

**ETIKA KOMUNIKASI NETIZEN DI MEDIA SOSIAL TWITTER
PADA AKUN TWITTER USTADZ HILMI FIRDAUSI**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S.1)
Dalam Ilmu Dakwah



OLEH:

**SRI PERTIWI AGESTI
NIM. 18521032**

**PRODI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) CURUP
2022 M/1443 H**

Hal : Pengajuan Skripsi

Kepada :

Yth. Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (IAIN) Curup

Di-

Curup

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara Sri Pertiwi Agesti mahasiswa IAIN CURUP yang berjudul "Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial Twitter Pada Akun Twitter Ustadz Hilmi Firdausi" sudah dapat diajukan dalam ujian munaqasyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Demikian permohonan ini kami ajukan. Terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Curup, 01 Mei 2022

Pembimbing I



Anrial, MA
NIDN. 2003018101

PembimbingII



Nur Chdlis, M.Ag
NIP. 199204242019031013

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :


Nama . Sri Pertiwi Agesti
NIM . 18521032
Fakultas . Ushuluddin Adab dan Dakwah
Prodi . Komunikasi Dan Penyiaran Islam (KPI)
Judul . Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial Twitter Pada Akun
Twitter Ustadz Hilmi Firdausi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat yang penuh ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diajukan atau dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima hukuman atau sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, semoga dapat dipergunakan seperlunya

Curup, 02 Mei, 2022


Sri Pertiwi Agesti
NIM. 18521032



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
FAKULTAS USHULUDIN ADAB DAN DAKWAH

Jalan Dr. A.K. Gani No. 01 PO 108 Tlp (0732) 21010-21759 Fax 21010 Curup 39119
Homepage: <http://www.iaincurup.ac.id> Email: admin@iaincurup.ac.id kode 39119

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nomor: 168 /In.34/FU/PP.00.9/06/2022

Nama : Sri Pertiwi Agesti
NIM : 18521032
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Etika Komunikasi Netizen Di Media Sosial Twitter Pada Akun
Twitter Ustadz Hilmi Firdausi

Telah di munaqasyahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, pada :

Hari/ Tanggal : Rabu, 08 Juni 2022
Pukul : 09.00 – 10.00 WIB
Tempat : Ruang Dosen Dakwah

Dan telah diterima untuk melengkapi sebagai syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam Bidang Ilmu FUAD.

Curup, 13 Juni 2022

TIM PENGUJI

Ketua,

Anrial, MA
NIDN. 2003018101

Sekretaris,

Nur Choliz, M.Ag
NIP. 199204242019031013

Penguji I

Dita Verolvna, M.I.Kom
NIP. 198512162019032004

Penguji II

Parun Kamil, M.Kom.I
NIDN. 2115058102



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah memerikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul **“Etika Komunikasi Netizen Dimedia Sosial Twitter Pada Akun Twitter Ustadz Hilmi Firdausi”** Sholawat beserta salam semoga selalu terurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabatnya yang telah membawa akhlak dan ilmu pengetahuan bagi seluruh umat sehingga keluar dari zaman jahiliyah ke zaman ma’rifatiah ini.

Skripsi ini merupakan tugas akhir penulis yang disusun guna melengkapi salah satu syarat untuk mendapat gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, penulis menyadari sepenuhnya bahwa proses penulisan ini tidak terlepas dari segala bantuan, motivasi, dan bimbingan dari segala pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Idi Warsah, M.Pd.I selaku Rektor IAIN Curup
2. Bapak Dr. Muhammad Istan, SE.,M.Pd.,M.M selaku Wakil Rektor I
3. Bapak Dr. KH. Ngadri Yusro,M.Ag selaku Wakil Rektor II
4. Bapak Dr. Fakhruddin, S.Ag.,M.Pd selaku Wakil Rektor III
5. Bapak Dr. H. Nelson, S.Ag., M.Pd.I selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah IAIN Curup
6. Bapak Dr. Rahmat Iswanto, S.Ag.,SS.,M.Hum Selaku Wakil Dekan I

7. Ibu Bakti Komalasari, S.Ag.,M.Pd selaku Wakil Dekan II
8. Ibu Femalia Valentine,MA selaku Ketua Prodi KPI IAIN Curup
9. Bapak Dr. M. Hariya Toni, S.Sos.I, MA selaku Pembimbing Akademik
10. Ibu Dita Verolyna, M.I.Kom selaku Penguji 1
11. Bapak Pajrun Kamil, M.Kom.I selaku Penguji 2
12. Bapak Anrial, MA selaku Pembimbing I
13. Bapak Nur Cholis, M.Ag selaku Pembimbing II
14. Seluruh Dosen dan Karyawan IAIN Curup
15. Almamater tercinta IAIN Curup

Curup, 01 Mei 2022

Penulis



SRI PERTIWI AGESTI

NIM: 18521032

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmaanirrahim

Puji syukur Alhamdulillah, atas Ridha dan Rahmat dari-Mu yan Allah sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, dan dapat dengan tulus ku persembahkan untuk:

1. Skripsi ini saya persembahkan kepada dua orang hebat dalam hidup saya, Bapak Ahmad Riduan dan Ibu Sumiati. Keduanyalah yang membuat segala menjadi mungkin sehingga saya bisa sampai pada tahap ini. Terimakasih untuk segala pengorbanan, nasihat dan do'a baik yang tidak pernah berhenti kalian berikan kepadaku.
2. Yang tercinta Adik-adikku Iqbal Fahri Ramadhan dan Rifki Aditia, yang selalu menghiburku hingga diriku selalu semangat dalam mengerjakan perskripsian ini.
3. Teruntuk dosen pembimbing saya yaitu Bapak Anrial, MA dan, Bapak Nurcholis, M.Ag serta Bapak Dr.M. Hariya Toni, S.Sos.I, MA selaku dosen pembimbing akademik saya yang telah bersabar dalam membimbing saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Untuk sahabat-sahabatku Sella Nur Apni, Marini, Denara Maharani, Esmi Meilinda, Teti Febryanengsih, Sulastri, Yuni Muliana, Helen oktarinada, Rohima Arrodiyah, Dini Khairunissa, Intan Nilla Sari yang selalu memberikan support nya atas kelancarannya skripsi ini.

MOTTO

**“Tidak Ada Akhir Untuk Hal Yang Disebut Harapan Karena
Hidup Bukanlah Kecepatan Tapi Arah”.**

(Kim Namjoon)

**“Kita Harus Berhati-Hati Dengan Kata-Kata Dan Tindakan
Kita”**

(Cicero)

ETIKA KOMUNIKASI NETIZEN MEDIA SOSIAL TWITTER PADA AKUN TWITTER USTADZ HILMI FIRDAUSI

Abstrak

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi pada saat ini semakin canggih dan cepat, salah satu kemajuan ilmu teknologi itu adalah munculnya berbagai situs jejaring sosial sebagai media informasi. Media sosial sangat menarik dari kalangan masyarakat Indonesia, media sosial yang sering digunakan seperti *facebook, instagram, twitter, tiktok, whatsapp dan youtube*. Bermedia sosial tetap memperhatikan etika agar tidak terjadi kerugian bagi pihak-pihak yang dirugikan dan berujung pada tindakan pelanggaran hukum. Oleh sebab itu para pengguna sosial harus mengetahui dan menerapkan unsur etika dalam berkomunikasi agar komunikasi dapat berjalan dengan baik.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu analisisnya pada proses penyimpulan terhadap fenomena yang diamati dengan menggunakan metode logika ilmiah. Manfaat penelitian ini diharapkan dapat dijadikan gambaran maupun petunjuk bagi pengguna internet maupun masyarakat secara umum dalam mengonsumsi media sosial. Mengingat data yang digunakan oleh penulis dari hasil observasi berupa buku, artikel, maupun jurnal, maka dalam pengumpulan data ini penulis menelusuri, kemudian membaca dan mencatat bahan-bahan yang diperlukan untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan pembahasan. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif dari Miles dan Huberman.

Hasil penelitian ini diperoleh bahwa etika komunikasi menggunakan media sosial Twitter sangat diperlukan hal ini dapat meminimalisir pengaruh negatif yang ditimbulkan. Setiap netizen atau pengguna akun seharusnya mampu memilih mana komentar yang dapat dipublikasikan di publik. Sering mendapatkan komentar negatif dari netizen namun Ustadz Hilmi Firdausi menanggapi dengan candaan.

Kata kunci: Etika, Komunikasi, Media Sosial.

TWITTER SOCIAL MEDIA NETIZEN COMMUNICATION ETHICS ON TWITTER ACCOUNT USTADZ HILMI FIRDAUSI

Abstrack

The development of science and technology at this time is increasingly sophisticated and fast, one of the advances in technology is the emergence of various social networking sites as information media. Social media is very interesting from the Indonesian people, social media are often used such as facebook, instagram, twitter, tiktok, whatsapp and youtube. social media still pays attention to ethics so that there are no losses for the parties who are harmed and lead to acts of violating the law. Therefore, social users must know and apply ethical elements in communicating so that communication can run well.

This study uses a qualitative approach, namely the analysis of the inference process on the observed phenomena using the method of scientific logic. The benefits of this research are expected to be used as an illustration and guide for internet users and the general public in consuming social media. Given the data used by the author from observations in the form of books, articles, and journals, in collecting this data the authors trace, then read and record the materials needed to obtain information related to the discussion. The data analysis method in this study uses an interactive analysis model from Miles and Huberman.

The results of this study indicate that communication ethics using social media Twitter is very necessary, this can minimize the negative effects caused. Every netizen or account user should be able to choose which comments can be published publicly. Often get negative comments from netizens but Ustadz Hilmi Firdausi responds with jokes.

Keywords: Ethics, Communication, Social Media.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vii
ABSTRAK	vii
ABSTRACK	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Batasan Masalah	8
D. Tujuan dan Manfaat penelitian	8
1. Tujuan Penelitian	8
2. Manfaat Penelitian	8
E. Kajian Pustaka	9
F. Penjelasan Judul	13
G. Sistematika Penulisan	14
BAB II LANDASAN TEORI	15

A. Etika Komunikasi.....	16
1. Pengertian Etika Komunikasi.....	15
2. Prinsip-Prinsip Etika Komunikasi.....	21
3. Standar etika komunikasi.....	24
4. Tujuan Etika Komunikasi.....	25
5. Manfaat Etika Komunikasi.....	26
B. Media Sosial.....	27
1. Pengertian Media Sosial.....	27
2. Karakteristik Media Sosial.....	30
3. Peran Media Sosial.....	34
4. Fungsi Media Sosial.....	36
5. Jenis-Jenis Media Sosial.....	37
C. Twitter Sebagai Media Sosial.....	38
D. Pengertian Netizen.....	41

BAB III METODELOGI PENELITIAN

A. Jenis Dan Sifat Penelitian.....	43
1. Jenis Penelitian.....	43
2. Sifat Penelitian.....	44
B. Sumber Data.....	44
1. Data Primer.....	45
2. Data Sekunder.....	45
C. Teknik Pengumpulan Data.....	45
1. Metode Observasi.....	45

2. Metode Dokumentasi	46
D. Analisis Data	46
a. Reduksi Data	47
b. Display Data	47
c. Verifikasi Dan Penarikan Kesimpulan	48
E. Subjek Penelitian	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Akun Twitter Ustadz Hilmi Firdausi	52
B. Hasil penelitian Etika komunikasi netizen di media sosial twitter pada akun ustadz hilmi firdausi	53
C. Pembahasan hasil penelitian	56
D. Hasil penelitian Feedback ustadz hilmi firdausi terhadap etika komunikasi netizen di akun twitter pribadinya	60
E. Pembahasan hasil Penelitian	64
F. BAB V PENUTUP	72
A. Kesimpulan	72
B. Saran	73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

GAMBAR TABEL

Gambar 1.1 profil ustadz hilmi firdausi	52
Gambar 4.1 komentar netizen pada akun @Hilmi28.....	53
Gambar 4.2 komentar netizen pada akun @Hilmi28.....	55
Gambar 4.3 komentar netizen pada akun @Hilmi28.....	55
Gambar 4.4 komentar netizen pada akun @Hilmi28.....	55
Gambar 4.5 komentar netizen pada akun @Hilmi28.....	58
Gambar 4.6 komentar netizen pada akun @Hilmi 28.....	58
Gambar 4.7 komentar netizen pada akun @Hilmi 28.....	59
Gambar 4.8 postingan ustadz Hilmi di akun twitternya @Hilmi28.....	61
Gambar 4.9 postingan ustadz Hilmi di akun twitternya @Hilmi28.....	62
Gambar 4.10 Cuitan Ustadz Hilmi Tentang Minyak Goreng @Hilmi28	63
Gambar 4.11 Cuitan Ustadz Tentang Menikah Beda Agama @Hilmi28.....	66

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia adalah makhluk sosial sehingga butuh terhadap suatu informasi yang tidak hanya terbatas pada surat kabar, majalah, televisi, atau pun radio sehingga sampai merambat ke media *online* misalnya sosial media. Media *online* sering disebut *new media* atau dikenal dengan internet. Media internet tersebut memungkinkan pertukaran informasi yang cepat dan tidak terbatas geografi, waktu dan sebagainya. Namun tidak sebatas pertukaran informasi bahkan digunakan sebagai komunikasi. Media sosial menghubungkan orang-orang dan memungkinkan mereka saling berbagi informasi dalam berbagai bentuk konten seperti foto, video, foto, dokumen, teks dan sebagainya.¹

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi pada saat ini semakin canggih, penyebaran informasi serta akses telekomunikasi semakin cepat dan mudah. Tidak dapat dipungkiri hal tersebut baik secara langsung maupun tidak langsung mempunyai dampak bagi masyarakat, baik itu berdampak positif maupun negatif. Internet merupakan salah satu hasil kecanggihan dan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi buatan manusia. Salah satu

¹ Arif Nur Roch, "*Prilaku man netizen dalam beretika di sosial media*", Arifblogger77@gmail.com. Hlm 1

kemajuan ilmu teknologi itu adalah munculnya berbagai situs jejaring sosial sebagai media informasi.

Media sosial sangat menarik dari berbagai kalangan masyarakat Indonesia. Sesuai penduduk yang *socialable*, maka netizen paling banyak adalah pengguna media sosial. Dari anal-anak hingga orang-orang dewasa menggunakan media sosial untuk berbagai macam kegiatan. Media sosial yang sering digunakan seperti, *facebook, instagram, Twitter, tiktok* dan *youtube*.²

Media sosial bagi masyarakat kini bukan hanya sebagai pengganti proses komunikasi secara langsung saja, akan tetapi dengan media sosial masyarakat lebih dimudahkan baik dalam proses komunikasi maupun informasi. Harold D Laswell memaparkan fungsi media bisa dibagi menjadi tiga. Pertama, media memiliki fungsi sebagai informasi untuk publik luar tentang hal-hal yang berada diluar jangkauan penglihatan mereka. Kedua, media berfungsi melakukan seleksi, evaluasi dan, interpretasi atas informasi yang diperoleh. Ketiga, media berfungsi menyampaikan nilai dan warisan sosial budaya kepada masyarakat³

Bermedia sosial seharusnya tetap memperhatikan unsur etika agar tidak terjadi kerugian bagi pihak-pihak yang dirugikan dan berujung pada tindakan pelanggaran hukum. Etika komunikasi diinternet dikenal dengan istilah

² Arif Nur Rochman, "*Prilaku netizen dalam beretika di sosial media*", Arifblogger77@gmail.com. Hlm. 2

³ Maya Sandra Rosita Dewi, *Islam dan Etika bermedia*, Research fair unsri, vol.3 No. 1 januari 2019. Hlm 139-140. Diakses pada tanggal 13 oktober 2021

Netiket. *Netiket* adalah aturan dan tata cara penggunaan internet sebagai komunikasi dan pertukaran informasi antar sekelompok orang dalam sistem yang termediasi. Dengan adanya *netiket* diharapkan pengguna media menerapkan etikanya tersebut.⁴

Sekian banyak media sosial yang paling cepat pertumbuhannya adalah *Twitter*, dengan cepat mengambil perhatian masyarakat Indonesia, remaja khususnya kebanyakan isi dalam *Twitter* adalah hal-hal pribadi dimana seseorang berbagi cerita, opini aktivitasnya, kepada orang-prang pilihan. penggunaan *Twitter* umumnya berlangsung saat terjadinya peristiwa-peristiwa populer. merupakan salah satu jejaring media sosial yang populer digunakan masyarakat di Indonesia. Menurut laporan Statista, terdapat 18,45 juta pengguna aplikasi yang didirikan oleh Jack Dorsey ini di Tanah Aair per Januari 2022 lalu. Capaian ini menempatkan Indonesia sebagai negara pengguna *Twitter* terbanyak ke-5 di dunia. Amerika Serikat (AS) merupakan negara pengguna *Twitter* terbanyak di dunia. Tercatat, ada 76,9 juta pengguna *Twitter* di Negeri Paman Sam. Jepang menduduki urutan kedua dengan jumlah pengguna *Twitter* terbanyak yakni mencapai 58,95 juta pengguna. India dan Brasil berada di urutan ketiga dan keempat dengan masing-masing sebanyak 23,6 juta pengguna dan 19,05 juta pengguna *Twitter*.

Setelah Indonesia, ada Britania Raya dengan jumlah pengguna *Twitter* sebanyak 18,4 juta pengguna. Turki dan Arab Saudi menyusul dengan masing-masing memiliki 16,1 juta pengguna dan 14,1 juta pengguna *Twitter*. Sebanyak 13,9 juta pengguna *Twitter* beradai di Meksiko. Sementara itu, ada 11,45 juta pengguna *Twitter* di Thailand. Adapun *Twitter* kini banyak digunakan oleh para politikus

⁴ Arif Nur Rochman, "*Prilaku netizen dalam beretika di sosial media*", Arifblogger77@gmail.com, hlm 2, diakses pada tanggal 16 oktober 2021 di Kepahiang

dalam negeri dan mancanegara untuk mempromosikan kebijakan dan berinteraksi dengan warga dan pejabat lainnya. Apalagi, sebagian besar pemimpin dunia dan kementerian luar negeri kini telah memiliki akun Twitter resmi.⁵

Twitter hanya membuat ruang 140 karakter bagi penggunanya untuk mengirim pesan. Jumlah pesan yang dikirim oleh pengguna ditampilkan halaman profil pengguna, sehingga siapapun yang melihat bisa mengetahui jumlah postingannya.⁶

Seperti yang dikatakan Baihakiki (2016) bahwa bahasa Indonesia saat ini berada dalam kelimpahruahan informasi, tetapi kualitas literasinya atau merek media, terutama media sosial masih rendah. Makanya, tidak heran jika penipuan lewat internet dan *cyber crimenya* meningkat akses ke pornografi meningkat dan mudah, berita bohong dan (*hoax*) serta caci maki di media sosial alias *cyber bullying* marak, bahkan media sosial seperti *Twitter* dapat dimanfaatkan untuk pencitraan dan narasisme.⁷

Twitter menjadi favorite banyak orang karena memiliki berbagai fasilitas yang mampu memenuhi berbagai kebutuhan. Media sosial ini tidak hanya dimanfaatkan sebagai media interaksi dan berekspresi, tetapi digunakan juga untuk kepentingan lain. Contohnya sebagai alat analisis dinamika kehidupan sosial. Hal ini sering dimanfaatkan orang-orang yang

⁵ <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/pengguna-twitter-indonesia-masuk-daftar-terbanyak-di-dunia-urutan-berapa>, diakses pada, 10 Juni 2022 jam 10.01 di Kepahiang

⁶ Zikri Fahrul Nurhadi, *model komunikasi sosial remaja melalui media Twitter*, jurnal *Aspikom*, vol 3 no 2, Juli 2017, hlm 540.

⁷ Uud Wahyudin , Kismiyati El Karimah, *Etika Komunikasi, prosiding seminar nasional komunikasi*, 2016, hlm 217.

bekerja dimedia massa. Kelebihan yang dimiliki *Twitter* membuat media massa menjasukannya sebagai sumber mengangkat isu hangat. Media sosial ini tidak hanya digunakan sebagai alat analisis isu, tetapi digunakan juga sebagai media promosi bisnis. Tagar adalah salah satu fasilitas yang menjadi kelebihan *Twitter*, tagar membantu orang memperoleh kemudahan dalam mencari, menemukan, dan membahas topik tertentu.⁸

Media sosial sangat mempengaruhi kehidupan seseorang, oleh karenanya kita harus pandai dalam menyikapi sehingga tidak melupakan kewajiban pada kehidupan nyata. Etika dalam pengguna 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 kwsatuan memudar. Hal ini berimbas pada rendahnya etika dan moral masyarakat, bahkan bukan kesatuan bahasa yang terjalin melainkan kekerasan fisik atau tawuran.

Nilai-nilai yang terbentuk terdapat beberapa kaidah yang bertujuan mengatur tata cara kita dalam berkomunikasi antar sesama tanpa harus saling menyakiti. Terlebih komunikasi merupakan hal yang tidak terlepas dalam kehidupan sehari-hari manusia.⁹ Komunikasi menjadi kegiatan utama, mulai dari bangun tidur hingga tidur kembali baik secara normal maupun non formal. Walaupun hanya sekedar berintraksi atau obrolan basa-basi. Dalam

⁸ Purwati, Edi Mulyana, *analisis pola pengguna tahar viral sebagai media pendidikan karakter netizen*, hlm 49.

⁹ Maya Sandra Rosita Dewi, "*Islam dan Etika bermedia*" reserch Fair Unsri. Vol 3, No. 1, Januari 2019, hlm. 140

interaksi itulah lambat laun menciptakan nilai-nilai bersama yang kemudian disebut sebagai kebudayaan. Cara berkomunikasi atau pemakaian suatu kata atau kalimat yang kita anggap sebuah etika, dapat pula berakibat pada suatu yang tidak menyenangkan dan menimbulkan suatu kesalah pahaman antar sesama.

Ustadz Hilmi Firdausi merupakan ustadz alumni dari Universitas Indonesia dan putra dari ayah Kyai Nahdaniyin. Selain itu, Ustadz Hilmi Firdausi adalah salah satu Ustadz yang konsisten membahas isu-isu nasional baik itu ke pemerintah maupun isu nasional lainnya. Ustadz yang biasa dikenal dengan sebutan UHF ini memiliki pengikut 436.197 pada akun *Twitter*nya, sering di serang Buzzer di media sosial namun dibalas dengan gurauan oleh sang Ustadz.

Selain pengasuh pondok pesantren Yatim Dhuafa Assa'adah sang ustadz juga sebagai pemilik dari sekolah Islam Terpadu Darul Fitri baik itu tingkat TK, SD maupun, SMP. Sang Ustadz yang biasa melakukan dakwah dengan gaya yang asyik ini mengungkapkan jika sang ayah asli ada keturunan Jawa yaitu Kyai Nahdiyini asal Nganjuk Jatim dan sang ibu yang mempunyai garis keturunan Jepang, Istrinya bernama Dinda Kazami dan memiliki dua orang putra dan satu putri.¹⁰

Meskipun banyak sekali teori yang menjelaskan tentang etika atau adat dalam bersosial media, untuk menggunakan bahasa yang baku, sopan, dan

¹⁰ <https://beritakbb.pikiranrakyat.com>, diakses pada tanggal 4 Desember 2021, di Kepahiang

tidak boleh mengandung kata-kata yang kasar , *boddy shaiming* rasis, dan sara. Ada baiknya kita untuk lebih baik diam jika kata-kata tersebut dapat menimbulkan kegaduhan atau menyinggung orang lain. Namun pada kenyataannya masih banyak netizen yang tidak mengindahkan etika komunikasi dalam berkomentar dimedia sosial *Twitter* terutama pada akun Ustadz Hilmi Firdausi. Salah satu contohnya yaitu:

Gambar 1.1 (komentar netizen pada akun @Hilmi28)



Dari hal diatas inilah yang menjadi landasan peneliti mengambil judul “ **Etika Komunikasi Netizen Di Media Sosial *Twitter* Pada Akun *Twitter* Hilmi Firdausi**”.

B. Rumusan dan Batasan Masalah

1. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dibuat maka dapat disimpulkan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana etika komunikasi netizen dimedia sosial Twitter pada akun Twitter Ustadz Hilmi Firdausi?
- b. Bagaimana feedback ustadz Hilmi Firdausi terhadap etika komunikasi netizen pada akun Twitter pribadinya?

c. Batasan Masalah

Penelitian ini terkait dengan Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial *Twitter* pada akun Ustadz Hilmi Firdausi. Agar peneliti lebih fokus. Peneliti lebih membatasi permasalahan hanya pada etika komunikasi yang terjadi pada netizen dalam bermedia sosial di *Twitter* pada akun Ustadz Hilmi Firdausi dan etika komunikasi dimedia sosial *Twitter* pada akun Ustadz Hilmi Firdausi.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Mengacu pada masalah yang telah dirumuskan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui etika komunikasi netizen di media sosial *Twitter* pada akun *Twitter* Ustadz Hilmi Firdausi.
- b. Untuk mengetahui feedback ustadz Hilmi Firdausi terhadap etika komunikasi netizen pada akun Twitter pribadinya.

2. Manfaat penelitian

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam mengembangkan khasanah keilmuan, khususnya tentang etika komunikasi melalui media sosial.

- b. Penelitian ini diharapkan mampu dijadikan gambaran maupun petunjuk bagi pengguna internet maupun masyarakat secara umum dalam mengkonsumsi media sosial khususnya pengguna *Twitter*.

D. Kajian Pustaka

Sejauh pengamatan penulis, masalah ini belum pernah dibahas atau dikaji oleh mahasiswa IAIN Curup, “Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial *Twitter* Pada Akun Ustadz Hilmi Firdausi” yang akan diangkat untuk menjadi judul skripsi ini merupakan karya ilmiah pada jurusan Dakwah. Dalam kajian pustaka ini akan dibahas mengenai objek penelitian apa saja yang pernah membahas terkait etika komunikasi di media sosial.

1. Skripsi Iko Cahya Hakiki telah melakukan penelitian dengan judul “ **Etika Komunikasi Netizen Di Media Sosial Instagram Dalam Pandangan Islam**”. Perkembangan teknologi yang pesat dibidang komunikasi menciptakan beragam inovasi, gagasan dan ide yang bertujuan untuk memudahkan dalam berkomunikasi. bukti perkembangan teknologi pada saat ini yaitu dengan munculnya kegiatan jenis media sosial, salah satunya yaitu instagram. Instagram memungkinkan penggunanya mengambil foto, video, menerapkan filter, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial. Namun penggunaan media sosial di masyarakat akhir-akhir ini sangat memprihatinkan, terutama dikalangan remaja. Media sosial yang seharusnya digunakan sebagai interaksi dan sosialisasi agar silaturahmi tetap terjaga kini disalahgunakan sebagai ajang pamer harta, kemesraaan, pamer beribadah agar dianggap alim, pamer bersedekah agar dianggap dermawan, menyebarkan

berita-berita bohong, fitnah, ujaran kebencian, serta perbuatan maksiat lainnya. Oleh sebab itu, pengguna media sosial perlu mengetahui dan menerapkan etika dalam berkomunikasi, agar komunikasi dapat berjalan dengan baik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu dengan menekankan logika ilmiah. Manfaat penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran bagaimana seharusnya etika komunikasi netizen dimedia sosial yang sesuai dalam pandangan islam. Mengingat data yang digunakan oleh penulis dari hasil observasi berupa buku, artikel, maupun jurnal, maka dalam pengumpulan data ini penulis menelusuri, kemudian membaca dan mencatat bahan-bahan yang diperlukan untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan pembahasan. Metode analisis data dalam penelitian ini diperoleh bahwa dalam Islam terdapat 6 prinsip komunikasi, yaitu terdiri dari qawlan sadiddan, qawlan balighan, qawlan maysuran, qawlan layyinan, qawlan kariman dan qawlan ma'rufan. Apabila 6 prinsip ini diterapkan dengan baik oleh netizen dan masyarakat secara umum dalam berkomunikasi, maka proses komunikasi yang dilakukan akan berjalan dengan baik dan sesuai dengan ajaran Islam.¹¹

2. Skripsi dengan judul “ **Etika Interpersonal Mahasiswa Ilmu Komunikasi Umi Dalam Media Sosial *Twitter***”, karya Nurul Kusuma Wardhani dari Universitas Islam Alauddin Makassar dalam skripsinya menjelaskan bahwa seiring perkembangan zaman penggunaan media sosial juga ikut berkembang. Latar belakang penggunaan maupun sampai keragaman kultural, ditambah

¹¹ Iko Cahya Hakiki, “(Etika Komunikasi Netizen Dimedia Sosial Instagram Dalam Pandangan Islam)” Skripsi (Lampung, UIN Raden Intan Lampung, 2021)

lagi bahwa di media sosial tidak ada batas-batas geografis sehingga diperlukan aturan kepada semua pengakses. Begitupun juga pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMI yang cukup intens dalam menggunakan media sosial *Twitter*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui etika interpersonal Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMI dalam media sosial *Twitter*. Jenis penelitian ini deskriptif kualitatif, pengumpulan data melalui wawancara, untuk pengumpulan informasi menggunakan teknik *purposive sampling*. Teori yang digunakan yaitu teori komunikasi khususnya teori komunikasi interpersonal. Kemudian teknik pengolahan dan analisis data dilakukan dengan melalui tiga tahapan, yaitu : *Open Coding*, *Axial Coding*, dan *Selective Coding*. Interaksi interpersonal mahasiswa ilmu komunikasi UMI dalam media sosial *Twitter* khususnya dalam hubungan pertemanan berpacu pada beberapa poin, yaitu pertama pengukapan diri, yang kedua yaitu sifat mau mendengarkan (*responsiveness*), kemudian yang ketiga dengan emosional (*emotional support*), dan yang keempat adalah inisial (*Initiation*). Adapun etika interpersonal Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMI dalam sosial media *Twitter* yang pertama penggunaan bahasa, yang kedua tema *posting-an*, ketiga menggunakan emoticon, kemudian yang keempat *retweet* dan yang kelima memaafkan kesalahan orang lain jika terdapat *posting-an* yang tidak baik atau tidak sewajarnya yang digunakan Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMI dalam media sosial *Twitter*.¹²

¹² Nurul Kusuma Wardhani, “(Etika Interpersonal Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMI Dalam Media Sosial *Twitter*)” Skripsi (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2015)

3. Skripsi dengan judul **“Etika Komunikasi Antar Mahasiswa Dan Dosen Di Media Sosial (Studi Analisis Wacana Pada Pesan Whatsapp)”** karya Arma Daily Palongan Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dalam skripsinya menjelaskan perkembangan media yang sangat pesat, memudahkan mahasiswa untuk berkomunikasi dengan dosen di media sosial seperti whatsapp. Menghubungi dosen melalui whatsapp untuk urusan akademik menjadisuatu kebutuhan sehingga lumrah dilakukan oleh mahasiswa. Namun, hal ini diimbangi mahasiswa dengan menggunakan etika yang baik dan benar. Saat mahasiswa berkomunikasi dengan dosen, terkadang mahasiswa menghubungi diluar jam kerja dosen, tidak menyebutkan identitas, menggunakan bahasa yang sulit dimengerti oleh dosen, dan menggunakan format penulisan yang kurang saat dibaca. Dari latar belakang masalah diatas, peneliti merumuskan permasalahan skripsi ini pada dua hal yaitu bagaimana pendapat mahasiswa dan dosen terhadap etika komunikasi melalui media sosial. Dan bagaimana praktik komunikasi mahasiswa terhadap dosen melalui media sosial. Untuk menggali rumusan masalah diatas, peneliti menggunakan metode kualitatif analisis wacana milik Teun A. Van Dijk dengan enam elemennya yaitu, tematik, skematik, semantik, sintaksis, dan retorik. Dari proses pengambilan data dan analisis yang peneliti lakukan maka diperoleh temuan penelitian yaitu mahasiawa saat menghubungi dosen terkadang tidak menerapkan etika komunikasi yang sesuai standar etika komunikasi yang baik. Lalu dalam analisis kognisi sosial atau kesadaran mental penulis dalam membetuk teks, peneliti menemukan,

percakapan mahasiswa terhadap dosen tidak masalah bila tidak menggunakan ejaan yang disempurnakan, tetapi tetap mengedepankan adab dan tata krama saat mengirimkan pesan kepada dosen. Adapun temuan analisis konteks sosial atau keadaan masyarakat pada teks dibuat, yaitu mahasiswa harus tetap memperhatikan dan menggunakan standar etika komunikasi saat mengirimkan pesan keada dosen agar proses komunikasi terjalin dengan baik.¹³

Perbedaan penelitian diatas dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah penelitian ini di fokuskan terkhusus untuk mengetahui etika komunikasi netizen hanya pada satu akun saja di media sosial Twitter Ustadz Hilmi Firdausi, sedangkan penelitian di atas itu menjelaskan secara umumnya. Persamaan dengan penelitian di atas yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif.

E. Penjelasan Judul

Agar tidak terjadi kesalah pahaman dalam memahami dari judul penelitian ini maka sebagai berikut:

1. Perkembangan teknologi komunikasi yang pesat di era ini menciptakan berbagai macam media sosial, salah satunya yaitu *Twitter* yang merupakan aplikasi jejaring sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat. *Twitter* memungkinkan penggunanya saling berinteraksi melalui kolom komentar. Adanya fitur kolom komentar di *Twitter* ini memberikan kebebasan penggunanya untuk mengomentari postingan pengguna lainnya, yang seringkali tidak memperhatikan etika yang baik dalam berkomunikasi.

¹³ Arma Dailu palongan, ” etika komunikasi antara mahasiswa dan dosen di media sosial (studi analisis wacana pada peran whatsapp) ” Skripsi (lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2020)

2. Saya mengangkat judul etika komunikasi netizen di media sosial *Twitter* pada akun Hilmi Firdausi dalam pandangan islam ini karena komunikasi merupakan bagian yang tak terpisahkan dalam kehidupan dan segala gerak langkah kita selalu disertai dengan komunikasi. Komunikasi yang dimaksud adalah komunikasi yang islami, yaitu komunikasi berakhlak al-karimah atau beretika.

F. Sistematika penulisan

Dalam menghasilkan tulisan yang baik, maka pembahasan harus diuraikan secara sistematis, untuk mempermudah penulisan yang teratur dan terbagi dalam bab-bab yang saling berkaitan satu sama lain. Adapun sistematika penulisan skripsi ini adalah:

BAB I : Bab pendahuluan yang berisikan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, penjelasan judul dan sistematika penulisan

BAB II : Bab teori yang menyajikan pembahasan teori yang menguraikan hal-hal yang berisi mengenai pengertian etika komunikasi, pengertian media sosial, pengertian *Twitter* dan pengertian netizen.

BAB III: Bab ini membahas tentang metodologi penelitian

BAB IV: Bab hasil penelitian dan membahas data yang diperoleh dari media sosial *Twitter*.

BAB V: Bab penutup yang berisikan kesimpulan dan saran.

Daftar Pustaka.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Etika Komunikasi

1. Pengertian Etika Komunikasi

Dari segi etimologi (asal kata), istilah etika berasal dari kata latin *etichitus* yang berarti kebiasaan. Sesuatu dianggap etis atau baik, apabila sesuai dengan kebiasaan masyarakat. Pengertian lain tentang etika adalah sebagai studi atau ilmu yang membicarakan perbuatan atau tingkah laku manusia, mana yang dinilai baik dan mana pula yang dinilai buruk. Etika juga disebut ilmu normatif maka dengan sendirinya berisi ketentuan-ketentuan yang dapat digunakan sebagai acuan untuk menilai tingkah laku yang baik atau buruk.

Secara etimologis, kata “Etika” berasal dari bahasa Yunani “*ethos*”. Kata yang berbentuk tunggal ini berarti “adat atau kebiasaan”. Bentuk jamaknya “*ta etha*” atau “*ta ethe*” artinya adat kebiasaan, sehingga etika merupakan sebuah teori tentang perbuatan manusia, yang ditimbang menurut baik dan buruknya atau sebuah ilmu yang menyelidiki mana yang baik dan mana yang buruk, dengan memperhatikan akal pikiran.

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

- a. Dilihat dari segi objek pembahasannya, etika berupaya membahas perbuatan yang dilakukan oleh manusia.
- b. Dilihat dari segi sumbernya, etika bersumber pada akal fikiran atau filsafat. Sebagai hasil pemikiran, maka etika tidak bersifat mutlak,

- c. absolute dan tidak pula universal. Ia terbatas, dapat berubah, memiliki kekurangan, kekurangan dan sebagainya. Selain itu, etika juga memanfaatkan bebrapa ilmu yang membahas perilaku manusia seperti ilmu antropologi, sosiologi, ilmu politik, ilmu ekonomi dan sebagainya.
- d. Dilihat dari segi fungsinya, etika berfungsi sebagai penilai, penentu dan penetap terhadap suatu perbuatan yang dilakukan oleh manusia, yaitu apakah perbuatan tersebut akan dinilai baik, buruk, mulia, terhormat, hina dan sebagainya. Dengan demikian etika lebih berperan sebagai konseptor terhadap sejumlah perilaku yang dilaksanakan oleh manusia. Etika lebih mengacu kepada pengkajian sistem nilai-nilai yang ada.¹⁴

Meski kita sudah cukup familiar dengan etika, namun sebagai cabang ilmu tentunya etika memiliki pengertian secara ilmiah. Terdapat beberapa pengertian etika menurut para ahli, yaitu:

- a. Prof. DR. Franz Magnis Suseno : “Ilmu yang mencari orientasi atau ilmu yang memberikan arah dan pijakan dalam tindakan manusia.”
- b. James J. Spillane SJ : “Etika adalah mempertimbangkan dan memperhatikan tingkan laku manusia dalam mengambil suatu keputusan yang berkaitan dengan moral, yang mana lebih mengarah pada penggunaan akal budi manusia untuk menentukan benar atau salah.”
- c. Maryani dan Ludigdo : “Seperangkat norma, aturan, atau pedoman yang mengatur segala perilaku manusia, baik yang harus dilakukan dan yang harus ditinggalkan, yang dianut oleh sekelompok masyarakat.

¹⁴ Tuty Mutiah Dkk, etika komunikasi dalam menggunakan media sosial (e-ISSN 2655-5328|ISSN 2085-6636) Vol. 1 No. 1, Desember 2019 Hlm, 15-16

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

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

Dengan demikian etika komunikasi adalah yang memperhatikan baik dan buruknya cara berkomunikasi. etika komunikasi memperhatikan kejujuran dan terus terang, keharmonisan hubungan, pesan yang tepat, menghindari kecurangan, konsistensi antara pesan verbal maupun non verbal serta memperhatikan apakah para komunikator memotong suatu pembicaraan atau tidak. Etika komunikasi menjadi sangat penting ketika berkomunikasi dalam sebuah komunitas.¹⁵

¹⁵ Ibid, hlm 17

Studi komunikasi selalu mencerminkan minat terhadap etika. Tiga ratus tahun sebelum kristus lahir, Aristoteles membahas pentingnya imbauan terhadap *ethos*, karakteristik- karakteristik pribadi seperti kejujuran dan kredibilitas, dalam komunikasi.

Etika didefinisikan sebagai studing tentang sifat umum moral dan pilihan-pilihan moral spesifik yang harus dibuat seseorang. Perhatikan kata “Pilihan”. Etika menyangkut pilihan-pilihan komunikasi sehingga, dengan memeriksa dan lebih menyadari nilai-nilai kita sendiri, kita menjadi lebih bertanggung jawab atas konsekuensi tindakan kita.¹⁶

Dalam kaitannya dengan komunikasi, etika komunikasi mencakup segala nilai dan norma yang menjadi standar dan acuan setiap orang dalam berkomunikasi dengan orang lain. Etika komunikasi menilai mana tindakan komunikasi yang baik dan buruk berdasarkan standar yang berlaku. Sehingga adanya etika komunikasi yang tidak diterapkan dalam pergaulan atau dalam komunikasi antar indiidu, kelompok atau antar individu dan kelompok dalam suatu masyarakat dapat menyebabkan buruknya hubungan diantara mereka. Tentunya hal tersebut tidak lah baik, karena sebagai makhluk sosial, manusia akan selalu membutuhkan manusia yang lainnya.

Melalui berbagai kesempatan, komunikasi diperlihatkan sebagai ilmu yang yang berhubungan dengan berbagai macam ilmu pengetahuan yang lain. Ini menandakan bahwa komunikasi menyentuh aspek ilmu dalam bidang

¹⁶ Ibid,hlm. 18

komunikasi. Apa yang terjadi apabila nilai, gagasan, dan ide komunikasi justru tidak dikomunikasikan.

Etika komunikasi mencoba untuk mengkolaborasikan standar etis yang digunakan oleh komunikator dan kominikan. Setidaknya ada tujuan perspektif etika komunikasi yang bisa dilihat dalam perspektif yang bersangkutan sebagai berikut:

a. Perspektif politik

Dalam perpektif ini, etika untuk mengembangkan kebiasaan ilmiah dalam praktek berkomunikasi, menumbuhkan bersikap adil dengan memilih atas dasar kebebasan, pengutaman motivasi, dan menanamkan atas penghargaan atas perbedaan.

b. 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 da dengan bebas yntuk memilih melakukannya.

c. 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.

d. 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.

e. Perspektif religius

Kitab suci atau *habit* religius dapat dipakai sebagai standar mengevaluasi etika komunikasi. Pendekatan alkitabiah dalam agama membantu manusia untuk menemukan pedoman yang kurang lebih pasti dalam setiap tindakan manusia.

f. Perspektif utilitarian

Standar utilitarian untuk mengevaluasi cara dan tujuan komunikasi dapat dilihat dari adanya kegunaan, kesenangan, dan kegembiraan.

g. Perspektif legal

Perilaku komunikasi yang legal, sangat disesuaikan dengan peraturan yang berlaku dan dianggap sebagai perilaku yang etis.¹⁷

2. Prinsip-Prinsip Etika Komunikasi

Richard L. Johansen (1996) berpendapat banyak yang beranggapan bahwa dalam sebuah pembicaraan, seseorang menggunakan etika untuk menghargai dan menghormati lawan bicara.

¹⁷ Muhamad Mufid, “*Etika Dan Filsafat Komunikasi*” (Jakarta: Prenada Media Group, 2009), Hlm.185-186

Kehadiran etika dalam proses berkomunikasi tidak datang dengan tiba-tiba, tetapi kehadirannya harus dibangun oleh kedua belah pihak yang sedang berkomunikasi.¹⁸ dalam etika komunikasi, ditemukan enam prinsip yang sering digunakan oleh orang-orang yang tengah menjalani hubungan komunikasi yakni sebagai berikut:

a. Prinsip keindahan

Prinsip keindahan ini mendasari segala sesuatu yang mencangkup penikmatan rasa senang terhadap keindahan. Berdasarkan prinsip ini manusia memperhatikan nilai-nilai keindahan dan ingin menampakan sesuatu yang indah dalam prilakunya. Misalnya dalam berpakaian, penataan ruang, dan sebagainya sehingga membuatnya lebih bersemangat untuk bekerja atau ruang belajar. Namun semua ini akan sia-sia apabila orang-orang yang berkomunikasi tidak menunjukkan keindahan. Keindahan dalam berkomunikasi itu menunjukkan sifat-sifat keramah tamahan, senyum, salam dan lain-lain.

b. Prinsip Persamaan

Prinsip keindahan ini mendasari segala sesuatu yang mencangkup penikmatan rasa senang terhadap keindahan, berdasarkan prinsip ini, manusia memperhatikan nilai-nilai keindahan dan ingin menampakan sesuatu yang indah dalam prilakunya. Mialnya dalam berpakaian, penataan

¹⁸ Arma Dailu palongan, skripsi:” *etika komunikasi antara mahasiswa dan dosen di media sosial (studi analisis wacana pada peran whatsapp)*” (lampng: UIN Raden Intan Lampung, 2020), Hlm. 15-17.

ruang, dan sebagainya sehingga muncul tuntutan terhadap persamaan hak antara laki-laki dan perempuan, persamaan ras, serta persamaan dalam berbagai bidang lainnya. Prinsip ini melandasi perilaku yang tidak diskriminatif atas dasar apapun. Bila dalam hubungan komunikasi antar pribadi ada salah satu pihak yang merasa direndahkan, maka komunikasi tidak akan berjalan efektif.

c. Prinsip kebaikan

Prinsip kebaikan ini mendasari perilaku individu untuk selalu berbuat kebaikan dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Prinsip ini biasanya berkenaan dengan nilai-nilai kemanusiaan seperti hormat-menghormati, kasih sayang, membantu orang lain, dan sebagainya. Manusia pada hakekatnya selalu ingin berbuat baik, karena dengan berbuat baik dia akan dapat diterima oleh lingkungannya. Penyelenggaraan pemerintahan dan pelayanan yang diberikan kepada masyarakat sesungguhnya bertujuan untuk menciptakan kebaikan bagi masyarakat.

d. Prinsip keadilan

Pengertian keadilan adalah kemauan yang tetap dan kekal untuk memberikan kepada setiap orang apa yang semestinya mereka peroleh. Oleh karena itu, prinsip ini mendasari untuk bertindak adil dan profesional serta tidak mengambil sesuatu yang menjadi hak orang lain.

e. Prinsip kebebasan

Kebebasan dapat diartikan sebagai keleluasaan individu untuk bertindak sesuai dengan pilihannya sendiri. Dalam prinsip kehidupan dan

hak asasi manusia, setiap manusia mempunyai hak untuk melakukan sesuatu sesuai kehendaknya sendiri sepanjang tidak merugikan atau mengganggu hak-hak lain. Oleh karena itu, setiap kebebasan harus diikuti dengan tanggung jawab sehingga manusia tidak melakukan tindakan yang semena-mena kepada orang lain.

Untuk itu kebebasan bagi setiap individu diartikan sebagai (1) kemampuan untuk berbuat sesuatu atau menentukan pilihan (2) kemampuan yang memungkinkan manusia untuk melaksanakan pilihannya tersebut (3) kemampuan untuk mempertanggungjawabkan perbuatannya.

f. Prinsip kebenaran

Kebenaran biasanya digunakan dalam logika keilmuan yang muncul dari hasil pemikiran yang logis atau rasional. Kebenaran harus dapat dibuktikan dan ditunjukkan, agar kebenaran itu dapat diyakini oleh individu dan masyarakat. Tidak setiap kebenaran dapat diterima sebagai suatu kebenaran apabila belum dapat dibuktikan.¹⁹

3. Standar Etika Komunikasi

Kriteria etika yang secara khusus telah disama perankan guna meningkatkan komunikasi yang baik. Etika khusus dibagi lagi kedalam dua kategori:

¹⁹ Ibid, Hlm. 15-17

- a. Etika individual, yaitu etika khusus yang mencakup standar dan acuan sikap manusia terhadap dirinya sendiri. Misalnya, seorang manusia harus paham bagaimana menghargai dirinya sendiri dengan tidak melakukan hal-hal yang merugikan diri sendiri
- b. Etika sosial, yaitu etika khusus yang mencakup standar dan acuan sikap manusia terhadap orang lain, lingkungan, publik sebagai anggota dari masyarakat sosial. Misalnya, seorang manusia harus memahami bagaimana bersikap dengan orang lain.

Maksudnya adalah kriteria etika yang biasa dan standar dalam etika komunikasi Empat tugas keetikaan yaitu keteguhan hati, keterbukaan, kelemah lembutan, dan keharuan dimodifikasi oleh Cheney dan Tompkins untuk diterapkan dalam konteks komunikasi kelompok antara lain:

- 1) Kehati-hatian, komunikator seharusnya menggunakan kesempatan persuasifnya sendiri untuk menilai secara menyeluruh pesan-pesan yang jelas dan yang tersembunyi dari organisasi tersebut dan harus menghindari penerimaan atas pandangan konvensional secara otomatis dan tanpa berfikir.
- 2) Mudah untuk di capai, komunikator harus terbuka terhadap kemungkinan diubahnya pesan dari orang lain yang dibujuk. Keyakinan yang kita pegang secara dogmatis atau pandangan berfokus sempit yang membutuhkan kita terhadap informasi yang berguna pandangan Yang berbeda tentang suatu masalah, atau penyelesaian alternatif, perlu diseimbangkan atau dikurangi.

- 3) Tanpa kekerasan, penipuan terang-terangan atau pun tidak, terhadap orang lain berdasarkan etika tidak diinginkan.
- 4) Empati, komunikator empatis benar-benar mendengarkan argumen, opini, nilai dan asumsi orang lain, terbuka terhadap perbedaan pendapat, mengesampingkan cetusan stereotip berdasarkan julukan atau isyarat non verbal, dan menghargai hak semua orang. Dalam latar kelompok empati melibatkan keseimbangan kepentingan individu dan kepentingan kelompok.²⁰

Ada beberapa standar etika komunikasi yang harus dilakukan sebagai netizen yaitu sebagai berikut:

- a) Memberikan masukan yang positif

Sebagai netizen yang baik kita dapat memberikan komentar atau saran yang positif di masyarakat maupun di media manapun. Dengan memberikan kritik yang membangun dan tidak menghakimi atau menyakiti hati seorang dengan kalimat kita. Alangkah baiknya kita menggunakan kalimat yang baik dan benar.

- b) Mengetahui dampak dari tindakan

Netizen harus mengetahui dampak dari tindakan atau komentar yang diberikan. Komentar yang positif bersifat tidak menghakimi dan mengadili orang tersebut. Orang yang memberikan komentar negatif

²⁰ Siti Hartini, *Bimbingan Kelompok*, Bandung:Refika Aditama, 2009, Hlm.7

harus mengetahui peraturan atau landasan hukum yang berlaku di Indonesia.

c) Melakukan riset

Sebelum memberikan komentar kita sebagai netizen wajib melakukan riset terhadap orang yang ingin dikomentari. Mulai melihat dari latar belakangnya hingga melihat jejak rekam orang tersebut tanpa membuat asumsi pribadi.

d) Bijak menggunakan media sosial

Netizen yang baik wajib menjadi bijak dalam menggunakan media sosial. Media sosial digunakan untuk mencari informasi dengan mudah memanfaatkan media sosial dengan baik dan menjadikan wadah media sosial menjadi positif.²¹

4. Tujuan Etika Komunikasi

Etika komunikasi sangat diperlukan dalam kegiatan berkomunikasi dalam kehidupan bermasyarakat, agar komunikasi yang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan pesan yang ingin disampaikan juga dapat diterima dengan baik. Terdapat beberapa tujuan dari etika komunikasi, diantaranya adalah:²²

- a Membantu individu atau kelompok dalam masyarakat untuk bertindak secara bebas tapi dapat dipertanggung jawabkan.

²¹ <https://kataboks.katadata.co.id/datapublish/2019/02/08/pengguna-media-sosial>, diakses pada 15 Juni 2022, pukul 12.33

²²Abi Asmana, *pengertian etika komunikasi tujuan dan manfaat etika komunikasi*. <https://legalstudies71.blogspot.com/2019/07/pengertian-etika-komunikasi-tujuan-dan.html?m=1>, diakses pada 17 februari 2022, pukul 15.53

- b Membantu individu atau kelompok dalam masyarakat untuk dapat mengambil sikap atau tindakan secara tepat.
- c Menciptakan rasa saling menghormati dan menghargai.

Salah satu aspek komunikasi yang banyak dilakukan oleh para pemimpin adalah memberikan umpan balik kepada orang-orang yang dipimpinya. Tujuan utama dari pemberian *feedback* adalah membantu mereka yang dipimpin memahami apa yang diberikan dan cara agar mereka bergerak maju dan tidak mengulangi perilaku negatif. Dibawah ini merupakan cara bijak memberikan *feedback* kepada orang lain:

- a. Harus bersikap objektif dan tidak emosional
- b. Berikan *feedback* secara seimbang dan tegaskan perilaku positif yang diinginkan
- c. Saat memberikan *feedback* negatif, pastikan memberikan saran positif.²³

5. Manfaat Etika Komunikasi

Dalam pergaulan bermasyarakat, etika komunikasi memiliki banyak sekali manfaat, diantaranya yaitu:²⁴

²³ Syamsu,H.I.A, Lukman, & Nurdin, *Umpan Balik Positif Sosial Media*, Jurnal Psikologi tallenta Vol. 5 No. 2 diakses pada 22 juni 2022 09.54

²⁴ Abi Asmana, Pengertian Etika Komunikasi Tujuan Dan Manfaat Etika Komunikasi. <https://legalstudies71.blogspot.com/2019/07/pengertian-etika-komunikasi-tujuan-dan.html?m=1>, diakses pada 17 februari 2022, pukul 15.53

- a. Melancarkan komunikasi dengan orang lain, sehingga hubungan yang sudah terjadi akan semakin erat.
- b. Memahami apa yang dikomunikasikan oleh orang lain, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik.
- c. Dengan mengikuti dan menaati etika yang berlaku, kita akan diterima dengan baik dalam lingkungan sosial masyarakat.
- d. Menumbuhkan rasa saling menghargai diantara anggota masyarakat.
- e. Mencegah individu atau kelompok untuk tidak bertindak atau berperilaku sembarangan atau seenaknya sendiri dalam berkomunikasi.
- f. Mempererat hubungan dengan orang lain .

Etika komunikasi tidak hanya berkaitan dengan tutur kata yang baik saja, tetapi juga harus berangkat dari nilai tulus yang diekspresikan dari ketenangan, kesabaran, dan empati kita dalam berkomunikasi.²⁵

B. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

- a. Definisi media

Secara sederhana, istilah media bisa dijelaskan sebagai alat komunikasi sebagaimana definisi yang selama ini diketahui. Terkadang pengertian media ini cenderung lebih dekat terhadap sifatnya yang masa

²⁵ Abi Asmana, *pengertian etika komunikasi tujuan dan manfaat etika komunikasi*. <https://legalstudies71.blogspot.com/2019/07/pengertian-etika-komunikasi-tujuan-dan.html?m=1>, diakses pada 17 februari 2022, pukul 15.53

karena terlihat dari berbagai teori yang muncul dalam komunikasi masa, semua definisi yang ada memiliki kecenderungan yang sama bahwa ketika disebutkan kata “media”, yang muncul bersamaan dengan itu adalah sarana disertai dengan teknologi. Koran merupakan representasi dari media cetak, sementara radio yang merupakan media audio dan televisi sebagai media audio visual merupakan representasi media *online* atau dalam jaringan.²⁶

Terlepas dari cara pandang melihat media dari bentuk dan teknologinya, pengungkapan kata “media” bisa dipahami dengan melihat dari proses komunikasi itu sendiri (Meyrowitz, 1999; Moores, 2005; Williams, 2003). Proses terjadinya komunikasi memiliki tiga hal yaitu objek, organ, dan medium. Saat menyaksikan sebuah program di televisi, televisi adalah objek dan mata adalah organ. Perantara antara televisi dan mata adalah gambar atau visual. Contoh sederhana ini membuktikan bahwa media merupakan wadah untuk membawa pesan dari proses komunikasi.

b. Definisi sosial

Kata “sosial” dalam media sosial secara teori semestinya didekati oleh ranah sosiologi disebutkan bahwa media pada dasarnya adalah sosial karena media merupakan bagian dari masyarakat yang direpresentasikan dalam bentuk perangkat teknologi yang digunakan.

²⁶ Rulli Nasrullah, *Media Sosial* (Bandung: Simbiosia Rekatama Media, 2015) Hlm, 3

Menurut Durkheim, kata sosial merujuk pada kenyataan sosial (*the social as social fact*) bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Pernyataan ini menegaskan bahwa pada kenyataannya media dan semua perangkat lunak (*software*) merupakan sosial dalam makna bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial.²⁷

c. Definisi media sosial

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para pengguna nya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat diseluruh dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Andres Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun diatas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan pertukran User-generated content”.

Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudia terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. jejaring sosial terbesar antara lain Facebook, Instagram dan *Twitter*. Jika media tradisional

²⁷ Ibid., hlm 6

menggunakan media cetak dan media broadcast, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik dan berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta berbagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.²⁸

Saat teknologi internet dan mobile phone makin maju maka media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Kini untuk mengakses facebook atau *Twitter* misalnya, bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah mobile phone. Demikian cepatnya orang bisa mengakses media sosial mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap arus informasi tidak hanya di negara-negara maju, tetapi juga di Indonesia. Karena kecepatannya media sosial juga mulai tampak menggantikan peranan media massa konvensional dalam menyebarkan berita-berita.

Pesatnya perkembangan media sosial kini dikarenakan semua orang seperti bisa memiliki media sendiri. Jika untuk memiliki media tradisional seperti televisi, radio, atau koran dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka lain halnya dengan media. Seorang pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan social media dengan jaringan internet bahkan yang aksesnya lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa alat mahal dan dilakukan sendiri tanpa

²⁸Hasab Basri, *Peran Media Sosial Twitter Dalam Interaksi Sosial Pelajar Sekolah Menengah Pertama Di Kota Pekanbaru*, Jom FISIP, Vol. 4, No 2, Oktober 2017, Hlm.7-8

karyawan. Kita sebagai pengguna social media dengan bebas bisa mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai model content lainnya. Media sosial mempunyai ciri-ciri, yaitu sebagai berikut :

- a) Pesan yang di sampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa keberbagai banyak orang contohnya pesan melalui SMS ataupun internet
- b) Pesan yang di sampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu Gatekeeper
- c) Pesan yang di sampaikan cenderung lebih cepat di banding media lainnya
- d) Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi.

2. Karakteristik Media Sosial

a. Jaringan (Network)

Kata “jaringan” *network* bisa dipahami dalam teknologi bidang teknologi seperti ilmu komputer yang berarti infrastruktur yang menghubungkan antara komputer dengan perangkat keras (*hardware*) lainnya. Koneksi ini diperlukan karena komunikasi bisa terjadi jika antar komputer terhubung, termasuk didalamnya perpindahan data.

Media sosial memiliki karakter jaringan sosial. Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet. Namun sebagaimana ditekankan oleh Castells, struktur atau organisasi sosial yang terbentuk di internet berdasarkan jaringan informasi yang pada dasarnya beroperasi berdasarkan teknologi

informasi dalam mikroelektronik. Jaringan yang terbentuk antar pengguna (*user*) merupakan jaringan yang secara teknologi dimensi oleh perangkat teknologi, seperti komputer, telpon genggam, atau tablet.²⁹

b. Informasi (*Information*)

Informasi menjadi entitas yang penting dari media sosial. Sebab tidak seperti media-media lainnya di internet, pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi.

Terdapat 5 karakteristik dasar informasi yakni:³⁰

- 1) Informasi merupakan bahan baku ekonomi.
- 2) Teknologi informasi memberikan pengaruh terhadap masyarakat maupun individu
- 3) Teknologi informasi memberikan kemudahan dalam pengelolaan informasi yang memungkinkan logika jaringan diterapkan dalam institusi maupun proses ekonomi.
- 4) Ketika teknologi informasi dan logika jaringan tersebut diterapkan, memunculkan fleksibilitas yang lebih besar dengan konsekuensi bahwa proses, organisasi, dan lembaga ekonomi dengan mudah dibentuk dan terus-menerus diciptakan
- 5) Teknologi individu telah mengkrucut menjadi suatu sistem yang terpadu.

²⁹ Rulli Nasrullah, *Media Sosial* (Bandung: Simbiosia Rekatama Media, 2015) Hlm, 16

³⁰ *Ibid.*, Hlm, 19

c. Arsip (*Archive*)

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapan pun dan melalui perangkat apa pun. Setiap informasi apa pun yang diunggah di instagram, facebook atau media sosial lainnya, informasi tersebut tidak hilang begitu saja saat pergantian hari, bulan, sampai tahun.³¹

d. Interaksi (*Interavtive*)

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Jaringan ini tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower*) di internet semata, tetapi juga harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut. Secara sederhana interaksi yang terjadi di media sosial minimal terbentuk saling mengomentari atau memberikan tanda, seperti tanda jempol “*like*” di Twitter atau instagram.³²

e. Simulasi (*simulation*) sosial

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat di dunia virtual. Media sosial memiliki keunikan dan pola yang dalam banyak kasus bias berbeda dan tidak dijumpai dalam tatanan masyarakat yang nyata. Misalnya, pengguna media sosial bisa dikatakan sebagai warga negara digital yang berlandaskan keterbukaan tanpa adanya batasan-batasan.

³¹ Ibid., Hlm. 22

³² Ibid., Hlm. 25

Layaknya masyarakat atau negara, di media sosial juga terdapat aturan dan etika yang mengikat penggunanya. Aturan ini bisa dikarenakan perangkat teknologi itu sebagai sebuah mesin yang terhubung secara online atau bisa muncul karena interaksi di antara di media sosial.³³

f. Konten oleh pengguna (*user generated content*)

Karakteristik media sosial lainnya adalah konten oleh pengguna atau lebih populer disebut dengan *User Generated Content* (UGC). Term ini menunjukkan bahwa di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna dan pemilik akun.

UGC merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi. Situasi ini jelas berbeda jika dibandingkan dengan media lama (tradisional) di mana khalayaknya sebatas menjadi objek atau sasaran yang pasif dalam distribusi pesan. media baru, termasuk media sosial menawarkan perangkat atau alat serta teknologi baru yang memungkinkan khalayak (konsumen) untuk mengarsipkan, memberi keterangan, menyesuaikan, dan menyirkulasi ulang konten media.³⁴

g. Penyebaran (*share/sharing*)

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

³³ Ibid., Hlm.28

³⁴ Ibid., hlm. 31

dari media sosial yang menunjukkan bahwa media khalayak aktif menyebarkan konten sekaligus mengembangkannya.

Penyebaran ini terjadi dalam dua jenis. Pertama, melalui konten. Di media sosial, konten tidak hanya diproduksi oleh khalayak pengguna, tetapi juga didistribusikan secara manual oleh pengguna lain. Secara otomatis program yang ada di tiap-tiap *platform* media sosial juga menyebarkan setiap konten yang telah terpublikasi dalam jaringan tersebut.

Kedua, melalui perangkat. Penyebaran melalui perangkat bias dilihat bagaimana teknologi menyediakan fasilitas untuk memperluas jangkauan konten, misalnya tombol ‘*share*’ di youtube yang berfungsi untuk menyebarkan konten video, baik ke *platform* media sosial lainnya maupun media internet lainnya.³⁵

3. Peran Media Sosial

Media sosial merupakan alat promosi bisnis yang efektif karena dapat diakses oleh siapa saja, sehingga jaringan promosi bisa lebih luas. Media sosial menjadi bagian yang sangat diperlukan oleh pemasaran bagi banyak perusahaan dan merupakan salah satu cara terbaik untuk menjangkau pelanggan dan klien. Media sosial seperti blog, facebook, *Twitter*, dan youtube memiliki sejumlah manfaat bagi perusahaan dan lebih cepat dari media konvensional seperti media cetak dan iklan TV, brosur dan selebaran. Media

³⁵ Ibid., hlm. 33

sosial memiliki kelebihan dibandingkan dengan media konvensional, antara lain :

a. Kesederhanaan

Dalam sebuah produksi media konvensional dibutuhkan keterampilan tingkat tinggi dan keterampilan marketing yang unggul. Sedangkan media sosial sangat mudah digunakan, bahkan untuk orang tanpa dasar teknik informasi pun dapat mengaksesnya, yang dibutuhkan hanyalah komputer dan koneksi internet.

b. Membangun hubungan

Sosial media menawarkan kesempatan tak tertandingi untuk berinteraksi dengan pelanggan dan membangun hubungan. Perusahaan mendapatkan sebuah feedback langsung, ide, pengujian dan mengelola layanan pelanggan dengan cepat. Tidak dengan media tradisional yang tidak dapat melakukan hal tersebut, media tradisional hanya melakukan komunikasi satu arah.

c. Jangkauan global

Media tradisional dapat menjangkau secara global tetapi tentu saja dengan biaya sangat mahal dan memakan waktu. Melalui media sosial, bisnis dapat mengkomunikasikan informasi dalam sekejap, terlepas dari lokasi geografis. Media sosial juga memungkinkan untuk menyesuaikan konten anda untuk setiap segmen pasar dan memberikan kesempatan bisnis untuk mengirimkan pesan ke lebih banyak pengguna.

d. Terukur

Dengan sistemtracking yang mudah, pengiriman pesan dapat terukur, sehingga perusahaan langsung dapat mengetahui efektifitas promosi. Tidak demikian dengan media konvensional yang membutuhkan waktu yang lama.

4. Fungsi media sosial

Ketika kita mendefinisikan media sosial sebagai sistem komunikasi maka kita harus mendefinisikan fungsi-fungsi terkait dengan sistem komunikasi, yaitu:³⁶

a. Administrasi

Pengorganisasian profil karyawan perusahaan dalam jaringan sosial yang relevan dan relatif dimana posisi pasar anda sekarang. Pembentukan pelatihan kebijakan media sosial, dan pendidikan untuk semua karyawan pada penggunaan media sosial. Pembentukan sebuah blog organisasi dan integrasi konten dalam masyarakat yang relevan. Riset pasar untuk menemukan dimana pasar anda.

b. Mendengarkan dan belajar

Pembuatan sistem pemantauan untuk mendengar apa yang pasar anda inginkan, apa yang relevan dengan mereka.

c. Berfikir dan perencanaan

Dengan melihat tahap 1 dan 2, bagaimana anda akan tetap didepan pasar dan bagaimana anda berkomunikasi ke pasar. Bagaimana teknologi sosial meningkatkan efisiensi operasional hubungan pasar.

³⁶ Ibid, hlm. 8-9

d. Pengukuran

Menetapkan langkah-langkah efektif sangat penting untuk mengukur apakah metode yang digunakan, isi dibuat dan alat yang anda gunakan efektif dalam meningkatkan posisi dan hubungan pasar anda.

5. Jenis- Jenis Media Sosial

Pembagian jenis-jenis media sosial ada enam kategori, yakni:

- a. Media jejaring sosial (*social networking*)
- b. Jurnal online (*blog*)
- c. Jurnal online sederhana atau mikroblog (*microblog*)
- d. Media berbagi (*media sharing*)
- e. Penanda sosial (*social bookmarking*)
- f. Media konten bersama atau *wiki*

Media berbagi atau media sharing merupakan jenis media yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi media, mulai dari dokumen, film, video, audio, gambar, dan sebagainya. Contoh media berbagi ini adalah YouTube, Flick, Insttagram, WhatsApp.³⁷

C. *Twitter* Sebagai Media Sosial

Twitter ialah Jejaring Sosial yang membatasi penggunaanya untuk mengirim sebuah tweet dengan batas 140 Kata, Tidak lebih. *Twitter* dengan Facebook mempunyai kesamaan dan perbedaan. Kesamaannya ialah *Twitter* dan

³⁷ Arma Dailu palongan, skripsi:” etika komunikasi antara mahasiswa dan dosen di media sosial (studi analisis wacana pada peran whatsapp)” (lampng: UIN Raden Intan Lampung, 2020), Hlm. 21-22

Facebook sama-sama layanan Jejaring Sosial yang berguna untuk saling menghubungkan antara pengguna satu dengan pengguna lainnya.

Perbedaannya ialah Kalau Facebook Membatasi penggunaanya mengirim status facebook hingga 400 kata lebih, tetapi jika *Twitter* hanya membolehkan 140 kata. *Twitter* didirikan dan diresmikan pada tahun 2006 tepatnya pada bulan maret. Didirikan oleh Jack Dorsey. Jejaring Sosial *Twitter* sudah sangat dikenal oleh setiap orang di dunia. Bahkan di Tahun 2014 ini *Twitter* menjadi salah satu dari 5 besar situs yang paling sering dikunjungi oleh banyak orang.

Popularitas *Twitter* sangat meningkat pada tahun 2012, di Tahun 2012 sudah ada 150 juta pengguna aktif di *Twitter*. sejak dicatat. sudah ada Lebih dari 600 juta pengguna *Twitter* di tahun 2014 ini. dikutip dari Wikipedia Pada awal 2013 telah ada 350 juta kicauan atau tweet perharinya. *Twitter* pada saat ini menjadi Jaringan Sosial yang paling banyak digunakan oleh setiap orang. Bisa dibilang *Twitter* menjadi saingan dari Facebook. Dulu Facebook lah yang sangat terkenal dimata orang, namun semenjak kemunculan *Twitter* secara perlahan-lahan *Twitter* lah yang lebih digemari oleh banyak orang. Pendiri *Twitter* yaitu Jack Dorsey ialah seorang mahasiswa yang bersekolah di Universitas New York.

Dahulu *Twitter* belum dibuka untuk Umum, melainkan hanya untuk khusus layanan para karyawan Ordeo. *Twitter* baru dibuka untuk umum pada tahun 2010 sudah ada lebih dari 75.00 aplikasi di *Twitter*. *Twitter* sudah banyak mengubah tampilan jejaring sosialnya mulai dari yang simpel, hingga tampilan yang bagus di tahun 2014 ini. *Twitter* bekerja sama dengan beberapa perusahaan

yang ternama seperti Google, Bing, Yandex dan Perusahaan lainnya. *Twitter* memunculkan banyak fitur baru ketika sudah terkenal di mata penggunanya.

Fitur-fitur yang terdapat di *Twitter* ialah sebagai berikut :

1. Tweet, Fitur Tweet ini ialah fitur utama di *Twitter*. Tweet ialah kicauan, yaitu untuk mengirim dan melihat kicauan setiap pengguna *Twitter*.
2. Following, Fitur Following ialah fitur untuk mengikuti teman atau kerabat di *Twitter*.
3. Followers, fitur yang satu ini adalah fitur untuk melihat siapa yang mengikuti anda di *Twitter*.
4. Bio, fitur bio adalah fitur yang digunakan untuk mengetahui pesan akun *Twitter* ada yang terdapat di profile.
5. Profile, ini juga merupakan fitur utama dari *Twitter* ini fitur untuk melihat avatar *Twitter*.

Twitter sangat memudahkan penggunanya untuk saling menjalin pertemanan dengan pengguna lainnya, Di *Twitter* juga ada Fitur Top Trending yaitu fitur yang memudahkan penggunanya untuk melihat kicauan apa yang paling populer dan paling sering dikicaukan oleh pengguna *Twitter*. *Twitter* pun mempunyai konten Verified Account yaitu konten untuk mendapatkan Lencana Akun Verifikasi Di *Twitter*, tidak sembarangan orang yang dapat mempunyai Lencana Akun Terverifikasi dari *Twitter* untuk akunya. Hanya kalangan selebritis, politikus dan orang-orang yang berpengaruh pada suatu negara serta orang-orang tertentu. Dahulu sejak pertama munculnya *Twitter*. *Twitter*

membuka layanan Verified Account untuk orang biasa, namun sekarang sudah tidak lagi

Logo di *Twitter* juga dari tahun-ketahun sudah berganti 3 kali. Mulai dari di Tahun 2006, 2010 dan 2012. Logo dari *Twitter* sendiri Bernama Larry Bird. *Twitter* sangat amat bergantung dengan Perangkat lunak yang bersumber terbuka.

Halaman utama situs *Twitter* merupakan karangan dari Ruby On Rail. *Twitter* sudah tersedia dalam banyak bahasa, sehingga lebih memudahkan pengguna-pengguna *Twitter*. *Twitter* juga mempunyai keamanan dan privasi, jadi privasi dari pengguna *Twitter* sangat dirahasiakan, *Twitter* juga menyediakan Fitur penguncian akun. Jadi setiap akun yang dikunci oleh penggunanya, maka akun tersebut tidak dapat dilihat oleh siapa pun karena terlindungi.³⁸

D. Pengertian Netizen

Dari gabungan kata Internet dan citizen (warga, penduduk), Netizen adalah pengguna Internet, atau juga disebut-sebut sebagai penghuni yang aktif terlibat di komunitas online di Internet. Aktifitas itu bisa bermacam-macam jenisnya, dari yang sekadar ngobrol dan senang-senang sampai aktivisme yang menuntut perubahan di dunia maya atau bahkan dunia nyata. Ketika internet

³⁸Hasab Basri, *Peran Media Sosial Twitter Dalam Interaksi Sosial Pelajar Sekolah Menengah Pertama Di Kota Pekanbaru*, Jom FISIP, Vol. 4, No 2, Oktober 2017, Hlm.10-11

sedang mulai naik daun di pertengahan 1990-an, penulis dan salah satu pelopor Internet Michael F. Hauben mengungkapkan idenya tentang para pengguna Internet di tulisannya, "The Net and Netiens: The Impact the Net Has on People's Lives". Di paragraf pertamanya:

“Selamat datang di abad ke-21. Anda adalah seorang Netizen (seorang penduduk Net) dan anda hadir sebagai warga di dunia ini, semua karena konektifitas global yang bisa diwujudkan oleh Net. Anda memandang semua orang sebagai warga senegara anda. Secara fisik mungkin anda sedang hidup di satu negara, tapi anda sedang berhubungan dengan sebagian besar dunia melalui jaringan komputer global. Secara virtual, anda hidup bersebelahan dengan setiap Netizen di seluruh dunia. Perpisahan secara geografis sekarang diganti dengan keberadaan di dunia virtual yang sama." Karena tulisannya ia diberi julukan sebagai pelopor istilah netizen, yang pada akhirnya populer digunakan sampai saat ini.

Netizen juga manusia. Mereka berkomunikasi, mencari dan berbagi hiburan dan Informasi apapun, dan berbagai macam aktifitas lainnya yang juga ada di dunia nyata. Bebasnya dunia maya juga memberi keleluasaan bagi penduduk di dalamnya untuk menyuarakan pendapat dan idenya.

Banyak sekali fasilitas-fasilitas di 'negara' yang bernama Internet ini untuk memudahkan warganya berpendapat dan bereskpresi secara bebas. Ada banyak media seperti sosial media, blog, situs sharing video, dan tempat sharing lainnya yang bisa digunakan oleh para Netizen. Kabar-kabar viral pun juga berkat peran para Netizen.

Oleh karena itu para Netizen ingin tetap menjaga kebebasan dan keterbukaan yang ada di Internet. Itulah sebabnya kenapa ketika pemerintah ingin meregulasi dan mengatur Internet, Netizen dengan keras menentang dan menolak rencana itu.

Dulu Amerika hampir mewujudkannya dengan rancangan undang-undang SOPA dan PIPA, dengan dalih memberantas konten bajakan. Tapi Netizen tetaplah jeli. Rancangan tersebut dapat mengancam kebebasan gerak para Netizen. Setelah kampanye besar-besaran yang dilakukan Netizen di Internet dan dunia nyata, SOPA dan PIPA pun dibatalkan.³⁹

³⁹ <https://www.kompasiana.com/irazzam>, diakses pada tanggal 12 februari 2022, di curup

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, yang dimaksud dengan penelitian kualitatif adalah penelitian yang tidak mengadakan perhitungan atau juga dengan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai atau diperoleh dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara-cara lain dari kuantifikasi.⁴⁰

Menurut Sukmadinata dasar penelitian kualitatif adalah konstruktivisme yang berasumsi bahwa kenyataan itu berdimensi jamak, interaktif dan suatu pertukaran pengalaman sosial yang diinterpretasikan oleh setiap individu. Peneliti kualitatif percaya bahwa kebenaran adalah dinamis dan dapat ditemukan hanya melalui penelaahan terhadap orang-orang melalui interaksinya dengan situasi sosial mereka.

Penelitian kualitatif mengkaji perspektif partisipan dengan strategi-strategi yang bersifat interaktif dan fleksibel. Penelitian kualitatif ditunjukkan untuk memahami fenomena-fenomena sosial dari sudut pandang partisipan. Dengan demikian arti atau pengertian kualitatif tersebut adalah penelitian

⁴⁰ Jalaludin Rahkmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2004, Hlm. 24

yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah dimana peneliti merupakan instrumen kunci.⁴¹

Dalam penelitian kualitatif, karena permasalahan yang dibawa oleh peneliti bersifat sementara, maka teori yang digunakan dalam penyusunan proposal penelitian juga masih bersifat sementara, dan akan berkembang setelah peneliti memasuki lapangan atau konteks soaial. Dalam kaitannya dengan teori, jika dalam penelitian kuantitatif itu bersifat menguji hipotesis atau teori, sedangkan dalam penelitian kualitatif bersifat menemukan teori.⁴²

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif, yang dimaksud dengan deskriptif adalah berasal dari istilah bahasa inggris “to describe” yang berarti memaparkan atau menggambarkan suatu hal, misalnya keadaan, kondisi, situasi, peristiwa, kegiatan dan lain-lain dengan demikian penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian.⁴³

B. Sumber Data

Salah satu pertimbangan dalam memilih masalah penelitian adalah adanya sumber data. Sumber data adalah asal muasal data yang ada. Terdapat dua sumber data, yaitu data primer dan data sekunder.

⁴² Sugiyono, *Penelitian Metode Kualitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2011). Hlm 13

⁴³ Zed Mestika, *Metode Penelitian Kepustakaan*, (Jakarta: Yayasan Bogor Indonesia), hlm. 3

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan berdasarkan interaksi langsung antara pengumpul dan sumber data. Data primer didapat langsung peneliti dari sumbernya melalui Ustadz Hilmi Firdausi dalam akun *Twitter* dan juga komentar netizen pada akun *Twitter* Ustadz firdausi . Contohnya pengumpulan data primer adalah survei.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak kedua, baik berupa orang maupun catatan. Data sekunder biasanya telah dikumpulkan oleh pihak lain. Contohnya data sekunder adalah buku, jurnal, laporan, buletin, majalah yang sifatnya dokumentasi.⁴⁴

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan dokumentasi:

1. Metode observasi

Metode observasi adalah suatu kegiatan pengamatan terhadap suatu obyek atau orang lain. Dalam metode ini pihak pengamat melakukan pengamatan dan pengukuran dengan teliti terhadap obyek yang diamati, kemudian dicatat secara cermat dan sistematis terhadap etika komunikasi netizen di akun twitter ustadz hilmi firdausi.

2. Metode Dokumentasi

⁴⁴ Arma Dailu palongan, skripsi:” etika komunikasi antara mahasiswa dan dosen di media sosial (studi analisis wacana pada peran whatsapp)” (lampng: UIN Raden Intan Lampung, 2020), Hlm. 9

Metode dokumentasi yaitu bertujuan untuk menggali data-data dan digunakan dalam berbagai metode pengumpulan data. Dokumen dalam arti yang luas meliputi, foto, *screenshot*, dan sebagainya. Hal itu untuk mendapatkan dan mendukung data. Data ini dapat digunakan untuk mendapatkan data tentang Etika Komunikasi Di Media Sosial Twitter Pada Akun Twitter Ustadz Hilmi Firdausi.

D. Analisis Data

Penelitian ini menggunakan model analisis interaktif dari Miles dan Huberman. Model interaktif ini terdiri dari tiga hal utama yaitu: (1) reduksi data (2) penyajian data (3) penarikan kesimpulan atau verifikasi.

Ketiga kegiatan tersebut merupakan kegiatan yang saling berhubungan pada saat sebelum, selama, dan sesudah pengumpulan data dalam bentuk yang sejajar untuk membangun wawasan umum yang disebut analisis.⁴⁵

Berikut ini merupakan proses dalam model analisis interaktif Miles dan Huberman.

1. Reduksi data

Reduksi data dapat diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian dan penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan yang tertulis dari lapangan. Reduksi data berlangsung secara terus menerus sejalan dengan pelaksanaan penelitian berlangsung.

⁴⁵ Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Sosial* (Yogyakarta: Erlangga, 2009), Hlm. 86

Tahapan reduksi data dapat diartikan sebagai pemilihan, pemusatan perhatian tentang bagian data mana yang dikode, dibuang, pola-pola mana yang meringkas sejumlah bagian yang tersebut, cerita-cerita apa yang berkembang, merupakan pilihan-pilihan analitis. Dengan begitu proses reduksi data dimaksudkan untuk lebih menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang bagian data yang tidak diperlukan, serta mengorganisasi data sehingga mudah untuk dilakukan penarikan kesimpulan yang kemudian akan dilanjutkan dengan proses verifikasi.⁴⁶

2. Display data

Langkah berikutnya setelah proses reduksi data berlangsung adalah penyajian data, yang dimaknai oleh Miles dan Huberman sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

Kegiatan reduksi data dan proses penyajian adalah aktivitas yang terkait langsung dengan proses analisis data model interaktif. Dengan begitu, kedua proses ini pun berlangsung selama proses penelitian ini berlangsung dan belum berakhir sebelum laporan hasil akhir penelitian disusun.⁴⁷

3. Verifikasi dan Penarikan Kesimpulan

Tahap akhir proses pengumpulan data adalah verifikasi dan penarikan kesimpulan, yang dimaknai sebagai penarikan arti data yang telah ditampilkan. Beberapa cara yang dapat dilakukan dalam proses ini adalah

⁴⁶ Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Sosial* (Yogyakarta: Erlangga, 2009), Hlm. 148

⁴⁷ *Ibid*, hlm. 150

dengan melakukan pencataan untuk pola-pola dan tema yang sama, pengelompokan, dan pencarian kasus-kasus negatif (kasus khas, berbeda, mungkin pula menyimpang dari kebiasaan yang ada di masyarakat).⁴⁸

E. Subjek Penelitian

Subjek yang peneliti amati dalam penelitian ini adalah netizen yang ada di sosial media *Twitter*. Penelitian ini digunakan untuk memperoleh data mengenai Etika Komunikasi Netizen *Twitter* Pada Akun *Twitter* Ustadz Hilmi Firdausi, dalam pembentukan cara beretika komunikasi yang baik.

⁴⁸ Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Sosial* (Yogyakarta: Erlangga, 2009), Hlm. 151

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Akun Twitter Ustadz Hilmi Firdausi

Akun twitter ustadz Hilmi Firdausi merupakan akun pribadinya dengan nama @hilmi28, yang sekarang sudah memiliki pengikut sebanyak 492.800 pengikut di akun twitter pribadinya. Awal mula ustadz Hilmi bergabung ditwitter pada bulan Agustus 2009. Ustadz Hilmi Firdausi adalah salah satu ustadz yang konsisten membahas isu-isu nasional baik itu ke pemerintah maupun isu nasional lainnya. Dan juga ustadz hilmi kerap membagikan postingan-postingan atau cuitan-cuitan mengenai dakwah diakun twitter nya.

Diprofil twitternya sang ustadz menulis bahwa ia merupakan seorang Da'i, penulis, pengusaha muslim, owner daarul fiki group, pengasuh PPA yatim dhuafa baitul Qur'an assa'adah.

Gambar 4.1 (profil usradz hilmi firdausi)



B. Hasil Penelitian Etika Komunikasi Netizen Di Media Sosial Twitter Pada Akun Ustadz Hilmi Firdausi

1. Memberikan Masukan Yang Positif

Sebagai netizen yang baik kita dapat memberikan komentar atau saran yang positif di masyarakat maupun di media manapun. Dengan memberikan kritik yang membangun dan tidak menghakimi atau menyakiti hati seorang dengan kalimat kita. Alangkah baiknya kita menggunakan kalimat yang baik dan benar.

Etika dalam perkembangan sangat mempengaruhi kehidupan manusia. Etika memberi manusia orientasi bagaimana ia menjalani kehidupan melalui rangkaian tindakan sehari-hari. Itu berarti etika membantu manusia untuk mengambil sikap dan bertindak secara tepat dalam menjalani hidup ini. Etika pada akhirnya membantu kita untuk mengambil keputusan tentang tindakan apa yang perlu kita pahami bersama bahwa etika ini dapat dibagi menjadi beberapa bagian sesuai dengan aspek atau sisi kehidupan manusianya.

Salah satu hal yang peneliti temukan mengenai netizen yang memberikan masukan positif pada akun ustadz hilmi firdausi yaitu sebagai berikut ini:



Gambar 4.2 (komentar netizen di akun @hilmi28)

2. Mengetahui dampak dari tindakan

Netizen harus mengetahui dampak dari tindakan atau komentar yang diberikan. Komentar yang positif bersifat tidak menghakimi dan mengadili orang tersebut. Orang yang memberikan komentar negatif harus mengetahui peraturan atau landasan hukum yang berlaku di Indonesia.

Ada undang-undang mengenai etika dalam 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 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 di proses secara hukum.

Pada akun ustadz hilmi banyak sekali komentar netizen yang kurang beretika saat memberikan komentar seperti berikut ini:



Gambar 4.3



Gambar 4.4

(komentar netizen pada akun @hilmi28)

3. Melakukan riset

Sebelum memberikan komentar kita sebagai netizen wajib melakukan riset terhadap orang yang ingin dikomentari. Mulai melihat dari latar belakangnya hingga melihat jejak rekam orang tersebut tanpa membuat asumsi pribadi. Banyak dari netizen ketika memberikan komentar mereka tidak berfikir terlebih dahulu kata-kata yang mereka tulis dikolom komentar maupun itu komentar negatif atau komentar positif. Maka dari itu kita harus lebih hati-hati dan kita bisa lihat dulu siapa yang kita berikan komentar itu, apakah seorang tokoh publik, politikus, maupun ulama sehingga pantas atau tidak kah seorang itu diberikan komentar cacian atau ujaran kebencian.

4. Bijak melakukan media sosial

Netizen yang baik wajib menjadi bijak dalam menggunakan media sosial. Media sosial digunakan untuk mencari informasi dengan mudah memanfaatkan media sosial dengan baik dan menjadikan wadah media sosial menjadi positif. Netizen yang bijak tentu mereka paham mana yang

harus diberikan komentar negatif atau positif bahkan netizen yang bijak tidak akan menuliskan komentar buruk sekalipun itu hanya membuang-buang waktu, dan netizen yang bijak dalam menggunakan media sosial tidak mudah terprovokasi dengan berita-berita hangat yang sedang terjadi dan juga tidak mudah termakan Hoax (berita palsu).

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Pada hasil penelitian diatas, peneliti telah menemukan berepa etika komunikasi netizen pada akun twitter ustadz hilmi firdausi, selanjutnya peneliti akan membahas hasil penelitian tersebut.

1. Memberikan masukan yang positif

Setiap orang sebenarnya membutuhkan komentar yang membangun namun tidak semua orang tahu bagaimana cara memberikan saran yang baik agar diterima orang lain, sering kali memberi komentar disalah artikan sbagai kritik yang menjatuhkan, padahal tidak semua hal itu sepenuhnya benar. Maka dari itu kuncinya adalah penyampaian agar apa yang diberikan dapat diterima baik oleh orang lain.

Walaupun niatnya baik untuk memberi komentar dan mengingatkan, namun hal tersebut bisa menjadi buruk jika kamu tidak mempertimbangkan hal-hal tertentu saat menyampaikannya. Sensitivitas orang juga beragam, hal inilah yang menyebabkan komentar-komentar tidak baik mudah dipahami dan diterima begitu saja.

2. Mengetahui dampak dari tindakan

Pengguna media sosial dalam frekwensi tinggi yang kemudian menjadikan kita sebagai netizen yang gemar menebar komentar baik komentar positif maupun komentar negatif. Dampak positifnya adalah netizen mampu untuk mengekspresikan apa yang dirasakan dan berani menyuarakan pendapatnya di ruang publik. Akan tetapi dampak negatifnya adalah membuat netizen seringkali mengumbar komentar jahat yang merugikan orang lain. Tidak jarang netizen yang kehilangan etika dan attitude dalam menyampaikan pendapatnya sehingga sering kali menyakiti hati orang lain dan dapat merusak mental seseorang.

3. Melakukan riset

Sebelum memberikan komentar yang negatif, kita sebagai netizen harus mengetahui tentang hal yang sebenarnya, misalnya mengecek kebenaran tersebut dengan mencari informasi melalui google, berita, atau artikel. Jika tidak ditemukan hal yang menyangkut maka kita sebaiknya tidak memberikan komentar negatif yang dapat merugikan orang lain.

4. Bijak melakukan sosial media

Media sosial dapat menjangkau banyak orang diberbagai daerah bahkan antar negara, ada baiknya kita sebagai netizen untuk menebarkan berbagai macam manfaat. Dalam berkomentar pun jika memiliki kata-kata

yang buruk dibandingkan yang bermanfaat, lebih baik kita tidak perlu mengomentari apapun yang membuat orang lain tersinggung.⁴⁹

Dalam pergaulan hidup bermasyarakat, bernegara hingga pergaulan hidup tingkat internasional diperlakukan suatu sistem yang mengatur bagaimana seharusnya manusia bergaul. Sistem pergaulan manusia tersebut menjadi saling menghormati dan dikenal dengan sopan santun, tata krama, protokoler dan lain-lain. Maksud edoman pergaulan tidak lain untuk menjaga kepentingan masing-masing yang terlibat agar mereka senang, tenang, tentram, terlindung tanpa merugikan kepentingannya serta terjamin agar perbuatannya yang tengah dijalankan sesuai dengan adat kebiasaan yang berlaku dan tidak bertentangan dengan hak-hak asasi umumnya. Hal itulah yang mendasari tumbuh kembangnya etika di masyarakat kita.

Berikut beberapa komentar yang peneliti temukan mengenai etika komunikasi netizen di media sosial pada akun Ustadz Hilmi Firdausi sebagai berikut:

Gambar 4.5 (komentar pada akun @Hilmi28)



Gambar 4.6 (komentar pada akun @Hilmi28)



⁴⁹ Maya Sandra Rosita, "Etika Komunikasi di Media Sosial", *Journal of Islamic Education*, Vol 3, No 1, Januari 2019, Hlm, 146. Diakses

Gambar 4.7 (komentar netizen pada akun @Hilmi28)



Berdasarkan hasil temuan peneliti pada gambar diatas sudah sudah dapat disimpulkan bahwa komentar yang ditulis oleh netizen pada kolom komentar akun ustadz Hilmi Firdausi di akun *Twitter* nya itu merupakan hal yang sangat tidak sopan untuk dikatakan. Kita sebagai makhluk sosial tentu paham bahwa etika termasuk hal mendasar dalam kehidupan manusia, terutama sebagai orang indonesia yang sejak kecil sudah diajari adab, sopan santun, tata krama, dan adat kebiasaan. Etika sendiri merupakan cabang utama ilmu filsafat yang mempelajari tentang nilai-nilai mengenai benar, salah, buruk, dan tanggung jawab yang menjadi standar dan penilaian moral dalam masyarakat.

Beberapa etika dan etiket dalam berkomunikasi sehari-hari antara lain berbahasa yang baik, eamah dan sopan, berinisiatif sebagai pembuka dialog, menggunakan panggilan atau sebutan otang yang baik, bertingkah laku yang baik atau ramah, lapang dada dalam berkomunikasi, bersikap dewasa tidak

kekanak-kanakan, menempatkan diri dan menyesuaikan gaya komunikasi sesuai dengan karakteristik lawan bicara, menggunakan volume, nada, intonasi suara serta kecepatan bicara yang baik, menggunakan komunikasi nonverbal yang baik sesuai budaya yang berlaku seperti berjabat tangan, merunduk, hormat, menerima segala perbedaan pendapat atau perselisihan.⁵⁰

Gaya bahasa pada masing-masing akun hampir sama, baik itu untuk mengomentari akun dari publik figur artis, presiden maupun ulama. Netizen akan memberikan pujian yang berlebihan pada sesuatu yang mereka sukai, akan tetapi memberikan umpatan yang kasar pada akun yang tidak mereka sukai. Bahkan tidak jarang terjadi *bullying* pasca sesuatu yang buruk terjadi dan sedang viral. Komunikasi akan lebih positif jika para peserta komunikasi mengetahui dan menguasai teknik berkomunikasi yang baik dan beretika. Etika berkomunikasi tidak hanya berkaitan dengan tutur kata yang baik, tetapi juga harus berangkat dari niat tulus yang diekspresikan dari ketenangan, kesabaran dan empati kita dalam berkomunikasi. bentuk komunikasi yang demikian akan menghasilkan komunikasi dua arah yang bercirikan penghargaan, perhatian dan dukungan secara timbal balik dari pihak-pihak yang berkomunikasi.⁵¹

D. Hasil Penelitian Feedback Ustadz Hilmi Firdausi Terhadap Etika

Komunikasi Netizen Di Akun *Twitter* Pribadinya

1. Harus bersikap objektif dan tidak emosional

⁵⁰ Dr. Adie E. Yusuf “*Etiket Berkomunikasi*” Binus University Character Development Center, 20 April 2021, Diakses Pada 29 Maret 2022 Jam 14.45

⁵¹ Ibid., hlm 147

Peneliti menemukan bahwa feedback yang dapat dilakukan yaitu bersikap objektif dan tidak emosional ini sangat penting untuk seorang pemimpin atau seperti ustadz hilmi saat berhadapan dengan sebuah kesalahan besar yang dibuat. Pemimpin harus bisa meluangkan waktu menenangkan diri, mengevaluasi situasi, dan memilih kata dengan hati-hati. Seperti halnya cuitan yang dibuat di akun twitter ustadz hilmi firdausi sebagaimana berikut ini:



Gambar 4.8 (postingan ustadz Hilmi di akun twitternya)

Dalam postingan tersebut ustadz hilmi membenarkan maksud dari postingan sebelumnya mengenai isu rendang babi yang dibahas di twitter pribadinya. Awal mula ustadz Hilmi memforward kiriman foto yang menunjukan seolah ada sebuah rumah makan padang yang menjual nasi rendang babi. Kirimannya itu membuat orang lain heboh dan ikut berkomentar merasakan keresahannya. Maksud dari gambar 4.8 disana bahwasannya ustadz himi menjelaskan bahwa bukan dia yang memberikan

komentar negatif melaikan netien sendiri, dan juga sang ustadz menanggapinya tidak secara emosional.

2. Berikan feedback secara seimbang dan tegaskan perilaku positif yang diinginkan

Memberikan feedback secara seimbang dan tegaskan perilaku positif yang diinginkan yaitu sebagai seorang ulama yang memiliki follower banyak tentu tidak semua bisa menyukai semua pengikut yang ada dalam tim dan konflik kepribadian sangat wajar dalam interaksi manusia. jangan membiarkan perasaan dan preferensi pribadi mengaburkan penilaian kita untuk menyerang seseorang, pastikan feedback yang kita berikan dirancang untuk membawa perubahan positif dan tidak pernah digunakan untuk menimbulkan luka. Seperti postingan ustadz hilmi dia membuat cuitan positif mengenai dirinya yang selalu dihujat oleh netizen :



Gambar 4.9 (postingan diakun ustdaz hilmi firdausi)

Postingan diatas menjelaskan bahwa “ketika banyak orang membenci kita padahal kita sudah berbuat baik tenang saja selalu ingat bahwa hanya

pohon yang buahnya manis yang dilempari batu”.⁵² potingannya bermaksud sama seperti bahwa seberapa kuat kita berupaya menjadi orang yang baik pasti saja ada orang yang akhirnya akan membenci kita.

3. Saat memberikan *feedback* negatif, pastikan memberikan saran positif.

Memberikan *feedback* negatif sangat bermanfaat untuk pertumbuhan semua orang yang dipimpin, hal yang tidak diperhatikan adalah memberikan *feedback* negatif tanpa memberikan saran untuk tindakan perbaikan dapat membuat orang lain putus asa, sebagai pemimpin tentunya harus memiliki saran yang positif setelah memberikan *feedback* negatif agar orang lain dapat memperbaiki diri mereka dimasa depan.

Peneliti menemukan postingan di akun twitter milik ustadz hilmi firdausi seperti gambar dibawah ini:



Gambar 4.10 (postingan ustdaz hilmi firdausi)

Pada postingannya dia menunjukan cuitan itu untuk politisi untuk tidak mengambil simpati rakyat dan bersaing secara sehat, tujukan prestasi jangan gunakan buzzer untuk memfitnah, menjatuhkan lawan, apalagi

⁵² <https://twitter.com/Hilmi28>, diakses pada 22 Juni 2022, jam 14.45 di Kepahiang

menggunakan demo, dapat dijelaskan maksudnya potingan itu sebuah sindirian untuk politisi namun diakhir kata dia menulis “selamat berkompetisi sehat menuju 2024”⁵³ katanya itu menunjukan suatu kalimat positif juga sebagai penyemangat.

E. Pembahasan hasil penelitian Feedback Ustadz Hilmi Firdausi Terhadap Etika Komunikasi Netizen Di Akun Twitter Pribadinya

Pada hasil penelitian diatas, peneliti telah menemukan *Feedback* Ustadz Hilmi Firdausi Terhadap Etika Komunikasi Netizen Di Akun Twitter Pribadinya selanjutnya peneliti akan membahas hasil penelitian tersebut.

1. Bersikap objektif dan tidak emosional

Bersikap objektif adalah sikap yang lebih pasti, bisa diyakini keabshannya, tapi juga bisa melibatkan nya. Sikap objektif adalah suatu sikap yang dimiliki oleh seorang peneliti. Objektif ini diartikan sebagai sebuah sikap yang harus mampu memisahkan antara fakta dan pendapat pribadi. Sedangkan tidak emosional adalah tidak memiliki emosi yang akan dikendalikan.⁵⁴

Dalam proses penelitian ini ustdaz hilmi Ustadz Hilmi Firdausi merupakan sosok yang kerap melontarkan kritik kepada pemerintah, melalui media sosialnya, khususnya Twitter Ustadz Hilmi Firdausi membuat postingan yang membela dirinya bahwa dia tidak mengatakan komentar negatif seperti “ dasar komunis pengecut” sehingga, hal ini membuat Ustadz

⁵³ <https://twitter.com/Hilmi28>, diakses pada 22 Juni 2022, jam 14.45 di Kepahiang

Hilmi Firdausi sering mendapat serangan dari orang-orang yang tidak menyukai Ustadz Hilmi Firdausi yang datang dari berbagai pihak salah satunya dari Netizen.

2. Berikan feedback secara seimbang dan tegaskan perilaku positif yang diinginkan.

Feedback atau umpan balik dalam bahasa Indonesia adalah alat yang efektif untuk memotivasi, menunjukkan kepedulian kita terhadap sesuatu, mendorong interaksi positif, sehingga akan mendorong interaksi yang positif, sehingga mendorong pada perbaikan. Situasi terjadinya *feedback* bisa sederhana ketika kita berada dalam situasi santai seperti saat berpapasan kemudian memberikan komentar.

Proses penelitian ini ustadz hilmi menjelaskan bahwa tidak apa-apa jika banyak yang membencinya walaupun itu sudah dia perlakukan baik karena hanya pohon yang buahnya manis akan dilempari batu. Namun ustadz hilmi menanggapi hal tersebut dengan santai dan penuh candaan.

3. Saat memberikan feedback negatif, pastikan memberikan saran positif.

Pada kehidupan sehari-hari, kita pasti sudah sering memberi *feedback* maupun yang diberikan *feedback*. *Feedback* bisa menjadi sangat sulit untuk keduanya ketika dilakukan dengan tidak tepat. Dari pengalaman dan hasil peneliti, *feedback* akan menjadi sulit bagi pemberi *feedback* ketika yang harus disampaikan adalah hal mungkin tidak menyenangkan atau hal-hal yang kurang positif. Perlu situasi yang tepat sehingga menciptakan situasi yang menyenangkan.

Pembahasan dari penelitian ini menjelaskan ustadz Hilmi juga menuturkan bahwa persaingan sehat bisa ditunjukkan dengan sebuah prestasi. Bukannya malah memperbanyak buzzer untuk menebar isu-isu yang belum pasti kebenarannya hanya karena ingin menjatuhkan salah satu lawan. Ustadz Hilmi menerangkan bahwa pada kondisi sekarang masyarakat sudah lebih pintar dalam mengolah informasi dan mulai bisa membaca gerak-gerik dari para politisi.⁵⁵

Ada beberapa masalah yang ditanggapi ustadz Hilmi di akun *Twitter*nya mengenai isu-isu yang sedang viral di kalangan masyarakat seperti masalah politik, sosial, ekonomi dan lain-lainnya sebagai berikut ini:

1. Tanggapan Tentang Kenaikan Minyak Goreng



Gambar 4.11 (Cuitan Ustadz Hilmi Tentang Minyak Goreng)

Beberapa waktu yang lalu tepat pada hari minggu 20 februari 2022 ustadz Hilmi firdausi ikut tanggapinya kelangkaan minyak goreng, meskipun demikian, ustadz Hilmi menanggapi kelangkaan minyak goreng dengan gurauan sekaligus menyindir buzzer. Menurut ustadz Hilmi Firdausi, kelangkaan minyak goreng terjadi karena buzzer suka sekali menggoreng.

⁵⁵ <https://seputar tangsel.com>, diakses pada rabu 22 juni 2022 jam 11.00, di Kepahiang

”kenapa minyak goreng langka? Karena memang banyak buzzer di negeri ini suka menggoreng. Apalagi kalau itu menyangkut tokoh Islam yang “kepeleset” sindir ustadz Hilmi pada akun Twitternya.⁵⁶

2. Tanggapan Tentang Menikah Beda Agama



Gambar 4.12 (Cuitan Ustadz Tentang Menikah Beda Agama)

Ustadz Hilmi Firdausi ikut buka suara terkait viralnya foto dan video tiktok yang menampilkan pernikahan beda agama. Menurutnya, hukum pernikahan beda agama sudah jelas dan bahkan MUI telah mengeluarkan fatwa haram. Dalam cuitannya ustadz Hilmi menjelaskan: *“yang bilang boleh menikah beda agama karena Rasulullah membolehkan putrinya menikah dengan laki-laki yang beda agama sama saja dengan bilang puasa ga wajib karena Khadijah RA tidak pernah puasa Ramadhan sampai akhir hayatnya.⁵⁷ Ya iyalah, kan syarat puasa Ramadhan baru turun tahun ke 2 Hijrah.”* Lalu ada lagi cuitannya yang berisi seperti ini : *“dulu orang berdebat masalah iktikaf dalam adama, banyak pendapat ulama lintas mazhab dikeluarkan, begizi, sehat dan penuh hikmah. Sekarang ada orang malah mengutak atik hal yang fial seperti nikah beda agama, hijab sampai masalah kesyirikan. Isi debatnya hanya pakai logika sendiri dan berujung*

⁵⁶ <https://twitter.com/Hilmi28>, diakses pada 12 Maret 2022, jam 14.45 di Curup

⁵⁷ <https://twitter.com/Hilmi28>, diakses pada Kamis 24 Maret 2022, jam 10.25 di Curup

caci maki".⁵⁸ Belakangan ini dunia maya dihebohkan dengan foto yang memperlihatkan prosesi pernikahan beda agama disebuah Greja di kota Semarang, dalam foto yang viral, pengantin pria mengenakan pakaian jas hitam lengkap dengan dasinya. Sementara pengantin perempuan mengenakan hijab dan busana muslim putih.⁵⁹ Hal ini lah yang membuat ustadz Hilmi Firdausi ikut buka suara di akun *Twitternya*.

3. Tanggapi Tentang Logo Baru Halal

Beberapa minggu yang lalu sempat ramai mengenai pergantiannya logo Halal yang baru yang ditetapkan Kementerian Agama (Kemenag) RI banyak sekali masyarakat yang tidak setuju oleh logo baru tersebut, ustadz Hilmi tidak banyak komentar namun sang ustadz membuat poling, dia ingin netizen berpendapat, lebih cocok logo Halal yang baru atau yang lama. *"kalau saya saya komen tentang logo halal yang baru nanti dibilang nyinyir ya sudahlah saya buat poling saja kalau begitu"* ditulis pada akun twiteer pribadinya pada tanggal 13 Maret 2022. ⁶⁰ *Menurut teman-teman, mana yg lebih cocok digunakan sebagai logo halal di Indonesia? 24 jam aja yaaa...silahkan diramaikan plus komen alasannya..."* ditambahkan pada cuitannya.

Poling ustadz Hilmi yang sudah berjalan 2 jam tersebut di isi lebih dari 4 ribu koresponden, sampai berita ini diturunkan 96% netizen memilih logo Halal yang lama. Di kolom komentar, netizen memberikan berbagai

⁵⁸ <https://twitter.com/Hilmi28>, diakses pada Kamis 24 Maret 2022, jam 14.45 di Curup

⁵⁹ <https://populis.id/read1208/viral-nikah-beda-agama>. Diakses Pada Jumat 8 April 2022, jam 15.00, Di Curup

⁶⁰ <https://twitter.com/Hilmi28>, diakses pada jumat 8 April 2022, jam 15.20 di Curup

pernyataan seputar logo halal baru yang dikeluarkan oleh Kemenag. Ada netizen menilai, logo baru dinilai sebagai upaya menghilangkan segala hal yang berbau Arab.⁶¹

4. Tanggapi Tentang Gerakan Baca Al-Qur'an Di Maliboro

Netizen saat ini ramai memperbincangkan Gerakan Membaca Al Quran di Malioboro yang diselenggarakan oleh Badan Waqaf Al Quran. Hal itu menjadi Pro dan kontra menanggapi Gerakan Membaca Al Quran di Malioboro tersebut. Banyak yang menilainya sebagai tindakan riya dan mengganggu area wisata terkenal tersebut. Namun, ada juga yang membelanya sebagai syiar Islam.⁶²

Ustadz Hilmi ikut menanggapi gerakan membaca Al-Qur'an di Malioboro Menurut Ustadz Hilmi , *“Membaca Al Quran bisa dibaca di mana saja. Hal tersebut bukan riya dan baik untuk masyarakat yang religius. Saya sendiri sering kali baca Qur'an di pesawat utk mengisi waktu berjam2 agar tdk terbuang”*⁶³ungkapannya itu terdapat di cuitan Twitter akun priadi Ustadz Hilmi pada Sabtu 2 April 2022. *“Ini baik utk individu, jg baik utk lingkungan masyarakat kita yang katanya religius. Ini bukan riya tapi syiar,”*⁶⁴

Gerakan Membaca Al Quran di Malioboro sendiri sudah berlangsung pada Minggu, 27 Maret 2022. Penyelenggaraannya merupakan rangkaian acara dalam menyambut Ramadhan yang di dalamnya ada juga membaca

⁶¹ <https://seputartangsel.pikiran-rakyat.com/nasional>. Diakses pada tanggal 06 April 2022 jam 09.45 di Curup

⁶² Ibid., diakses pada Sabtu tanggal 06 April 2022 jam 08.20 di Curup

⁶³ <https://twitter.com/Hilmi28>, diakses pada 06 April 2022, jam 10.25 di Curup

⁶⁴ Ibid.,

shalawat dan pertunjukkan wayang. Meskipun demikian, Pemerintah Kota Yogyakarta dalam hal ini diwakili Unit Pelaksana Teknis (UPT) Kawasan Cagar Budaya Malioboro menyebut penyelenggara tidak meminta izin untuk acaranya.⁶⁵

5. Tanggapi Tentang Pawang Hujan Motto Gp Mandalika

Ajang balap MotoGP yang diselenggarakan di Sirkuit Mandalika, NTB meninggalkan banyak cerita. Tetapi yang paling ramai mendapat sorotan dan viral adalah aksi pawang hujan dalam rangkaian perhelatan perlombaan MotoGP Mandalika pada 18 hingga 20 Maret 2022. Aksi pawang hujan pada pagelaran perlombaan MotoGP di Tanah Air mendapat sorotan tajam baik dari pihak yang pro hingga pihak yang kontra.

Menanggapi hal itu Ustadz Hilmi Firdausi turut memberikan komentarnya terkait fenomena yang menghebohkan tersebut. Menurutnya, kejadian pawang hujan tersebut menyatakan bahwa negeri ini sedang darurat aqidah. Melalui akun Twitternya di @Hilmi28, Ia mempertanyakan mengapa masih ada orang yang membandingkan aktivitas Rasulullah sama dengan aktivitas pawang hujan.⁶⁶

*"Astaghfirullah, ini sama saja menyamakan jomblo yang ikhtiar minta jodoh lewat berdoa dan jomblo yang datang ke dukun pelet,"*⁶⁷ tulis akun @hilmi28 yang diunggah 22 Maret 2022. Cuitan ustadz Hilmi mendapat

⁶⁵ <https://seputartangsel.pikiran-rakyat.com/nasional>. Diakses pada Senin 04 April 2022 jam 11.35, di Curup

⁶⁶ <https://www.bantenraya.com/nasional>, diakses pada Senin 04 April 2022, jam 11.00 di Curup

⁶⁷ <https://twitter.com/Hilmi28>, diakses pada Senin 04 April 2022, jam 11.00 di Curup

balasan dari para netizen di Twitter. Ada yang mendukung Hilmi Firdausi untuk terus semangat menebarkan dakwah. Dari yang lain sangat menyayangkan bahwa Islam terus dibenturkan dengan budaya.

6. Tanggapi Tentang Sedekah Saat Ramadhan

Ustadz hilmi firdausi memberikan saran di momentum ramadhan ini untuk berbagi ke sesama. Momentum ramadhan menjadi momentum yang paling disukai oleh umat Islam untuk bersedekah, karena pahala yang dijanjikan Allah SWT begitu besar dan berlipat-lipat. Melalui cuitannya, ustadz Hilmi menyampaikan saran, jika umat Muslim hendak membeli makanan saat sahur atau berbuka, ia menyarankan untuk memilih pedagang yang jualannya sepi.⁶⁸

“Sekedar saran, nanti kalo pas mau beli makanan untuk berbuka atau sahur, coba cari pedagang yang kelihatan sepi, walau mungkin ga sesuai selera, beli saja secukupnya,” saran ustadz hilmi melalui akun twitternya pada sabtu. 2 April 2022. *“mungkin dia sedang menunggu untuk sekedar membeli beras, bayar kontrakan atau membeli susu untuk anaknya. Yuk semangat berbagi”*.⁶⁹

Sedikit saran yang disampaikan ustadz pun mendapatkan banyak dukungan dari warganet. Bahkan tidak sedikit dari mereka mengunggahnya ulang untuk bisa dibagikan saran tersebut sebagai suatu amal jariyah dalam berbagi di momentum ramadhan.

7. Tanggapi Dewi Tanjung Yang Menghina Sang Ustadz

⁶⁸ <https://surabaya.jatimnetwork.com>, diakses pada Selasa 05 April 2022, jam 08.00, di Curup

⁶⁹ <https://twitter.com/Hilmi28>, diakses pada Selasa 05 April 2022, jam 08.00 di Curup

Beredar unggahan video yang memperlihatkan politisi PDIP Dewi Tanjung menghina ustadz Hilmi Firdausi menuai perhatian publik. Kelakuan Dewi Tanjung tersebut diketahui dalam unggahan video di akun Twitter ustadz Hilmi Firdausi.⁷⁰ *“Dapat video dari jamaah. Mereka geram katanya, memalukan marga tanjung karena memaki-maki ulama. Saya tenangkan, sudah maafkan saja ibu ini dia brgini karena belum kenal. Sehat-sehat selalu ya Ibu Dewi Tanjung.”*⁷¹ Kata keterangan di caption Twitter sang ustadz.

Sementara itu berdasarkan video berdurasi 2 menitan tersebut nampak Dewi Tanjung tanpa basa-basi langsung melontarkan kata-kata pedas untuk diajukan kepada Ustadz Hilmi Firdausi. Meski seorang ustadz, Dewi Tanjung menilai bahwasannya Hilmi Firdausi tidak pantas masuk surga.

⁷⁰ <https://jateng-suara-com.cdn.amproject.org/v/s/jateng.suara.com>, diakses pada 07 April 2022, di Curup

⁷¹ <https://twitter.com/Hilmi28>, diakses pada 07 April 2022, jam 11.00 di Curup

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dijelaskan dapat dirangkum hasil penelitian ini yakni sebagai berikut:

1. Etika komunikasi netizen dimedia sosial memiliki standar etika komunikasi yang baik dalam menggunakan media sosial sebagaimana memberikan masukan yang positif, mengetahui dampak dari tindakan, melakukan riset, dan bijak menggunakan media sosial. Media sosial sejatinya menempatkan proses dialog dalam berkomunikasi dan menciptakan ruang untuk gagasan secara rasional dan menyejukkan. Dengan demikian, diperlukan kajian etika komunikasi untuk mencari standar etika apa yang harus digunakan oleh komunikator dan komunikan dalam menilai diantara teknik, isi dan tujuan komunikasi di media sosial.
2. *Feddback* ustadz Hilmi Firdausi terhadap etika komunikasi netizen pada akun twitter nya termasuk Salah satu aspek komunikasi yang banyak dilakukan oleh para pemimpin, ada cara bijak memberikan feedback kepada para pengikutnya yaitu, harus bersikap objektif dan tidak emosional, memerikan feedback secara seimbang dan tegaskan perilaku positif yang diinginkan, saat memberikan feedback negatif, pastikan memberikan saran positif.

B. Saran

1. Sebagai netizen tentunya kita harus lebih banyak mengetahui dampak dari penggunaan media sosial yang berlebihan, tidak terlalu terbuka dan frontal dalam berinteraksi kepada orang yang baru dikenal dalam sosial media akan membantu untuk mengamankan dan menyembunyikan privasi.
2. Dalam menggunakan sosial media diharapkan memerhatikan penggunaan bahasa, usahakan menggunakan bahasa yang sopan, mudah dimengerti sehingga tidak terjadi kesalahpahaman. Serta jangan menulis komentar yang mengarah kepada unsur sara atau hal-hal yang sifatnya tercela meskipun dalam konteks bercanda.
3. Tetap menjaga komunikasi sebagaimana fungsi yang sebenarnya dari sosial media itu sendiri, jangan sampai kita melenceng jauh dari fungsinya. Baca baik-baik kembali sesuatu yang akan kita tulis untuk diposting karena sekali lagi anda adalah apa yang anda posting, maka berhati-hatilah orang-orang akan menilai diri anda melalui tulisan anda. Tentunya juga pandai-pandailah dalam diri anda menyaring segala macam bentuk informasi dan interaksi yang disebar.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmana Abi, *pengertian etika komunikasi tujuan dan manfaat etika komunikasi*.
<https://legalstudies71.blogspot.com/2019/07/pengertian-etika-komunikasi-tujuan-dan.html?m=1>,
- Basri Hasab , *Peran Media Sosial Twitter Dalam Interaksi Sosial Pelajar Sekolah Menengah Pertama Di Kota Pekanbaru*, Jom FISIP, Vol. 4, No 2, Oktober 2017
- Cahaya Hakiki Iko, “*Etika Komunikasi Netizen Dimedia Sosial Instagram Dalam Pandangan Islam*” Skripsi (Lampung, UIN Raden Intan Lampung, 2021)
- Dailu palongan Arma, skripsi:” etika komunikasi antara mahasiswa dan dosen di media sosial (studi analisis wacana pada peran whatsapp)” (lampng: UIN Raden Intan Lampung, 2020)
- Dr. Yusuf E. Adie “*Etiket Berkomunikasi*” Binus University Character Development Center, 20 April 2021
- Fahrul Nurhadi Zikri , *model komunikasi sosial remaja melalui media Twitter*, jurnal Aspikom, vol 3 no 2, Juli 2017
- <https://populis.id/read1208/viral-nikah-beda-agama>.
- <https://twitter.com/Hilmi28>
- <https://www.bantenraya.com/nasional>,
- <https://www.kompasiana.com/irazzam>,
- <https://seputar tangsel.com>
- <https://www.inilahkoran-com.cdn.ampproject.org>,
- <https://surabaya.jatimnetwork.com>
- <https://jateng-suara-com.cdn.ampproject.org/v/s/jateng.suara.com>,
- Idrus Muhammad , *Metode Penelitian Sosial* (Yogyakarta:Erlangga,2009)
- Kusuma Wardhani Nurul, “*Etika Interpersonal Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMI Dalam Media Sosial Twitter*” Skripsi (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2015)
- Mestika Zed, *Metode Penelitian Kepustakaan*, (Jakarta: Yayasan Bogor Indonesia)
- Mufid Muhamad , “*Etika Dan Filsafat Komunikasi*” (Jakarta: Prenada Media Group, 2009)

Mutiah Tuty Dkk, etika komunikasi dalam menggunakan media sosial (e-ISSN 2655-5328|ISSN 2085-6636) Vol. 1 No. 1, Desember 2019

Nasrullah Rulli , *Media Sosial* (Bandung: Simbiosia Rekatama Media, 2015)

Nur Rochman Arif, “Prilaku netizen dalam beretika di sosial media”,
Arifblogger77@gmail.com

Purwati, Mulyana Edi, *analisis pola pengguna tahar viral sebagai media pendidikan karakter netizen*

Rahkmat Jalaludin , *Metode Penelitian Komunikasi*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2004

Rosita Dewi Maya Sandra , *Islam dan Etika bermedia*, Research fair unsri, vol.3 No. 1 januari 2019

Sugiyono, *Penelitian Metode Kualitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2011)

Wahyudin Uud , El Karimah Kismiyati, *Etika Komunikasi*, prosiding seminar nasional komunikasi 2016

**L
A
M
P
I
R
A
N**



KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Nomor: Tahun 2022

Tentang

PENUNJUKAN PEMBIMBING I DAN PEMBIMBING II DALAM PENULISAN SKRIPSI
DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP

- Menimbang** : a. bahwa untuk kelancaran penulisan skripsi mahasiswa perlu ditunjuk Dosen Pembimbing I dan II yang bertanggung jawab dalam penyelesaian penulisan yang dimaksud;
- b. bahwa saudara yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang cakap dan mampu serta memenuhi syarat untuk diserahi tugas tersebut;
- Mengingat** : 1. Undang – undang Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional
2. Peraturan Presiden RI Nomor 24 Tahun 2018 tentang Institut Agama Islam Negeri Islam Curup;
3. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 2 Tahun 2019 tentang STATUTA Institut Agama Islam negeri Curup;
4. Peraturan Menteri Agama Nomor 30 Tahun 2018 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Curup;
5. Keputusan Menteri Pendidikan Nasional RI Nomor 184/U/2001 Tentang Pedoman Pengawasan Pengendalian dan pembinaan Program Diploma, Sarjana dan Pascasarjana di Perguruan Tinggi
6. Keputusan Menteri Agama RI Nomor B.II/3/15447 tanggal 18 April 2018 Tentang Pengangkatan Rektor IAIN Curup Periode 2018-2022;
7. Keputusan Rektor IAIN Curup Nomor 0047 tanggal 21 Januari 2019 tentang Pengangkatan Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Istitut Agama Islam Negeri Curup;
- Memperhatikan** : Berita acara seminar proposal Program Prodi Komunikasi dan penyiaran islam tanggal 30 November 2021

MEMUTUSKAN :

- Menetapkan Pertama** : Keputusan Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab Dan Dakwah Menunjuk Saudara :
1. Anrial, MA : 2003018101
2. Nur Cholis, M. Ag : 199204242019031013
- Dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup masing-masing sebagai Pembimbing I dan Pembimbing II dalam penulisan skripsi mahasiswa :
- N a m a : Sri Pertiwi Agesti
- N i m : 18521032
- Judul Skripsi : Etika Komunikasi Netizen di media social twitter Pada Akun Ustadz Hilmi Firdausi Dalam Pandangan Islam
- Kedua** : Proses bimbingan dilakukan sebanyak 8 kali pembimbing I dan 8 kali pembimbing II dibuktikan dengan kartu bimbingan skripsi ;
- Ketiga** : Pembimbing I bertugas membimbing dan mengarahkan hal-hal yang berkaitan dengan substansi dan kontens skripsi. Untuk pembimbing II bertugas dan mengarahkan dalam penggunaan bahasa dan metodologi penulisan;
- Keempat** : Kepada masing-masing pembimbing diberi honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
- Kelima** : Surat keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya;
- Keenam** : Surat keputusan ini berlaku sejak ditetapkan dan berakhir setelah skripsi tersebut dinyatakan sah oleh IAIN Curup atau masa bimbingan telah mencapai 1 tahun sejak SK ini ditetapkan;
- Ketujuh** : Apabila terdapat kekeliruan dalam surat keputusan ini, akan diperbaiki sebagaimana mestinya sesuai peraturan yang berlaku;

Ditetapkan di Curup
Pada tanggal 10 Januari 2022
Dekan,



IAIN CURUP

KARTU KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI

NAMA : Sri Periwati Agesti
 NIM : 0821022
 FAKULTAS/PRODI : Fakultas Ilmu-Ilmu Adab dan Dakwah / Komunikasi dan Pengajaran Islam
 PEMBIMBING I : Anindia, MA
 PEMBIMBING II : Nur Choliz, M. Ag
 JUDUL SKRIPSI : Etika Komunikasi Elektronik di Media Sosial Twitter Pada Akun Ulama Himpun Firdausi Dalam Pandangan Islam

* Kartu konsultasi ini harap dibawa pada setiap konsultasi dengan pembimbing 1 atau pembimbing 2;

* Dianjurkan kepada mahasiswa yang menulis skripsi untuk berkonsultasi sebanyak mungkin dengan pembimbing 1 minimal 2 (dua) kali, dan konsultasi pembimbing 2 minimal 5 (lima) kali dibuktikan dengan kolom yang di sediakan;

* Agar ada waktu cukup untuk perbaikan skripsi sebelum diajukan diharapkan agar konsultasi terakhir dengan pembimbing dilakukan paling lambat sebelum ujian skripsi.



IAIN CURUP

KARTU KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI

NAMA : Sri Periwati Agesti
 NIM : 0821022
 FAKULTAS/PRODI : Fakultas Ilmu-Ilmu Adab dan Dakwah / Komunikasi dan Pengajaran Islam
 PEMBIMBING I : Anindia, MA
 PEMBIMBING II : Nur Choliz, M. Ag
 JUDUL SKRIPSI : Etika Komunikasi Elektronik di Media Sosial Twitter Pada Akun Ulama Himpun Firdausi Dalam Pandangan Islam

Kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diajukan untuk ujian skripsi IAIN Curup.

Pembimbing I,

[Signature]

.....
NIP. 19700414200901013

Pembimbing II,

[Signature]

.....
NIP. 19700414200901013



UIN CURUP

TANGGAL	Hal-hal yang Dibicarakan	Paraf Pembimbing I	Paraf Mahasiswa
5/2022 1	Revisi Judul Proposal	A	
9/2022 1	Revisi Bab I dan Bab II	A	
21/2022 3	Revisi Penulisan footnote, Sumber data	A	
07/2022 3	ACC Pembimbing 1 Bab III Lanjut bab IV	A	
05/2022 4	Revisi Bab IV	B	
10/2022 4	Revisi Bab IV	A	
19/2022 4	ACC Pembimbing 1 Keseluruhan	A	



UIN CURUP

NO	TANGGAL	Hal-hal yang Dibicarakan	Paraf Pembimbing II	Paraf Mahasiswa
1	5/2022 1	Revisi Bab I	A	
2	9/2022 1	Revisi Judul Skripsi ditam bahkan	A	
3	19/2022 1	Keliri Bab III	A	
4	08/2022 3	ACC Pembimbing 2 Untuk bab III dilanjutkan bab IV.	A	
5	05/2022 4	Revisi Bab IV	A	
6	10/2022 1	Revisi Bab IV	A	
7	19/2022 A	ACC Pembimbing II, bukan ditentui oleh pembimbing I	A	
8				

Tangkapan Layar Dari Komentar-Komentar Netizen Di Twitter



Tanggapan Dan Cuitan Yang Dibuat Ustadz Hilmi Di Akun Twitternya

Hilmi Firdausi @Hilmi28 · 26 Feb

Selain minyak goreng yang langka, permohonan maaf dari pejabat ternyata juga langka. Padahal dengan satu kata itu...insya Allah semua selesai.

90 223 2.051

Hilmi Firdausi @Hilmi28 · 23 Feb

Astaghfirullahal'adzim...Maaf Pak Menteri, sepertinya kurang elok membandingkan lantunan suara dari Masjid (Adzan, Tilawah, Sholawatan dsj) dgn gonggongan anjing. Smga segera diralat. 🙏



news.detik.com
Menag Bandingkan Aturan Toa Masjid dengan Gonggongan Anjing

1.915 3.548 10rb

Hilmi Firdausi @Hilmi28 · 13 Feb

Yuk ah muda mudi bangsa, dari pada ngerayain valentine, saya doakan kalian segera jadi pengantin. Daripada valentine, mending segera menuju pelaminan. Aamiin 🙏🙏🙏



391 634 3.804

Hilmi Firdausi @Hilmi28 · 15 Feb

Saya sangat menyayangkan hakim tdk menjatuhi pidana mati kepada ybs. Semoga JPU mengajukan banding, demi memenuhi rasa keadilan di masyarakat terutama para korban.



amp.kompas.com
Herry Wirawan Divonis Hukuman Penjara Seumur Hidup - Kompas.com

65 150 893

Hilmi Firdausi @Hilmi28 · 4 hari

Ini yg seharusnya dibahas & segera diambil tindakan, bukan malah julid terhadap aksi baca Al-Qur'an.



Pelajar Jogja Meninggal Akibat Klithih, Korban Dibuntuti saat Beli Makan Sahur

192 1.329 4.944

Hilmi Firdausi @Hilmi28 · 25 Mar

Saya pilih murah dan stock banyak... bisa nggak pak ?!

KOMPAS.com
JERMIN MELIHAT DUNIA

Saat Mendag Bingung soal Minyak Goreng, lalu Tanya ke Ibu-ibu: Mending Mana, Murah tapi Barang Kosong, atau Mahal Sedikit tapi Stok Banyak?

Kompas.com, 21 Maret 2022, 17:00 WIB



610 540 2.944

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DATA PRIBADI

Nama : SRI PERTIWI AGESTI
Tempat tanggal lahir : Bogor, 12 Agustus 2000
Jenis kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Hobby : Menonton
Alamat : Desa Imigrasi Permu Kepahiang
Handphone : 085368644312
Email : Sripertiwi564@Gmail.Com

DATA PENDIDIKAN

Jenjang Pendidikan	Nama Sekolah/Perguruan Tinggi	Tahun Masuk	Tahun Lulus
TK	TK Srikandi Imigrasi Permu	2005	2006
SD	SD N 10 Kepahiang	2006	2012
SMP	SMP N 05 Kepahiang	2012	2015
MAN	MAN 02 Kepahiang	2015	2018
S-1	IAIN Curup	2018	2022

PENGALAMAN ORGANISASI

- Himpunan Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam (HIMA KPI IAIN CURUP)
- Lembaga Dakwah Kampus (LDK)
- Kesatuan Aksi Mahasiswa Muslim Indonesia (KAMMI)