai target. 47 persen responden mengaku terlibat dalam insiden intimidasi.

6. Netizen Indonesia Kalah Dari Singapore

Fakta yang terakhir, netizen Indonesia kalah jauh dari Singapura yang menjadi negara paling sopan di Asia Tenggara. Dalam laporan itu, Singapura menempati urutan keempat secara global dan pertama di Asia Tenggara untuk tingkat kesopanan. Skor DCI Singapura 59 atau turun empat poin dari tahun 2019 sebesar 63. Urutan kedua netizen paling sopan ditempati Malaysia dengan skor 63 dan berada di peringkat kelima secara global. Posisi ketiga ditempati Filipina dengan skor 66 dan berada di peringkat 13 global. Lalu Thailand dengan skor 69 dan peringkat 19 global. Di atas Indonesia ditempati oleh Vietnam dengan skor 72 dan berada di peringkat 24 secara global.

Hasil survei Microsoft

NO	HASIL RISET
1.	<p data-bbox="392 506 644 539">Skor Kesopanan :</p> <p data-bbox="392 607 1342 1375">Microsoft mengumumkan tingkat kesopanan pengguna internet sepanjang 2020, termasuk Negara indonesia. Dalam laporan terbaru digital civility index (DCI) itu, mengukur tingkat kesopanan digital pengguna internet dunia saat berkomunikasi didunia maya. Netizen menempati urutan terbawah se-Asia Tenggara, alias paling tidak sopan di wilayah tersebut. Tingkat kesopanan warganet indonesia memburuk delapan point ke angka 76, dimana semakin tinggi angkanya tingkat kesopanan semakin buruk. Urutan pertama dihuni oleh netizen singapura yang juga menempati peringkat keempat secara global, dengan total 59 poin.</p>
2.	<p data-bbox="392 1541 687 1574">Tingkat Kesopanan :</p> <p data-bbox="392 1641 1342 1973">Kemunduran tingkat kesopanan paling banyak didorong pengguna usia dewasa dengan persentase 68 persen. Sementara usia remaja disebut tidak berkontribusi dalam mundurnya tingkat kesopanan digital diindonesia pada 2020. Berawal dari 67 poin pada 2019 kemudian naik 8 poin menjadi 76 pada 2020. Sistem</p>

	<p>penilaian laporan tersebut berkisar dari skala nol hingga 100. Dimana semakin tinggi skor maka semakin rendah kesopanan daring di Negara tersebut.</p>
<p>3.</p>	<p>Kegiatan Survei :</p> <p>Laporan itu berdasarkan survey yang diikuti oleh 16.000 responden di 32 negara. Sebanyak 503 responden survey berasal dari Indonesia. Penelitian dilakukan pada April dan Mei 2020, dan baru dipublikasi pada Februari 2021. Survei tersebut menanyakan tentang keterpaparan mereka terhadap 21 resiko online yang berbeda dalam empat kategori yaitu perilaku, seksual, reputasi, dan pribadi atau mengganggu.</p>

E. PEMBAHASAN PENELITIAN

1. Etika Komunikasi Netizen Indonesia Dalam Menanggapi Hasil Riset

Ramainya sosial media di Indonesia dengan pembicaraan yang ternyata diamati oleh perusahaan teknologi raksasa Microsoft. Baru-baru ini, Microsoft merilis tentang tingkat kesopanan beberapa Negara di Asia Tenggara. Hasilnya, netizen Indonesia disebut paling tidak sopan Se Asia Tenggara. Selasa 2

Maret 2021, terkait hal itu atau tidak, akun instagram resmi microsoft mendadak menutup kolom komentarnya beberapa hari lalu dan masih belum dibuka kembali hingga sekarang.

Terdapat dugaan bahwa kolom komentar ditutup setelah beberapa unggahan di akun instagram Microsoft dibanjiri komentar berbahasa Indonesia, terkait hasil surveinya yang menyebut bahwa warganet Indonesia paling tidak sopan se Asia Tenggara. Sayangnya, serbuan komentar-komentar tersebut bernada negatif sehingga justru terkesan membenarkan label “tidak sopan”. Dari pantauan Kompas Tekno di beberapa unggahan, banyak komentar berbahasa Indonesia yang berisi umpatan dan kata kasar.

Beberapa lainnya melayangkan protes atas hasil survei Microsoft terkait tingkat kesopanan digital Indonesia tahun 2020. “Menilai Indonesia ga sopan, yang jadi pertanyaan sopankah penilaian itu dibuat indonesaaaa,” salah satu akun. “Seenaknya lu ya bilang kalo kami gak sopan”, tulis akun lain. “Gak perdul gua dengan Microsoft ya kenapa suka banding-bandingkan dengan Negara lain. Karena tidak semua orang Indonesia kayak gitu. Ini namanya menjatuhkan orang-orang Indonesia loh,” pengguna lain menimpali. Dalam postingan pada akun Instagram Microsoft terdapat komentar-komentar berbahasa Indonesia, dalam arti sebagian orang yang berkomentar tersebut adalah netizen

Indonesia. Namun dalam isi komentar tersebut banyak sekali cacian yang dilontarkan para netizen Indonesia terhadap akun Microsoft tersebut yang tidak terima terhadap hasil riset yang mengatakan netizen Indonesia tidak sopan.

Tangkapan layar di kolom komentar salah satu unggahan Microsoft lainnya yang dibanjiri komentar negatif berbahasa Indonesia. Akun Instagram resmi Microsoft mulai menutupi komentar dikirimkan yang diunggah pada 19 Februari lalu. Dari pantauan Kompas Tekno, senin (1/3/2021), kolom komentar masih dinonaktifkan, sehingga pengguna lain hanya bisa menyukai (like) kiriman foto dan video.

Beberapa waktu lalu, Microsoft merilis laporan terbaru Digital Civility Index (DCI) yang mengukur tingkat kesopanan digital pengguna internet di dunia saat berkomunikasi di dunia maya, Indonesia menempati urutan ke 29 dari 32 negara yang disurvei. Artinya, Indonesia masuk sebagai salah satu Negara dengan tingkat kesopanan digital yang rendah di dunia. Bahkan, di kawasan Asia Tenggara, Indonesia berada di urutan terbawah. Tingkat kesopanan warganet Indonesia memburuk delapan poin ke angka 76, dimana semakin tinggi angkanya tingkat kesopanan semakin buruk.⁵⁰

a. Sebut Netizen RI Paling tidak Sopan, Akun Microsoft

⁵⁰ Nextron.com, "Netizen Indonesia Serbu Akun Instagram Microsoft, Tolak Disebut Paling Tak Sopan", Diakses pada tanggal 7 April 2022 pukul 21:58

Diserang

Netizen ramai-ramai menyerbu kolom komentar akun Instagram Microsoft sebagai reaksi atas hasil survey menyebut warganet RI termasuk yang paling tidak sopan. Berdasarkan pantauan CNNIndonesia.com, pada Kamis 25/2 malam akun Instagram Microsoft dibanjir komentar hingga lebih dari 2.000 komentar netizen yang tak terima dengan hasil survey tersebut. Namun pada Jumat 26/2 pagi kolom komentar akun itu dimatikan.

Ramainya hasil survey dunia maya oleh Microsoft, mengundang berbagai reaksi netizen yang menilai positif hingga negative. :

“ Enggak terima hasil survei Microsoft yang katakan netizen Indonesia paling tidak sopan di sosial media, akun IG Microsoft pun diserang hingga fitur comment dinonaktifkan. Antara miris, namun lucu,” @celanacargo⁵¹

Bila dilihat berdasarkan usia, rata-rata jumlah pengguna media sosial di Indonesia berkisar antara usia 25-34 tahun. Akan tetapi, pandemic Covid 19 ternyata menyebabkan penurunan batas usia minimal pengguna media sosial di Indonesia.

⁵¹ CNN Indonesia diakses pada tanggal 13 Juni 2022 pukul 06:48 WIB

b. Perilaku Netizen Dalam Beretika Disosial Media

Etika berkomunikasi di internet dikenal dengan sebutan Netiket. Netiket merupakan aturan dan tatacara pengguna internet sebagai alat komunikasi atau pertukaran informasi antar sekelompok orang dalam sistem yang termediasi. Niket mendorong para pengguna untuk taat pada aturan etis dan moral.

Beberapa pelanggaran yang berlaku di media online yaitu:

- 1) Etika berkomunikasi
- 2) Copy paste dan Hak Cipta
- 3) Cyber Bullying
- 4) Hoax
- 5) Konten Ilegal
- 6) Kejahatan Ponografi

Etika Komunikasi ialah menggunakan tata bahasa yang baik dan sopan, Namun sering terlihat netizen yang bersosial media melakukan pelanggaran etika komunikasi misalnya berkomentar jahat, sarkasme, seperti “Bacot”, “Idiot”, “Kamu mengingatkanku pada receh gopean, bermuka dua dan tidak terlalu berharga”, “Itu badan apa karung beras sahabat?”⁵²

⁵² Arif Nur Rochman, *Perilaku Netizen Dalam Beretika di Sosial Media* (jl. Semolowaru No.

c. Nilai-nilai pancasila di dalam Demokrasi Pancasila terkait Etika Berpendapat dimedia Sosial

Seseorang yang percaya atau mengimani, memahami dan mengerti nilai-nilai yang terkandung didalam Pancasila pasti akan secara sadar diamalkan dalam kehidupan sehari-hari. Seperti halnya ketika menggunakan media sosial, sebagai warga Negara yang baik dan berpegang teguh terhadap nilai-nilai pancasila seyogyanya mengamalkan nilai-nilai tersebut di ranah ruang virtual sehingga etika dalam berpendapat tetap kondusif, terarah terjaga, dan bertanggung jawab.

Hal ini sesuai dengan sila ke 4 Pancasila, yakni kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat dan bijaksana dalam permusyawaratan perwakilan, salah dua nilai yang menggambarkan sila ke 4 adalah pertama menghargai kesukarelaan dan kesadaran dari pada memaksa sesuatu kepada orang lain, Kedua menghargai sikap etis berupa tanggung jawab yang harus ditunaikan sebagai amanat seluruh rakyat baik kepada manusia maupun kepada Tuhannya. Dalam artian menggunakan media sosial juga

tidak memaksakan pendapat Anda kepada orang lain, dan orang lain yang memiliki pendapat berbeda mendapatkan hate speech dari Anda, hal inilah yang tidak mencerminkan nilai sila ke-4 Pancasila.

Selain itu, berpendapat dimanapun itu baik offline maupun online sebaiknya tetap menghargai sikap etis karena merupakan tanggungjawab sebagai manusia yang berpendidikan seyogyanya bersikap sopan baik secara lisan, tulisan maupun tindakan. Sehingga, jika kita mampu mengamalkan sila ke-4 Pancasila dengan baik, hal ini dapat mengurangi hate speech yang ada, selain itu kita tidak mudah tersulut isu-isu seperti halnya Survey Microsoft yang menyebutkan Indonesia sebagai negara tidak sopan secara global terkait indeks kesopanan digital dan Anda terombang-ambing menjadi salah satu suporter hate speech di akun Instagram Microsoft yang mana secara tidak langsung berarti Anda membenarkan bahwa pihak Microsoft benar.

Demokrasi Virtual dalam Etika Berpendapat di Media Sosial Walaupun demokrasi virtual sama halnya seperti menyampaikan pendapat di dunia nyata, namun di kancah virtual akan lebih bebas dan mudah berekspresi tanpa di ketahui identitasnya, sehingga proses penyampaian pendapat di media sosial sering dilaksanakan seenaknya

saja. Menjadikan media sosial seolah-olah sebagai tempat menumpahkan cerita segala bentuk aktivitas, luapan emosi dalam bentuk tulisan, foto, maupun video yang tidak jarang mengesampingkan etika yang ada. Hal ini yang menjadikan media sosial bukan lagi sebagai media penyebar informasi tetapi juga penyebar sensasi.

Maka sebaiknya kemajuan teknologi harus dibarengi kemajuan dalam pola berpikir sehingga etika moralitasnya tetap terjaga. Tidak dapat dipungkiri juga bahwa demokrasi virtual memberikan kebebasan warganet dalam berpendapat, namun etika berpendapat tetap harus diperhatikan. Cara seseorang menyampaikan pendapatnya merupakan cerminan kesantunan kepribadian personal. Komunikasi di ibaratkan urat nadi penghubung kehidupan yang ditunjukkan salah satunya ekspresi dari karakter, sifat atau tabiat seseorang untuk saling berkomunikasi. Komunikasi yang beretika tentu saja menjadi persoalan penting terkait dengan kontrol demokrasi virtual, selain itu juga menjadi persoalan penting dalam penyampaian aspirasi/ pendapat. Dalam kesehariannya penyampaian pendapat masih sering dijumpai sejumlah hal yang mencemaskan dari perilaku komunikasi yang kurang santun.

Adapun etika yang baik dalam berkomunikasi di

kancah virtual yaitu jangan menggunakan kata kasar, provokatif, porno ataupun sara. Kemudian jangan memposting artikel atau status yang hoax, jangan menyalin dan tempel artikel atau gambar yang mempunyai hak cipta, serta memberikan komentar yang relevan.

d. UU ITE Pasal 27 Ayat 3 dalam Etika Berpendapat di Media Sosial

Kaidah perlindungan kehormatan setiap orang dilekati dengan sanksi pidana, selain dari ketentuan KUHP ada juga ketentuan-ketentuan normatif di luar KUHP. Salah satunya adalah UU ITE. Berdemokrasi di dunia virtual khususnya diatur dalam UU ITE Pasal 27 ayat 3 yang berbunyi "Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan membuat dapat diakses sebagai informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang memiliki muatan penghinaan atau pencemaran nama baik".

Secara sederhananya UU Pasal 27 Ayat 3 mengatur tentang pencemaran nama baik, yang mana merugikan salah satu pihak. Sehingga dengan adanya UU ITE sebaiknya berpendapat di media sosial hendaknya beretika yang baik, jika perkataan yang ditulis membuat orang lain merasa dirugikan hal tersebut dapat dilaporkan dan diproses secara hukum. Namun UU ini juga disebut pasal karet yang mana

memang beberapa hal kontroversi karena penilaiannya secara subyektif sebab bagi orang tertentu dirasa sebagai pencemaran nama baik, tetapi belum tentu bagi orang tersebut dianggap sebagai pencemaran nama baik. Namun dengan adanya UU ITE sedikit mendorong etika berpendapat yang baik karena jera atau takut terhadap sanksi pidana.⁵³

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sesuai dengan langkah-langkah yang telah dilakukan sesuai dengan langkah-langkah yang dituntut dan telah dilaksanakan, maka peneliti menarik kesimpulan, sebagai berikut:

1. Survei Microsoft terkait “Civility Safety, and Interaction Online 2020” menyebutkan netizen alias warganet indonesia paling tidak sopan di ASEAN. Hasil ini dirilis bersamaan dengan temuan dari Digital

⁵³ A'zunita Zainuri, *dkk Demokrasi Pancasila: Etika Berpendapat Warganet Dalam Praktik Demokrasi Virtual Diindonesia*, vol 1, NO 3, 2021,h. 254-255

Civility Index (DCI) 2020. Studi ini bertujuan untuk mengukur tingkat kesopanan digital dari pengguna internet dunia saat berkomunikasi di dunia maya.

Pelaksanaan survei ini berlangsung sejak April Mei 2020. Disebutkan bahwa riset ini mencakup 9 wilayah Asia Pasifik (APAC), yaitu Australia, India, Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, Taiwan, Thailand dan Vietnam.

2. Dari pantauan Kompas Tekno di beberapa unggahan, banyak komentar berbahasa Indonesia yang berisi umpatan dan kata kasar. Beberapa lainnya melayangkan protes atas hasil survei Microsoft terkait tingkat kesopanan digital Indonesia tahun 2020. Banyak netizen Indonesia yang menyerbu pada kolom-kolom komentar akun Instagram Microsoft dengan bahasa yang sangat tidak baik, kotor dan sangat merugikan sekali.

B. Saran

Ada pun saran yang dapat disarankan untuk Microsoft, Netizen, dan Peneliti adalah sebagai berikut:

1. Untuk Microsoft, hendaknya menambahkan data-data dan bukti-bukti yang lebih kuat dalam riset tersebut, dan hendaknya membalas semua komentar-komentar atau sebagiannya dengan penjelasan yang lebih akurat sehingga bisa menjawab semua pertanyaan dan cacian yang dilontarkan netizen dalam kolom komentar tersebut. Dalam

menutup kolom komentar bukan menjadi sebuah solusi untuk meredakan amarah hujatan para netizen, karena dapat dilihat setela kolom komentar dibuka netizen berbondong-bondong kembali menyerbu. Berilah tanggapan atau jawaban kepada para netizen.

2. Untuk netizen atau warganet, lebih bijaklah dalam menggunakan internet. Gunakanlah bahasa yang baik, dan sampaikanlah kritik dan saran dengan cara yang baik.
3. Kepada peneliti selanjutnya, peneliti ini belum bisa dikatakan sempurna hasilnya, oleh karena itu peneliti menyarankan didalam peneliti ini yang dilakukan oleh peneliti perlu dikembangkan isi didalamnya, atau menambahkan table-table, varabel-variabel judul lain yang mungkin ada kaitannya dengan peneliti ini yang tidak dapat diteliti lokasi, caption dan yang belum ada dipenelitian ini. Hal ini agar lebih menyempurnakan apa saja etika-etika netizen yang kurang baik terhadap akun-akun di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

KOMPAS.com. Diakses pada tanggal 30 januari 2022 pukul: 11:56.

Nabil Dhifa.,dkk. *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0.*

(Malang: PT. Cita Selaras, 2020). 73.

Alamsyah Ryan. Analisis Etnografi Virtual Meme Islami Di

Instagram Memecomic.islam. Skripsi Komunikasi Dan Penyiaran Islam.

(Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2018).2.Diambildari:

<https://scholar.google.com/scholar?hl=id&assdt=0%2C5&q=analisis+etnografi+virtual+ryan+alamsyah&btnG=#d=gsqabs&u=%23p%3DSzWDEPdQpYj>.

Nurrachmi Syafrida f,S.Sos, *Etika Komunikasi Netizen Dimedia Sosial, Ilmu Komunikasi*UPN Veteran Jatim, No.1 Vol.1 2018 diakses pada tanggal 13 oktober 2021, 62.

Elen Inderasari, dkk. Bahasa Sarkasme Netizen dalam Komentar Akun Instagram “Lambe Turah”. *Jurnal Semantik*. Vol. 8. No. 1. hal. 38.

Diambil dari: [www.e-](http://www.e-journal.stkipsiliwangi.ac.id/index.php/semantik/article/download/1232/704)

journal.stkipsiliwangi.ac.id/index.php/semantik/article/download/1232/704.

Mursito. *Memahami Institusi Media* (Surakarta:Lindu Pustaka,2006), 74.

Kompas.com (diakses pada tanggal 18 oktober 2021) pukul 20:00.

Mufid Muhamad, s, edisi ke-1. (Jakarta: Kencana, 2009), 173-174.

Rahmatun Fera Nazilah. Nilai Budaya Khalayak Digital Dalam Komentar Pada Pemberitaan Kali Sentiong Di Kanal Youtube DETIKCOM.

Skripsi: *Ilmu Dakwah dan Komunikasi*. (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2019). hal. 28. Diambil dari:

https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=nilai+budaya+khalayak&oq=nilai+budaya+khala#d=gs_qabs&u=%23p%3DXt7o1KALm2

sJ.

Dini Vista Astika. *Studi Etnografi Virtual Aktivitas #memedakwah Di Media Sosial Instagram*. Skripsi. (Purwokerto: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Purwokerto, 2020). 8.

Syarif Nawa Fajar Sakti. *Moslem SocialMedia 4.0*. (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2020), 35.

Inderasari Elen, Ferdian Achسانی, Bini Lestari. Bahasa Sarkasme Netizen dalam Komentar Akun Instagram "Lambe Turah". *Jurnal Semantik*. Vol. 8. No. 1. Hlm. 38. Diambil dari:

www.e-journal.stkipsiliwangi.ac.id/index.php/semantik/article/download/1232/70
4.

Widhistia Adinda Putri. Penggunaan Instagram Stories Sebagai Personal Branding (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMM Angkatan 2014). Skripsi: *Ilmu Komunikasi*. (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2019).42. Diambil dari:
<https://eprints.umm.ac.id/43019/>.

Nurcahyani Enny. Pengaruh fitur Instagram Stories Terhadap Kepuasan Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bandar Lampung Angkatan 2015 dan 2016). *Skripsi Ilmu Komunikasi*. (Bandar Lampung: Universitas Lampung, 2018). Hlm. 10. Diambil dari: <https://digilib.unila.ac.id/31140/>.

Mufid Muhamad, *Etika dan Filsafat Komunikasi*, edisi ke-1. (Jakarta: Kencana, 2009), hal. 173-174.

Prof. Drs. Effendy Onong, M.A. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, cetakan ke-19. (Bandung: Januari 2005), 9-10.

Nasrullah Rulli. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Socioteknologi*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017). hal. 10-12.

Anwar Sidiq, *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Sosial* (study akun @fuadbakh). Skripsi: Dakwah dan Ilmu Komunikasi. (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017). hal. 18.

Dini Vista Astika. 2020. *Studi Etnografi Virtual Aktivitas #memedakwah Di Media Sosial Instagram*.

Skripsi. (Purwokerto: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Purwokerto, 2020), hal. 9.

Syarif Nawa Fajar Sakti. *Moslem SocialMedia 4.0*. (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2020), hal. 35.

Elen Inderasari, Ferdian Achsani, Bini Lestari. *Bahasa Sarkasme Netizen dalam Komentar Akun Instagram" LAMBE TURAH"*. Jurna: Semantikl. Vol. 8, No. 1, Febuari 2019, hal. 38.

Sandra Maya Rosita Dewi. *Islam dan Etika Bermedia (Kajian Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial Instagram dalam Perspektif Islam)*. Jurnal: Research Fair Unisri. Vol. 3, No. 1, Januari 2019. hal. 142

Paskhalia Eraskha Christalent Diestoni dkk, "*PENGARUH KESANTUNAN MASYARAKAT INDONESIA DALAM BERMEDIA SOSIAL*

TERHADAP NATION BRANDING”, Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial Vol. 1 No.2, November 2021, hal. 67-68.

Conny Semiawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT Gramedia Building 10270), 2-3.

Conny Dinul, *Analisis Teks Media*, (Sulawesi Selatan, IAIN Pare-pare Nusantara Press), hal. 329.

Kriyatono Rahmat, “Pengantar” Dalam Burhan Bungin, *Teknek Praktis Riset Komunikasi* Edisi Pertama Cet, V; Jakarta: Kencana, 2009. Hal. 59.

Alimul Hidayat Aziz, *Studi Kasus Keperawatan Pendekatan Kualitatif* (Surabaya: Healt Books Publishing, 2021), 6.

Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 131.

Global Software Top 100- Edition 2011, *Softwaretop 100. Org.* 23 Agustus 2011.

<https://hybrid.co.id/amp/post.sejarah-microsoft>, diakses pada tanggal 3 april 2021 pukul 20:13

Abed Mohammad, “ Pakar Respons Microsoft: Netizen Indonesia Mengerikan, Diakses pada tanggal 6 april 2022 pukul 22:03

Ikhsan M., “Daftar Korban Jari-jari Netizen RI: All England Artis Korea, Diakses pada tanggal 7 April 2022 pukul 2022

CNN Indonesia “Survei Microsoft: Netizen Makin Tidak Sopan, Diakses pada tanggal 12 April 2022 pukul 05:55

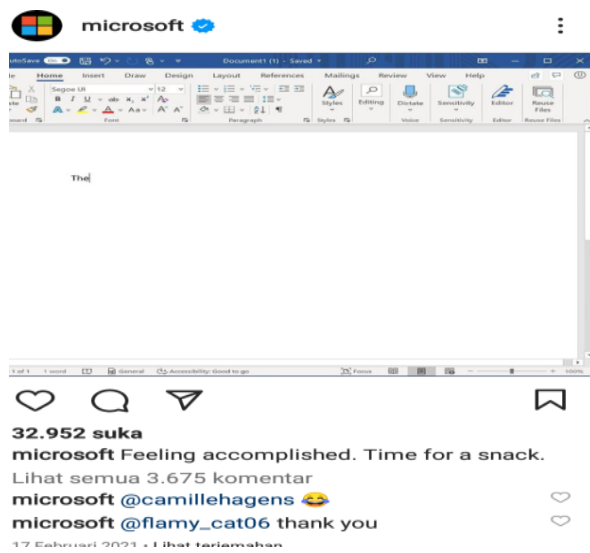
Kompas.com, Penyebab Netizen Indonesia Disebut Paling Tidak Sopan se Asia Tenggara, diakses pada tanggal 7 april 2022 pukul 13:35


Mutiah Tuti dkk, Etika *Komunikasi Dalam Menggunakan Media Sosial*, Global Komunika, Vol.1, No.1 Desember 2019, hal 20.

Nextron.com, "*Netizen Indonesia Serbu Akun Instagram Microsoft, Tolak Disebut Paling Tak Sopan*", Diakses pada tanggal 7 April 2022 pukul 21:58



L
A
M
P
I
R
A
N

Postingan beserta komentar para netizen terhadap akun instagramMicrosoft, pada tanggal 17 februari 2021, dengan 3.675 komentar, dan 32.952 suka, sebagai berikut:





← **Komentar** 



— Lihat 4 balasan lainnya

 **rizal_isnandar** Anak ngen...
58 mg 20 suka Balas 



— Lihat 20 balasan lainnya

 **lilpallin** Down kan eluuu dowwwwnn
58 mg 19 suka Balas 

— Lihat 20 balasan lainnya

 **satria.pandeglang** Hahahaha, tutup akun? 😂
58 mg 11 suka Balas 

— Lihat 1 balasan lainnya

 **akbar.rzkynsyh** Mengingatn sesama manusia memang perlu,, tapi klean semua sadar ga sih,. Microsoft itu udah termasuk MENJELEKKAN bukan MENGINGATKAN, dan yg pantas menentukan baik atau jeleknya seseorang hanyalah Tuhan 😂
58 mg 2 suka Balas 

← **Komentar** 

— Lihat 2 balasan lainnya

 **tukangstatekampung** Woi jangan ngomong se enakny tentang idonesia lol admin microsoft
57 mg Balas 

 **fdn_ferdyanputra** NGAK SUKA GELAYY 😂
58 mg 4 suka Balas 

 **mustakhira.mustava** Outdonesian people = Wow, this is a spongebob reference. Most Indonesian people who get butthurt by Microsoft survey = WaH, MiCRoSOfT KeNA mENtAl, Awowkwokwok MiCRoSOfT gAK kUaT mENTaL sAmPAi TuTUp KoMEn, yUK kiTA bOIkOT MicrOSoFt, MicrOSoFt gA gUNa aNJ**G mENDING kITA pAKe AppLE aTAu LinUX aJa
58 mg 3 suka Balas 



 **dewa_kipas27** Microsoft Dajjal..
57 mg 1 suka Balas 





Postingan dan kolom komentar, pada tanggal 11 Maret 2021, dengan 1.124 komentar dan 22.817 suka



← **Komentar** 

-  **t.emmm_** awokwokwok udh sepi njir
57 mg 11 suka Balas 
-  **rubenluca** cloud pic is 🍌
57 mg 3 suka Balas 
-  **lululaurenkemp** Will Elder scrolls be Xbox exclusive?
57 mg 10 suka Balas 
-  **jakaaarr** Gaskeun lah cooo blm puas..
57 mg 7 suka Balas 
- Lihat 8 balasan lainnya
-  **sono_matteooo** Is there a Microsoft center in Italy?
57 mg 1 suka Balas 
-  **surahmatprihantoro** Wouwwww sdah dibuka kolom komentarnya..... asikkkk
57 mg 107 suka Balas 

← **Komentar** 

-  **_taufikabdulazyz** Udah dibuka ternyata, Microsoft jujur tapi menyakitkan 😂😂
57 mg 5 suka Balas 
- Lihat 8 balasan lainnya
-  **hannan_paksi** Hayuk serang lagii
57 mg 5 suka Balas 
- Lihat 17 balasan lainnya
-  **hannan_paksi** Yukk
57 mg 3 suka Balas 
-  **renzoyama** Wah udah dibuka komentarnya
57 mg 4 suka Balas 
-  **yugna_firmansyah** Tempat berkumpulnya wargna +62
57 mg 4 suka Balas 
-  **piajneh** Gimana sudah mendingan udah mulai buka kolom komentar ya pak jangan ditutup lagi pak 



Postingan dan komentar netizen pada kolom komentar pada tanggal 12 maret 2021 dengan 773 komentar dan 21.077 suka



- ← **Komentar** 
- 
chelseataik.idn 👍
 55 mg Balas ♡
 - 
aryansyah15_ Keren sih, Tapiiiiiii BO.ONG hayuuuu
 55 mg 1 suka Balas ♡
 - 
enjoyaja_20 😂😂😂
 55 mg Balas ♡
 - 
ipinsuripin2000 Eta stik kontol exbox
 55 mg Balas ♡
 - 
fy_howtolyfe.exe Ga jelas nih buka tutup komen
 55 mg Balas ♡
 - 
rzqiin Gabisa basa enggres
 55 mg Balas ♡
 - 
ceilingfan65 @pubgmobile_in
 55 mg Balas ♡

- ← **Komentar** 
- 
masrinosetiawan Jembut nggapres 😂
 😂😂
 56 mg Balas ♡
 - 
masrinosetiawan Serang
 woooooooooooooiiiiii siapkan pasukan 😂
 56 mg Balas ♡
 - Lihat 3 balasan lainnya
 - 
tamaws_ Ada apa si kawan rame rame
 56 mg Balas ♡
 - 
deku.hor Sepi gan?
 56 mg Balas ♡
 - 
riqza.21 Woow sudah terbuka
 56 mg Balas ♡
 - 
breck_henson_ Wow
 56 mg Balas ♡
 - 
rxjumper8 👁️👁️
 56 mg Balas ♡