

**ANALISIS ETIKA KOMUNIKASI NETIZEN PADA
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @CURUP_KITO**

SKRIPSI

Di ajukan untuk memenuhi syarat syarat

Guna memperoleh gelar sarjana (S.1) dalam ilmu Komunikasi dan
Penyiaran Islam



OLEH:

SANDIA JAYANTI

NIM. 20521067

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP

TAHUN 2024



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

Jalan Dr. AK Gani No. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax 21010 Kode Pos 39119
Email iaain.curup@gmail.com

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nomor : 982/In.34/FU/PP.00.9/07/2024

Nama : Sandia Jayanti
NIM : 20521067
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Analisis Etika Komunikasi Netizen Pada Media Sosial Instagram @curup_kito

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

Hari/Tanggal : Selasa, 09 Juli 2024

Pukul : 13.00-14.00 WIB.

Tempat : Aula FUAD IAIN Curup

Dan telah diterima untuk melengkapi sebagai syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.

TIM PENGUJI

Ketua,

Anrial, MA
NIP. 19810103 202321 1 012

Sekretaris,

Dete Konggoro, M.I.Kom.
NIP. 19861028 202311 015

Penguji I,

Savri Vansah, S.Th.I, M.Ag
NIP. 19901008 201908 1 001

Penguji II,

Femalia Valentine, MA
NIP. 19880104 202012 2 002

Mengesahkan
Dekan Fakultas

Ushuluddin Adab dan Dakwah



Dr. Fakhruddin, S. Ag., M. Pd.I
NIP. 19750112 200604 1 009

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah (IAIN) Curup

Di-

Tempat

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Dengan Hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sandia Jayanti

NIM : 20521067

Prodi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara Sandia Jayanti Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup yang berjudul "**Analisis Etika Komunikasi Netizen Pada Media Sosial Instagram @Curup_Kito**". Sudah dapat diajukan dalam sidang Munaqasyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Demikian permohonan ini kami ajukan atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Anrial, M.A

NIP. 198101032023211012

Pembimbing II



Dete Konggoro, M.I.Kom.

NIP. 19861028202311015

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : SANDIA JAYANTI
NIM : 20521067
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Analisis Etika Komunikasi Netizen Pada Media Sosial Instagram
@curup_kito

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 pernah 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,..... Juli 2024



Sandia Jayanti

NIM. 20521067

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas anugerah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Etika Komunikasi Netizen Pada Media Sosial Instagram @Curup_Kito”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata Satu pada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Selama proses penelitian dan penulisan skripsi, penulis senantiasa memperoleh dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak yang pada akhirnya dapat melalui dan menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Idi Warsah., M.Pd.I selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri IAIN Curup
2. Bapak Dr. Yusefri, M. Ag selaku Wakil Rektor I IAIN Curup
3. Bapak Dr. Muhammad Istan., SE., M.Pd., M.M Kons selaku Wakil Rektor II IAIN Curup
4. Bapak Dr. H. Nelson., S.Ag., M.Pd selaku Wakil Rektor III IAIN Curup
5. Bapak Dr. Fakhruddin, S.Ag., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah.
6. Bapak Rhoni Rodin, S.Pd.I., M.Hum, selaku wakil Dekan I Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah.
7. Bapak Dr. M. Taqiyuddin, selaku wakil Dekan II Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah.

8. Ibu Intan Kurnia Syaputri, M.A Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
9. Seluruh Dosen program studi komunikasi dan penyiaran islam IAIN Curup.
10. Bapak Anrial, M.A, selaku pembimbing I dan Bapak Dete Konggoro, M.I.Kom. selaku pembimbing II.
11. Rekan-rekan seperjuanganku angkatan 2020 yang selalu memberikan motivasi dan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
12. Dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan dukungan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna baik dari bahasa maupun isinya. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua orang.

Curup,.... Juli 2024

Penulis

Sandia Jayanti
NIM. 20521067

MOTTO

“Hidup bukan saling mendahului, Bermimpilah sendiri-sendiri”

~Hindia~

“Segala usaha pasti nanti kan berbunga, disaat sudah waktunya

Bukan untuk menang kalah,

Tapi tentang bagaimana kau bangkit berkali-kalinya.”

~ Chintya Gabriella ~

PERSEMBAHAN

Segala puji syukur kepada Allah Yang Maha Esa yang telah mempermudah proses studi, penelitian dan penulisan skripsi ini hingga pada akhirnya sampai mencapai titik tujuan yang diinginkan. Dengan tidak mengurangi rasa hormat penulis persembahkan skripsi ini kepada orang-orang yang senantiasa selalu sabar dan mensupport, mengarahkan serta membimbing dengan penuh keikhlasan dengan kondisi apapun dan bagaimanapun. Semoga keberhasilan ini menjadi awal untuk melangkah menuju masa depan dalam meraih cita-cita. Teruntuk:

1. Kedua orang tua penulis bapak dan mamak, Penulis menyadari tidak ada keluarga yang sepenuhnya sempurna, akan ada kekurangan didalamnya. Bagaimanapun didikan yang telah diberikan bapak dan mamak yang mungkin seringkali tidak sesuai dengan pikiran penulis. Penulis tetap mengucapkan terimakasih atas segalanya, Anak perempuan pertama kalian yang keras kepala akan terus berusaha dan mencoba menjemput mimpi dan harapan.
2. Bong dan nenek, teruntuk kalian penulis ucapkan terimakasih atas dukungannya, nasehatnya serta tak pernah merasa keberatan atas materi yang diberikan untuk ikut serta menunjang kelancaran proses kuliah ini, baik kegiatan akademik maupun non akademik selalu ada kepercayaan kalian untuk tiap langkahnya, tak pernah menaruh keraguan atas apa saja yang penulis usahakan sedari kecil.

3. Untuk kedua adik penulis Niken Ayu dan Ghadiza Meysara, kalian adalah penyemangat penulis untuk menyelesaikan pendidikan tinggi yang telah dimulai sejak 2020 ini, agar bisa menutup penilaian sebelah mata orang lain diluar sana. Selain bapak, mamak, bong dan nenek, kalian adalah orang yang paling ingin penulis bahagia-kan lewat kesuksesan di depan nanti, akan ada kehidupan kalian yang lebih layak lagi lewat kakak perempuan yang cerewat ini.
4. Kepada *My best partner and owner of my heart*, Tuan 20521023 yang penulis temui sejak menjadi maba dan hingga kini masih kebersamai dalam suka duka perkuliahan. Tak ada yang tau bagaimana perjalanan kita setelah ini. Apapun itu nanti penulis beruntung telah diberikan rasa kasih sayang, nyaman, aman dan hal-hal yang telah diusahakan. Terimakasih atas perjalanan yang panjang ini dengan tak hentinya memberikan dukungan dan senantiasa menemani di tiap proses dengan kesabaran penuh yang dimiliki. *Life is better together, so let's try to stay together, right?*
5. Teman sekaligus saudara: Venita Bella Agustin, Dina Yuniarti, Melisa Yuliasari dan Diah Wahyuningtias terimakasih telah menjadi tempat berkeluh kesah, mendengarkan apapun yang dialami penulis dan tak pernah berat hati dalam membantu penulis.
6. Teman – teman seperjuangan: Nurhaliza Maharani, Ruhul Musakif, M. Rizki Hudzaifah, Oktalia Harva Reni, M. Hafizh Fadillah, Fadlei Dzil Ikham, Yara Tahniah, Tri Wulan dan Zahra Apipi. Yang telah menjadi

teman dalam proses seminar proposal hingga kini dapat saling berusaha dalam penyusunan skripsi dan merangkai kenangan bersama.

7. Keluarga besar KPI Angkatan 2020 yang tidak bisa di sebutkan satu persatu, terimakasih atas kenangan serta kebersamaannya selama ini.
8. Dosen pembimbing Bapak Anrial, M.A selaku pembimbing I dan Bapak Dete Konggoro, M.I.Kom. selaku pembimbing II, yang senantiasa sabar serta ikhlas dalam memberikan bimbingan dan arahan dalam proses penyelesaian penulisan skripsi ini. Seluruh dosen maupun staff Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam serta pihak Fakultas yang selama ini telah mendukung dan membantu proses perkuliahan hingga selesai.
9. Kepada organisasi yang telah menjadi keluarga kedua penulis selama masa perkuliahan dan memberikan banyak pengalaman ilmu, relasi dan kenangan yaitu UKM KESENIAN, DEMA FUAD, serta GENBI komisariat IAIN Curup.
10. Terakhir yang paling Istimewa kepada diri sendiri, SANDIA JAYANTI. Terimakasih telah bertahan dan kuat sejauh ini begitupun seterusnya. Setelah banyak hal yang dilewati kamu hebat telah bisa berdiri sendiri di kakimu. Tak banyak yang tau kapan kamu jatuh, butuh pundak dan telinga untuk mengeluhkan banyak hal, ternyata hanya diri ini yang dapat kamu andalkan. Kamu hebat! Teruslah seperti ini, tetaplah beli coklat saat duniamu tidak sedang baik-baik saja :)

**Analisis Etika Komunikasi Netizen Pada Media Sosial Instagram
@curup_kito**

Oleh: Sandia Jayanti

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Etika komunikasi netizen pada media sosial instagram @curup_kito. Dengan latar belakang penelitian ialah Hadirnya media sosial, interaksi antar sesama dapat terus terjalin dengan baik dan berkelanjutan. Bahkan membantu manusia dalam berkegiatan sehari-hari. Berdasarkan laporan *We are social*, pengguna instagram berkisar 104,8 juta. Pengguna media sosial yang berperan aktif dijuluki dengan sebutan netizen. Etika komunikasi yang dilakukan secara bebas dan sesuka hati dapat saja menjadi penyimpangan etika dan moral. Penyimpangan tersebut ditemukan pada postingan @curup_kito sebagai media penelitian. Temuan penelitian berupa adanya komentar negatif dan bentuk informasi yang disampaikan secara bebas. Metode penelitian yang digunakan ialah kualitatif deskriptif dengan manfaat yang diharapkan para penyedia informasi di media sosial dapat menjadi pengguna yang bijak dalam berkomentar dan menanggapi sebuah informasi. Hasil penelitian ini berdasarkan tiga dimensi Etika Komunikasi yang dipaparkan oleh Boris Libois.

Kata Kunci: *Etika Komunikasi, Media Sosial, Netizen*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
Abstrak	xi
Daftar Tabel	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Batasan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	9
F. Kajian Pustaka.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Tinjauan tentang Etika Komunikasi.....	12
B. Tinjauan Tentang Perilaku Netizen.....	20
C. Tinjauan tentang Media Sosial.....	24
D. Tinjauan tentang Instagram.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	37
A. Jenis Penelitian dan Pendekatan.....	37
B. Subjek Penelitian.....	39
C. Sumber data.....	40
D. Teknik pengumpulan data:.....	41
E. Analisis Data	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAAN	44
A. Gambaran Umum Akun Instagram @curup_kito.....	44
B. Hasil Penelitian	45
BAB V PENUTUP.....	66
A. Kesimpulan	66
B. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.....	84
----------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	17
Gambar 2.2.....	32
Gambar 4.1	74
Gambar 4.2.....	77
Gambar 4.3.....	78
Gambar 4.4.....	78
Gambar 4.5	79
Gambar 4.6	80
Gambar 4.7	81
Gambar 4.8	81
Gambar 4.9	93
Gambar 4.10.....	94
Gambar 4.11.....	95

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Memasuki era baru yaitu revolusi 4.0 ditandai dengan segala sesuatu yang dilakukan serba *online*, setelah adanya perkembangan teknologi yang semakin canggih maka media pun ikut mengikuti perkembangan yakni media online.¹ Media *online* pun beragam jenisnya, dari yang menyajikan berita hingga yang dapat mendekatkan kerabat atau keluarga yang jauh, salah satunya adalah media sosial. Dengan hadirnya media sosial tersebut, interaksi antar sesama manusia dapat terus terjalin dengan baik dan berkelanjutan. Mulai dari belajar, membayar makanan atau minuman, membeli barang, mengikuti berita terbaru, bersosialisasi, hingga berjualan produk pun bisa melalui internet.²

Kehadiran teknologi yang semakin canggih mendorong bahkan membantu manusia dalam berkegiatan sehari-hari dan berinteraksi lewat jejaring sosial media. Internet menjadi sebuah tali penghubung antar satu individu dengan individu lainnya., kelompok dengan kelompok lainnya, walaupun terbatasnya jarak baik antar daerah, provinsi bahkan negara sekalipun internet dapat memutuskan

¹ Fauzan Akbar, "Dakwah Komunikasi Visual Akun Instagram@ Senimansunnah," *Research and Development Journal of Education* (Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022).

² Nada Cania and Rosalina Dewi Heryani, "Peran Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha Peserta Didik Di SMK Plus Pelita Nusantara," *Research and Development Journal of Education* 1, no. 1 (2020): 91–101.

mobilitas tersebut. Dengan hal itu, intensitas penggunaan sosial media dimasa sekarang meningkat, khususnya pada jejaring media sosial yang berada pada situs media pertemanan dan informasi, hampir seluruh masyarakat Indonesia menggunakannya. Pengguna media sosial pun tidak memiliki batasan umur, mulai dari remaja sampai usia lanjut telah banyak yang menggunakan jejaring media sosial.³

Dalam buku Rulli Nasrullah yang berjudul “Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi”. Menyimpulkan bahwa media sosial merupakan medium di internet yang memungkinkan penggunanya mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, saling berbagi. Berkomunikasi dengan pengguna lainnya, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.⁴ Ruang lingkup media sosial hampir tidak memiliki batasan, baik dalam mengekspresikan diri, berinteraksi dengan siapapun, bahkan terhadap orang orang yang belum pernah ditemui secara langsung, atau juga tidak saling memiliki kepentingan antar keduanya pada akhirnya dapat saling berinteraksi dan berkenalan.⁵

Media sosial memiliki kecepatan dalam penyebaran informasi dibanding media massa bahkan media cetak. Fungsi media sosial yang kini beragama salah satunya pertukaran informasi, menjadi sarana bagi para pemilik akun media sosial.

³ Maya sandra rosita Dewi, “Islam Dan Etika Bermedia (Kajian Etika Komunikasi Netizen Di Media Sosial Instagram Dalam Perspektif Islam),” *Research Fair Unisri* 3, no. 1 (2019): 140.

⁴ Akbar, “Dakwah Komunikasi Visual Akun Instagram@ Senimansunnah.”

⁵ Siti Khoirotul Ula, “Fikih Jurnalistik Landasan Etika Bermedia Sosial,” *Qolamuna Stai Attanwir* 2, no. 2 (2017): 198.

Menurut Zarella dan Aditya, bahwa media sosial merupakan suatu situs yang dijadikan sebagai tempat untuk berkomunikasi dengan teman-teman yang ada di dunia nyata dan maya.⁶ Sehingga media berbasis internet juga berperan untuk saling berbagi ide, menciptakan kreasi, dan membangun komunitas melalui konten berupa pesan, gambar dan video.⁷

Media berbasis internet seperti instagram dapat dikatakan sebagai salah satu platform media sosial yang paling populer. Dilansir dari *dataindonesia.id*, jumlah pengguna media sosial di Indonesia tahun 2023 telah mencapai 167 juta jiwa, bila dijumlahkan setara dengan 60,4% dari populasi di dalam negeri. Dari jumlah tersebut, berdasarkan laporan *We Are Social* ada sekitar 104,8 juta merupakan pengguna Instagram.⁸ Selain dimanfaatkan sebagai media untuk berkomunikasi antar individu maupun kelompok, Instagram juga dapat digunakan sebagai media penyebaran informasi atau berita yang memiliki tampilan yang berbeda dari media lainnya.⁹ Dengan kehadiran media sosial yang telah mengisi hari-hari para pengguna, menghadirkan julukan bagi pengguna aktif bahkan banyak istilah gaul yang kini familiar di tengah masyarakat.

⁶ Tri Noviana Ahmad Zamhari, Bela Yunika Putri, Oktatia Anggraeni, "Pemanfaatan Media Online (Instagram) Terhadap Wirausaha Pada Mahasiswa," *Journal Economics Technology And Entrepreneur* 01 (2022).

⁷ Cania and Heryani, "Peran Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha Peserta Didik Di SMK Plus Pelita Nusantara."

⁸ Shilvina Widi, "Pengguna Media Sosial Di Indonesia Sebanyak 167 Juta Pada 2023," *DataIndonesia.id*, 2023, <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>.

⁹ Khoerul ummah, "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemerintah Daerah," *Repository* (2022): 2003–2005.

Pengguna media sosial yang berperan aktif kini sering disebut dengan julukan netizen, netizen inilah yang menjadi sorotan utama dalam latar belakang permasalahan ini. Kebebasan dalam berkomentar dengan sesuka hatinya, mengenyampingkan etika dan moral, malah mengedepankan ego dan subjektivitas. Tidak sedikit perkataan yang tidak pantas untuk diucapkan tersemat pada komentar dan respon dari para netizen, terlagi pada persoalan yang sensitive atau sentiment, komentar-komentar yang dilontarkan sangat jauh dari prinsip bijak dalam berkomunikasi.¹⁰ Seperti contoh, adanya sarkasme dan hujatan, cacian pun timbul dikarenakan dampak dari adanya informasi negatif atau belum memiliki kejelasan. Seperti yang diketahui bersama, bahwa dalam ruang lingkup bermedia sosial tidak ada batasnya, hingga menyebabkan perlahan turunnya etika dan moral.¹¹

Penyimpangan yang dilakukan netizen pada media sosial ternyata sempat menjadi sorotan hingga mendapatkan hasil survei dari Digital Civility Index (DCI). Microsoft mengumumkan tingkat kesopanan pengguna internet sepanjang 2020, termasuk negara Indonesia. Dalam laporan terbaru Digital Civility Index (DCI) itu, Netizen Indonesia menempati urutan terbawah se-Asia Tenggara, yang artinya paling tidak sopan di wilayah tersebut. Tingkat kesopanan netizen Indonesia

¹⁰ Muhammad Fikri Lubis, “Analisa Konten Etika Media Sosial Instagram Melalui Pendekatan Hadis Menjaga Lisan,” 2021.

¹¹ Afif Farhan and Cindy, “Etika Dan Prilaku Masyarakat Indonesia Dalam Menggunakan Media Sosial,” *Jurnal Serina Sosial Humaniora* 1, no. 1 (2023): 139–45.

memburuk delapan poin ke angka 76, di mana semakin tinggi angkanya tingkat kesopanan semakin buruk.¹²

Menyikapi berbagai fenomena perihal bagaimana netizen dapat bijak bermedia sosial ini terkait dengan etika komunikasi yang terjadi di media sosial, tentu menyebabkan lunturnya norma-norma kesantunan dalam berkomunikasi, sehingga memberikan pengaruh buruk bagi masyarakat pengguna media sosial. Adanya kemudahan yang didapat lewat kemajuan teknologi, juga menjadi salah satu faktor pengguna mulai mengesampingkan etika dan moral yang baik, sehingga bukan kesantunan berbahasa yang terjalin melainkan anti komunikasi yang dapat mengarah pada pelanggaran hukum. Kondisi ini menunjukkan masyarakat belum mampu menggunakan media sosial secara bijak, bahkan belum mampu memahami konten apa yang harus dibagikan, ditanggapi dan diterima. Mulai dari konten yang bisa diakses publik atau pribadi hingga teman terdekat. Konten yang keliru dengan cepat dibagikan dan ditanggapi tanpa di telaah terlebih dahulu oleh para netizen yang pada akhirnya merugikan pengguna media sosial itu sendiri, baik secara hukum maupun secara moral di pandangan pengguna media sosial yang lain.¹³

Mengenai bijak dalam bermedia sosial pada saat melakukan interaksi melalui media sosial yaitu Instagram, peneliti menyoroti banyak orang yang

¹² Andrian W. Finaka, "Benarkah Netizen Indonesia Paling Tidak Sopan Se-Asia?," Indonesiabaik.id, 2021, <https://indonesiabaik.id/infografis/benarkah-netizen-indonesia-paling-tak-sopan-se-asia>.

¹³ Anggun Agustina, "Pengaruh Literasi Digital Terhadap Etika Bermedia Sosial Peserta Didik Di Man 1 Lampung Utara," *NBER Working Papers*, 2023, 89, <http://www.nber.org/papers/w16019>.

melupakan etika dalam berkomunikasi, seperti berkomentar dengan menulis kalimat yang tidak pantas bahkan dapat menyakitkan hati orang lain. Hal ini tampak dengan adanya kata-kata yang tidak baik yang seharusnya tidak digunakan dalam berkomentar.¹⁴

Berdasarkan dengan pemaparan yang telah disampaikan, maka peneliti tertarik untuk mengetahui etika komunikasi yang ada pada media sosial di tempat tinggal peneliti. Sebagai media informasi masyarakat, apakah etika komunikasi para netizen terpantau baik atau malah sebaliknya. Karena itu, melalui Instagram @Curup_kito yang banyak diikuti oleh masyarakat yang ada di Rejang Lebong dan sekitarnya, yang mana seringkali meng-*upload* berbagai informasi dan tentu akan ditemukan berbagai macam penyampaian netizen di dalam kolom komentarnya.

Seperti pada postingan 1 Agustus 2023 dengan judul postingan [Info Kito] terdapat laporan dari netizen yang dipost ulang oleh @curup_kito, dalam video berdurasi 1 menit, adanya aksi seseorang yang berusaha mencuri besi trotoar di jalanan. “min min tengok nah min ado yang maling besi trotoar kami hilang bolong...” kurang lebih begitulah narasi yang terucap oleh netizen pengirim video, Ucapan “min..min” telah menjadi identik netizen sebagai pengikut instagram @curup_kito. Dengan jumlah like 2.069 ribu like dan 148 komentar yang rata rata berupa kritikan dan asumsi negatif.

¹⁴ Rikeu Ainul Fadilah and Bambang Saiful Ma'arif, “Etika Komunikasi Netizen Di Media Sosial Pada Akun TikTok @Chikakiku Dalam Perspektif Islam,” *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 2023, 129–38, <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v3i2.3029>.

Selanjutnya postingan 31 Agustus 2023 @curup_kito meng-*upload* sebuah kasus dengan judul “Diduga tenggak Racun, Sejoli di Kepahiang semaput, Dugaan sementara hubungan tak direstui”. Postingan tersebut telah mendapat like sebanyak 2.750 dan telah dibubuhi komentar sebanyak 490. Tampak pada kolom komentar banyak yang menyayangkan aksi sepasang kekasih tersebut dengan kata-kata yang kurang pantas. Komentar netizen seperti cacian, sindiran bahkan mereka tak segan untuk memberikan mention kepada orang lain untuk ikut memberikan komentar. Apakah hanya postingan ini saja yang menampilkan bagaimana respon netizen? Tentu tidak, masih ada postingan lain yang dapat ditemukan dengan beragam respon netizen di Instagram @Curup_kito. Sehingga membawa peneliti ingin mencari tau lebih lagi perihal etika komunikasi yang terjadi pada tiap postingan di Instagram tersebut. Dengan melakukan penelitian yang berjudul “**Analisis Etika Komunikasi Netizen Pada Media Sosial Instagram @Curup_Kito**”

B. Rumusan Masalah

Dari uraian di atas peneliti merumuskan permasalahan agar penelitian ini tersusun, teratur, terarah, dan sistematis. Maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis etika komunikasi netizen pada postingan @curup_kito?
2. Bagaimana informasi yang di posting instagram @curup_kito?

C. Batasan Masalah

Dengan adanya batasan masalah, diharapkan dapat mempermudah dan mempertegas ruang lingkup yang dibahas dan menghindari pembahasan yang terlalu luas dalam penelitian, maka peneliti membatasi masalah dengan ruang lingkup yang lebih sempit. Penelitian ini berpusat pada “Media sosial: Instagram dengan *username* @curup_kito” dalam hal ini peneliti akan melihat komentar netizen di postingan yang berada dari januari-juni di tahun 2024 dengan beberapa kriteria yang akan dipaparkan oleh peneliti. Dengan batasannya hanya akan membahas pelanggaran etika yang terjadi pada saat netizen berkomentar.

D. Tujuan Penelitian

Dari identifikasi masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan dari penelitian ini akan menjawab setiap identifikasi masalah tersebut yaitu untuk mengetahui:

1. Etika komunikasi netizen pada media sosial instagram @curup_kito
2. Bentuk informasi yang di posting instagram @curup_kito

E. Manfaat Penelitian

Dari tujuan penelitian yang sudah ditentukan, penelitian ini diharapkan bisa memberi manfaat. Manfaat sederhana yang bisa dirumuskan yaitu:

- a. Akademik: Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan referensi khususnya Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
- b. Praktis: Penelitian ini dapat digunakan untuk para penyedia informasi di media sosial beserta para penggunanya agar dapat menjadi pengguna yang bijak dalam mengirim komentar dan menanggapi sebuah informasi maupun pemberitaan yang ada.
- c. Rekomendasi: Dapat dijadikan rekomendasi dalam menambah wawasan bagi penulis ataupun pembaca serta memberikan kontribusi ilmiah dalam aspek penyebaran informasi dan kebijakan dalam bermedia sosial.

F. Kajian Pustaka

Penulis telah menelusuri beberapa kajian yang pernah dilakukan sebelumnya, agar terhindar dari adanya kesamaan dengan karya tulis lainnya. Hasil penelusuran yang didapatkan tersebut akan menjadi referensi bagi penulis. Berikut penelusuran yang ditemukan penulis:

Pertama, Skripsi dengan judul “Etika Komunikasi Verbal Netizen dalam Penggunaan Ruang Publik pada Kolom Komentar Serambinews.com” yang disusun oleh Siti Hajar Rusmina mahasiswi prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh tahun 2018. Dengan hasil penelitiannya yaitu: etika komunikasi verbal para netizen dalam memberikan komentar di ruang public pada

media online serambinews.com adalah banyak komentar netizen dalam berkomunikasi tidak mempunyai etika pada berita-berita politik sering mengisi kolom komentar, komunikasi verbal yang digunakan dalam komentar-komentar pun menggunakan bahasa bahasa dan kata kata yang tidak layak dituliskan pada ruang public, hal ini dianggap melanggar etika Sebagian netizen dalam memberikan komentar pada kolom komentar media online serambinews.com khususnya pada pemberitaan politik dan etika yang digunakan adalah etika yang buruk. Persamaan penelitian ini dengan peneliti yaitu melihat bagaimana komentar netizen di kolom komentar, namun untuk perbedaannya terdapat pada media yang di teliti yaitu media dalam bentuk website, sedangkan peneliti menggunakan media Instagram.¹⁵

Kedua, Skripsi dengan judul “Etika Komunikasi Netizen Di Media Sosial Twitter Pada Akun Twitter Ustadz Hilmi Firdausi”, yang disusun oleh Sri Pertiwi Agesti mahasiswi prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Curup tahun 2022. Dengan hasil penelitiannya yaitu: media sosial menempatkan proses dialog dalam berkomunikasi dan menciptakan ruang untuk gagasan secara rasional dan menyejukkan. Oleh karena itu, diperlukan kajian Etika komunikasi untuk mencari standar etika apa yang harus digunakan oleh komunikator dan komunikan dalam menilai antara Teknik, isi dan tujuan komunikasi di media sosial. Pada penelitian ini disebutkan bahwa adanya feedback ustadz hilmi firdauzi terhadap etika komunikasi netizen pada akun twitter-nya. Penelitian ini memiliki kesamaan

¹⁵ Siti Hajar Rusmina, “Etika Komunikasi Verbal Netizen Dalam Penggunaan Ruang Publik Pada Kolom Komentar Serambinews. Com,” 2018, 1–95, <https://repository.ar-raniry.ac.id/eprint/3831/>.

dengan peneliti yaitu meneliti etika komunikasi di media sosial, namun terdapat perbedaan yang berada pada pemilihan media sosial yang akan diteliti.¹⁶

Ketiga, Jurnal dengan judul “Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial Pada Akun Tiktok @Chikakiku Dalam Perspektif Islam” yang disusun oleh Rikeu Ainiul Fadilah mahasiswi prodi Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Bandung tahun 2023. Dengan hasil penelitiannya yaitu: komentar yang ada pada akun tiktok @chikakiku termasuk ke dalam jenis komunikasi interpersonal. Hal ini merupakan pengiriman pesan-pesan dari seseorang yang diterima oleh orang lain dengan efek dan umpan balik langsung. Sehingga komentar komentar tersebut sesuai dengan teori komunikasi interpersonal menurut De Vito, Joan Aitken dan Leonard Shedletsky. Persamaan penelitian ini dengan peneliti yaitu melihat bagaimana komentar netizen di kolom komentar, namun untuk perbedaannya terdapat pada media yang di teliti dan teori yang digunakan.¹⁷

¹⁶ Sri Pertiwi Agesti, “Etika Komunikasi Netizen Di Media Sosial Twitter Pada Akun Twitter Ustadz Hilmi Firdausi,” *IAIN Curup*, 2022.

¹⁷ Rikeu Ainiul Fadilah and Bambang Saiful Ma’arif, “Etika Komunikasi Netizen Di Media Sosial Pada Akun TikTok @Chikakiku Dalam Perspektif Islam.”

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Tinjauan tentang Etika Komunikasi

1. Pengertian Etika Komunikasi

Secara etimologi (Bahasa) “etika” berasal dari kata Bahasa Yunani *ethos*. Dalam bentuk tunggal, “*ethos*” berarti tempat yang biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, akhlak, perasaan, cara berpikir. Dalam kamus besar Bahasa Indonesia, etika adalah ilmu pengetahuan tentang asas-asas akhlak. Etika dibedakan dalam tiga pengertian pokok, yaitu ilmu tentang apa yang baik dan kewajiban moral, Kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak, dan nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau Masyarakat.¹⁸

Sifat dasar etika ialah sifat kritis, karena etika bertugas:

1. Untuk mempersonalkan norma yang dianggap berlaku.
2. Etika mengajukan pertanyaan tentang legitimasinya, artinya norma yang tidak dapat mempertahankan diri dari pernyataan kritis dengan sendirinya akan ke hilangan haknya

¹⁸ Muhammad Mufid, *Etika Filsafat Komunikasi* (Depok: Prenadamedia Group, 2018).173

3. Etika memersoalkan pula hak setiap Lembaga seperti orng tua, sekolah, negara, dan agama untuk memberikan perintah.
4. Etika memberikan bekal kepada manusia untuk mengambil sikap yang rasional terhadap semua norma.
5. Etika menjadi alat pemikiran yang rasional dan bertanggung jawab bagi seorang ahli dan bagi siapa saja yang tidak mau diombang-ambingkan oleh norma-norma yang ada.

Etika menyelidiki dasar norma moral. Dalam etika biasanya dibedakan antara “etika deskriptif” dan “etika normatif”. Etika deskriptif memberikan gambaran dari gejala kesadaran moral, dari norma dan konsep-konsep etis. Etika normatif tidak berbicara lagi tentang gejala, melainkan tentang apa yang sebenarnya harus merupakan tindakan manusia. Selain itu ada juga perbedaan antara etika dengan etiket adalah:

- a. Etika adalah menyangkut cara perbuatan yang harus dilakukan oleh seorang atau kelompok tertentu. Etika menyangkut apakah suatu perbuatan bisa dilakukan antara ya dan tidak. Etiket memberikan dan menunjukkan cara yang tepat dalam bertindak.
- b. Etiket hanya berlaku dalam pergaulan sosial. Jadi etiket selalu berlaku Ketika ada orang lain. Sementara itu tidak memperhatikan org lain atau tidak.¹⁹

¹⁹ Muhammad Mufid.177

Etika komunikasi mencoba untuk mengolaborasikan standar etis yang digunakan oleh komunikator dan komunikan. Setidaknya ada tujuan perspektif etika komunikasi yang bisa dilihat dalam perspektif yang bersangkutan.²⁰ Berikut beberapa perspektif etika komunikasi:

a. Perspektif Politik

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

b. Perspektif Manusia

Sifat manusia yang paling mendasar adalah kemampuan menggunakan berpikir dan kemampuan menggunakan simbol. Ini berarti bahwa Tindakan manusia yang benar-benar manusiawi adalah berasal dari rasionalitas yang sadar atas apa yang dilakukan dan dengan bebas untuk memilih melakukannya.

c. Pespektif dialogis

Komunikasi adalah proses transaksi dialog dua arah. Sikap dialog adalah sikap setiap partisipan komunikasi yang ditandai oleh kualitas keutamaan seperti keterbukaan, kejujuran, kerukunan, intensitas, dan lain-lainnya

²⁰ Muhammad Mufid.185

d. Perspektif situasional

Faktor situasional adalah relevansi bagi setiap penilaian moral. Ini berarti bahwa etika memerhatikan peran dan fungsi komunikator, standar khalayak, drajat kesadaran, tingkat urgensi pelaksanaan komunikator, tujuan dan nilai khalayak, standar khalayak untuk komunikasi etis.

e. Perspektif religius

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

f. Perspektif utilitarium

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

g. Perspektif legal

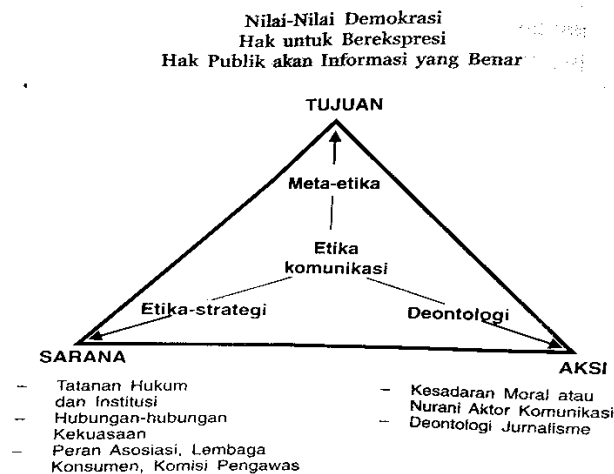
Prilaku komunikasi yang legal, sangat disesuaikan dengan peraturan yang berlaku dan dianggap sebagai prilaku yang etis.²¹

²¹ Muhamad Mufid, *Etika Dan Filsafat Komunikas* (Jakarta: kencana, 2009).

2. Tiga Dimensi Etika Komunikasi

Gambar. 2.1

Skema Tiga Dimensi Etika Komunikasi



Etika komunikasi memiliki tiga dimensi yang saling terkait, yaitu:

1. Pertama, dimensi yang langsung terkait dengan perilaku aktor komunikasi, yaitu aksi komunikasi. Perilaku aktor komunikasi hanya menjadi salah satu dimensi etika komunikasi, yaitu bagian dari aksi komunikasi (*politics*). Aspek etisnya ditunjukkan pada kehendak baik untuk bertanggung jawab. Kehendak baik ini diungkapkan dalam etika profesi dengan maksud agar ada norma intern yang mengatur profesi. Aturan semacam ini terumus dalam deontologi jurnalisme. Tiga prinsip utama deontologi jurnalisme²²:

- a) Pertama, hormat dan perlindungan atas hak warga negara akan informasi dan sarana-sarana yang perlu untuk mendapatkannya.

²² Haryatmoko, *Etika Komunikasi Manipulasi Media, Kekerasan, Dan Pronografi* (Yogyakarta: Kanisius, 2007). 45

Masuk dalam kategori ini ialah perlindungan atas sumber berita; pemberitaan informasi yang benar dan tepat, jujur dan lengkap; pembedaan antara fakta dan komentar, informasi dan opini; sedangkan mengenai metode untuk mendapatkan informasi harus jujur dan pantas (harus ditolak jika ternyata hasil curian, menyembunyikan, menyalahgunakan kepercayaan, dengan menyamar, pelanggaran terhadap rahasia profesi atau instruksi yang harus dirahasiakan).

- b) Kedua, hormat dan perlindungan atas hak individual lain dari warga negara. Termasuk dalam hak ini ialah hak akan martabat dan kehormatan; hak atas kesehatan fisik dan mental; hak konsumen dan hak untuk berekspresi dalam media; serta hak jawab. Selain itu, harus mendapat jaminan juga ialah hak akan *privacy*, praduga tak bersalah. hak akan reputasi, hak akan citra yang baik, hak bersuara, dan hak akan rahasia komunikasi. Jadi, hak akan informasi tidak bisa memberi pembenaran pada upaya yang akan merugikan pribadi seseorang. Setiap orang mempunyai hak untuk menerima atau menolak penyebaran identitasnya melalui media.
- c) Ketiga, ajakan untuk menjaga harmoni masyarakat. Unsur ketiga deontologi jurnalisme ini melarang semua bentuk provokasi atau dorongan yang akan membangkitkan kebencian atau ajakan pada pembangkangan sipil.

2. Dimensi etika komunikasi yang kedua, yaitu sarana (*polity*). Dimensi sarana ini memfokuskan pada sistem media dan prinsip dasar pengorganisasian praktek penyelenggaraan informasi, termasuk yang mendasari hubungan produksi informasi. Dimensi sarana ini meliputi:
 1. Pertama, semua bentuk regulasi oleh penguasa publik (tatanan hukum dan institusi). Asas kesamaan dan masalah siapa diuntungkan atau dirugikan oleh hukum atau institusi tertentu menjadi wacana etika yang sangat relevan.
 2. Kedua, struktur sosial yang direkayasa secara politik menganut prinsip timbal balik (hubungan kekuasaan yang mempengaruhi produksi informasi), termasuk determinisme ekonomi dan teknologi. Prinsip Habermas "masing-masing pihak sepakat mengkoordinasikan tindakan mereka untuk mencapai tujuan masing-masing" akan sangat membantu merumuskan pola normatif kedua ini.
3. Sedangkan dimensi tujuan (*policy*) menyangkut demokrasi, terutama kebebasan untuk berekspresi, kebebasan pers, dan juga hak akan informasi yang benar. Dalam negara demokratis, para aktor komunikasi, peneliti, asosiasi warga negara, dan politisi harus mempunyai komitmen terhadap nilai kebebasan tersebut. Negara harus menjamin serta memfasilitasi terwujudnya nilai tersebut. Dimensi tujuan ini terkait langsung dengan meta-etika yang tidak terlalu disebutkan oleh isi etika profesi (deontologi jurnalisisme). Meta-etika mengarah pada teoretisasi materi moral, yang lebih

luas dari sekadar etika normatif. Ia menjangkau sampai pada refleksi dan pengujian batas batas yang bisa diterima dalam pelaksanaan praktek jurnalistik yang sah. Jadi, yang dipertaruhkan meliputi berbagai hak dan kebebasan: nilai dasar kebebasan pers, terutama pembenaran status istimewanya dibandingkan dengan kebebasan yang lain; masalah hubungan antara kebebasan berekspresi dan hak akan informasi dibandingkan dengan hak individual lainnya; hierarkisasi berbagai nilai yang mencakup pelaksanaan kebebasan pers, hubungan antara kebebasan pers dan demokrasi atau antara kebebasan berekspresi dan kekuasaan ekonomi atau politik.²³

3. Syarat penerapan etika komunikasi

Ada tiga pertimbangan penerapan etika komunikasi semakin mendesak menurut Boris Libois:

1. Media mempunyai kekuasaan dan efek yang dahsyat terhadap publik. Media mudah memanipulasi dan mengakienasi audiens. Dengan demikian, tugas etika ialah melindungi pihak yang lemah.
2. Etika komunikasi merupakan upaya untuk menjaga keseimbangan antara kebebasan berekspresi dan tanggung jawab.
3. Mencoba menghindari sedapat mungkin dampak negatif dari logika instrumental. Logika ini cenderung mengabaikan nilai dan makna, yang penting hanyalah mempertahankan kredibilitas pers di depan

²³ Haryatmoko. 50

publik, tujuan media sebagai instrument pencerahan kurang mendapat perhatian.²⁴

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 adalah²⁵:

- a. Membantu individu atau kelompok dalam Masyarakat untuk bertindak secara bebas tapi dapat dipertanggung jawab.
- b. Membantu individu atau kelompok dalam Masyarakat untuk dapat mengambil sikap atau tindakan secara tepat.
- c. Menciptakan rasa saling menghormati dan menghargai.

B. Tinjauan Tentang Perilaku Netizen

1. Pengertian Perilaku Netizen

Perilaku adalah serangkaian tindakan atau perbuatan yang dilakukan seseorang sebagai respon terhadap sesuatu hal dan kemudian menjadi kebiasaan melakukannya karena nilai-nilai yang diyakininya. Perilaku manusia pada hakikatnya terdiri dari perbuatan atau aktivitas manusia yang

²⁴ Dr. Haryatmoko, *Etika Komunikasi Manipulasi Media, Kekerasan, Dan Pornografi* (Yogyakarta: Penerbit Kanisius (Anggota IKAPI), 2007).

²⁵ Abi Asmana, "Pengertian Etika Komunikasi Tujuan Dan Manfaat Etika Komunikasi," n.d., <http://legalstudies71.blogspot.com/2019/07/pengertian-etika-komunikasi-%0Atujuan-dan.html?m=1>, (. diakses pada 06 mei 2024, jam 21.57

dapat diamati dan tidak dapat diamati melalui interaksi manusia dengan lingkungannya dan diwujudkan dalam bentuk pengetahuan, sikap, dan tindakan. Menurut Notoatmodjo perilaku dari segi biologis adalah suatu kegiatan atau aktivitas organisme yang bersangkutan. Perilaku manusia dapat diartikan sebagai suatu aktivitas yang sangat kompleks sifatnya, antara lain perilaku dalam berbicara, berpakaian, berjalan, persepsi, emosi, pikiran dan motivasi.²⁶

Menurut Damayanti dilihat dari bentuk respon terhadap stimulus ini maka perilaku dibedakan menjadi dua, yaitu²⁷:

- 1) Perilaku tertutup (*convert behavior*) yakni respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk terselubung atau tertutup (*convert*). Respon terhadap stimulus ini masih terbatas pada perhatian, persepsi, pengetahuan atau kesadaran dan sikap yang terjadi pada orang yang menerima stimulus tersebut belum dapat diamati secara jelas oleh orang lain.
- 2) Perilaku terbuka (*overt behavior*) yakni respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk tindakan nyata atau terbuka. Respon terhadap

²⁶ Sri Witari, Dewa Nyoman Sudjana, and I Suarjana, "PERILAKU KONSUMSI GIZI SEIMBANG MAHASISWA JURUSAN GIZI POLITEKNIK KESEHATAN DENPASAR.," *Jurnal Ilmu Gizi* 6, no. 2 (2015): 75–89.

²⁷ A. Damayanti, "Analisis Faktor Predisposisi Yang Berhubungan Dengan Perilaku Masyarakat Dalam Pemberantasan Sarang Nyamuk (Psn) Di Rw 004 Kelurahan Nambangan Kidul Kecamatan Manguharjo Kota Madiun Tahun 2017,"

stimulus tersebut sudah jelas dalam bentuk tindakan atau praktik, dengan mudah dapat diamati atau dilihat oleh orang lain.

Berbicara perihal perilaku netizen, selain mengetahui pengertian dari perilaku. Pengertian singkat dari netizen perlu diketahui, istilah netizen adalah masyarakat yang aktif dalam kegiatan media online diberi ruang yang tidak terbatas pada tempat dan waktu. Ada keleluasan untuk menyampaikan apa pun termasuk mengomentari postingan orang lain.²⁸ Kata netizen menyebut seseorang yang aktif terlibat dalam komunitas maya atau Internet. Istilah tersebut juga umum ditujukan kepada kepentingan dan kegiatan aktif di Internet, menjadikannya wadah sosial dan interlektual, atau struktur politik di sekitarnya, khususnya terkait akses terbuka, netralitas internet dan kebebasan berbicara.²⁹

Jadi secara sederhana perilaku netizen adalah tindakan atau perbuatan yang dilakukan seseorang sebagai respon terhadap sesuatu hal yang ada pada internet atau media online kemudian menjadi kebiasaan melakukannya karena tidak adanya batasan ruang dan waktu. Memiliki keleluasan dalam berekspresi, berinteraksi ataupun hingga menyampaikan pendapat secara bebas di media online. Salah satunya yang dapat kita temui dan menjadi pusat penelitian yang

²⁸ Stepanus Angga, Antonius Alfredo Poa Poa, and Fabianus Rikardus Rikardus, "Etika Komunikasi Netizen Indonesia Di Media Sosial Sebagai Ruang Demokrasi Dalam Telaah Ruang Publik Jurgen Habermas," *Jurnal Filsafat Indonesia* 6, no. 3 (2023): 384–93.

²⁹ "Residen, Citizen Dan Netizen," johorejo.desa.id, 2023, <http://johorejo.desa.id/kabardetail/OHRCQ2FkSUNBU3JJYkI5MVRkREE3UT09/residen--citizen-dan-netizen.html>.

melatar belakangnya yaitu respon ataupun perilaku netizen dalam bentuk komentar pada media social.

2. Netizen dalam Media Sosial

Manusia karena makhluk sosial sehingga butuh terhadap suatu informasi yang tidak hanya terbatas pada surat kabar, majalah, televisi, ataupun radio sehingga sampai merambat ke media online misalnya sosial media. Media online sering disebut new media atau dikenal dengan internet.³⁰ 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 misalnya video, foto, dokumen, teks, dan sebagainya. Media baru ini hadir dalam perangkat mobile atau smartphone sehingga membuat pengguna merasa nyaman dan betah.

Sosial media sangat menarik dari berbagai kalangan masyarakat Indonesia. Sesuai karakter penduduk yang socialable, maka netizen paling banyak adalah pengguna media sosial.³¹ Dari anak-anak hingga orang-orang dewasa menggunakan sosial media untuk berbagai macam kegiatan. Media

³⁰ R. Agianto, R., Setiawati, A. and Firmansyah, "Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup Dan Etika Remaja," *Tematik : Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 7(2), Pp. 130–139., 2020.

³¹ A. Afriani, F. and Azmi, "Penerapan Etika Komunikasi Di Media Sosial : Analisis Pada Grup WhatsApps Mahasiswa PPKn Tahun Masuk 2016 Fakultas Ilmu Sosial," *Universitas Negeri Padang*, *Journal of Civic Education*, 3(3), Pp. 331–338., 2020.

sosial yang sering digunakan ialah seperti youtube, facebook, twitter, instagram, path, line, whatsapp, tiktok.

Dalam bersosial media seharusnya tetap memperhatikan unsur etika agar tidak terjadi kerugian bagi pihak-pihak yang dirugikan dan berujung pada tindakan pelanggaran hukum. Etika berkomunikasi di internet dikenal dengan istilah Netiket. Netiket merupakan aturan dan tata cara penggunaan internet sebagai alat komunikasi atau pertukaran informasi antar-sekelompok orang dalam system yang termediasi. Dengan adanya Netiket diharapkan pengguna menerapkan etikanya tersebut.

C. Tinjauan tentang Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

New media adalah media yang menawarkan *digitisation*, *covergence*, *interactivity*, dan *development of network* terkait pembuatan pesan dan penyampaian pesan. *New media* juga memiliki yaitu pilihan dalam informasi yang dikonsumsi, sekaligus mengendalikan keluaran informasi yang adanya pilihan diinginkan. Kemampuan dalam menawarkan suatu *interactivity* inilah yang menjadi konsep sentral dari pemahaman *new media*.³²

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein menyatakan bahwa media sosial merupakan aplikasi berbasis internet yang digunakan oleh kelompok yang dibentuk atas dasar teknologi serta ideologi yang memungkinkan terjadinya

³² Katly N Sidauruk, "Pemanfaatan Media Sosial TIKTOK Sebagai Media Promosi Baru," *Ilmu Komunikasi* 7, no. 1 (2021): 1–68.

user-generated content. Setiap media sosial memiliki bentuk yang tidak sama. Haenlein dan Kaplan membagi media sosial menjadi enam jenis, antara lain: kelompok konten, *microblogs* dan blog, agenda kolaborasi, *game virtual*, sosial *virtual*, dan jejaring sosial.³³

Media sosial merupakan sebuah media yang sudah difasilitasi internet atau disebut media *online*, media sosial merupakan *platform* yang sangat efektif untuk menyampaikan informasi. Menurut *Keller*, media sosial sebuah sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi, teks, gambar, audio, dan *video* dengan satu sama lain dan dengan perusahaan.

Menurut *Susan* tujuan paling umum penggunaan sosial media yaitu:

- 1) Membangun hubungan
- 2) Membangun merek
- 3) Publisitas
- 4) Promosi
- 5) Riset pasar

Menurut *Kiler* ada tiga *platform* utama dalam media sosial antara lain:

- 1) *Online Communitites and froups*,
- 2) *Blogs*,
- 3) *Sosial Networks* ³⁴

³³ Cindie Sya'bania Feroza and Desy Misnawati, "Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun@ Yhoophii_official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan," *Jurnal Inovasi* 14, no. 1 (2020): 32–41.

³⁴ Indita Dewi Aryani and Dita Murtiariyati, "Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada ADA Souvenir Project," *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia* 2, no. 2 (2022): 466–77.

2. Jenis Media Sosial

- 1) Aplikasi media sosial berbagi video (*Video Sharing*). Aplikasi berbagi video tentu sangat efektif untuk menyebarkan beragam program pemerintah. Ada tiga program yang perlu diperhatikan, terkait dengan jumlah user dan komunitas yang telah diciptakan oleh mereka yakni YouTube, Vimeo dan DailyMotion.
- 2) Aplikasi media sosial mikroblog. Aplikasi mikroblog tergolong yang paling gampang digunakan di antara program-program media sosial lainnya. Peran pendukungnya tak perlu repot menggunakan telepon pintar, cukup dengan menginstal aplikasinya dan jaringan internet. Aplikasi ini menjadi yang paling tenar di Indonesia setelah Facebook. Ada dua aplikasi yang cukup menonjol dalam masyarakat Indonesia, yakni Twitter dan Tumblr.
- 3) Aplikasi media sosial berbagi jaringan sosial. Setidaknya ada tiga aplikasi berbagi jaringan sosial yang menonjol dan banyak penggunanya di Indonesia, khususnya untuk tipe ini. Yakni Facebook, Google Plus, serta Path.
- 4) Aplikasi berbagi jaringan profesional. Para pengguna aplikasi berbagi jaringan profesional umumnya terdiri atas kalangan akademi, mahasiswa para peneliti, pegawai pemerintah dan pengamat. Sejumlah aplikasi jaringan profesional yang cukup populer di Indonesia antara lain LinkedIn, Scribd dan Slideshare.

5) Aplikasi berbagi foto. Aplikasi jaringan berbagi foto sangat populer bagi masyarakat Indonesia. Sesuai karakternya, aplikasi ini lebih banyak menyebarkan materi komunikasi sosial yang lebih santai, tidak serius, kadang-kadang banyak mengandung unsur-unsur aneh, eksotik, lucu, bahkan menyeramkan. Sebab itulah, penyebaran program pemerintah juga efektif dilakukan lewat aplikasi ini. Tentu saja, materi yang disebarkan juga harus menyesuaikan karakter aplikasi ini. Materi itu dapat berupa kunjungan misi perdagangan ke daerah yang unik, eksotik, pasar atau komunitas perdagangan tertentu. Beberapa aplikasi yang cukup populer di Indonesia antara lain Pinterest, Picasa, Flickr dan Instagram.³⁵

3. Ada beberapa karakteristik dari media sosial menurut Nasrullah:

- a. Jaringan (*network*), adalah infrastruktur yang menghubungkan antara komputer dengan perangkat keras lainnya.
- b. Informasi (*informations*), menjadi entitas penting di media sosial karena pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan.
- c. Arsip (*archive*), bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bias diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun.

³⁵ Tongkotow Liedfray, Fonny J Waani, and Jouke J Lasut, "Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara," *Jurnal Ilmiah Society* 2, no. 1 (2022).

- d. Interaksi (*interactivity*), media sosial membentuk jaringan antar pengguna yang tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower*) semata, tetapi harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut.
- e. Simulasi sosial (*simulation of society*), media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (*society*) di dunia virtual.
- f. Konten oleh pengguna (*user-generated content*). Di Media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. UGC merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi.³⁶

4. Manfaat Media Sosial

Fenomena kehadiran media sosial sebagai dampak dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memang luar biasa. Dengan berbagai layanan yang dapat digunakan, media sosial telah merubah cara berkomunikasi dalam masyarakat, kehadiran media sosial bahkan membawa dampak dalam cara berkomunikasi disegala bidang, seperti komunikasi pemasaran, komunikasi politik dan komunikasi dalam sistem pembelajaran. Kehadiran media sosial tersebut ternyata membawa dampak perubahan cara berkomunikasi dari konvensional menjadi modern dan serba digital, namun juga menyebabkan komunikasi yang berlangsung efektif.³⁷

³⁶ “Senikomunikasi, Pengertian Media Sosial Dan Jenis-Jenisnya,” 2022, <https://senikomunikasi.com/pengertian-media-sosial-dan-jenis-jenisnya/>.

³⁷ Tasaqofatul Anis Mardiyah, “Wacana Pemindahan Ibu Kota Di Media Sosial.”,” *Skrispi (Purwokerto: Fak. Dakwah IAIN Purwokerto, 2020)*, 34

D. Tinjauan tentang Instagram

1. Pengertian Instagram

Instagram atau sering disebut IG merupakan jenis media sosial berupa aplikasi yang digunakan penggunanya untuk berbagi gambar serta video dan dapat menerapkan filter pada foto maupun video kemudian menyebarkannya ke jejaring sosial lainnya (Wikipedia). Instagram berasal dari dua kata, yaitu “*insta*” dan “*gram*”. Kata “*insta*” berasal dari kata instan, yang berarti pengguna aplikasi ini dapat membagikan foto maupun video secara instan. Sedangkan “*gram*” berasal dari kata telegram, yang berarti pengguna aplikasi ini dapat membagikan foto maupun video dengan cepat. Instagram pada dasarnya terhubung dengan facebook, karena instagram adalah bagian dari aplikasi facebook. Jadi, kita dapat menghubungkan teman pada aplikasi facebook ke instagram. Karena banyaknya pengguna Instagram, Instagram bertambah fungsi menjadi wadah pengusaha dalam mempromosikan produk nya melalui Instagram. Instagram menawarkan fitur yang dapat digunakan penggunanya, antara lain memiliki *followers* maupun *following*, mengunggah foto maupun video, memberikan efek atau filter, *instagram stories*, *direct message* dan sebagainya.³⁸

Menurut Atmoko, Instagram adalah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital

³⁸ Feroza and Misnawati, “Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun@Yhoophii_official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan.”

dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial termasuk milik Instagram sendiri.³⁹ Instagram adalah media sosial yang lahir dari sebuah Perusahaan yaitu Burbn, Inc. Perusahaan itu berdiri pada 6 Oktober 2010 dan didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Saat ini, mereka berdua menjadi CEO Instagram.⁴⁰

Sebagai salah satu media sosial populer, Instagram menghadirkan rangkaian kemampuan yang sangat berguna dan dapat diakses oleh semua orang tanpa memandang usia. Instagram telah menjadi fenomena tersendiri di kalangan pengguna media sosial, khususnya para remaja. Meski banyak media sosial lainnya yang sering digunakan, Instagram sendiri juga tak kalah terkenal karena Instagram merupakan salah satu media sosial pertama yang menghususkan dalam hal import dan berbagi foto.

Alasan mengapa Instagram berhasil meraih kepopulerannya tak lain karena kebiasaan masyarakat sekarang yang cenderung narsis. Dimanapun dan kapanpun kita dapat berfoto lalu menguploadnya di Instagram. Dan bukan hanya foto pribadi, foto makanan, peristiwa yang sedang terjadi, tempat-tempat umum yang biasanya memiliki daya tarik tidak pernah lepas menjadi sasaran pengguna Instagram untuk difoto. Pada tanggal 9 April 2012, diumumkan bahwa Facebook setuju mengambil alih Instagram

³⁹ Anwar Sidiq, "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Sosial," *Skripsi Dakwah Dan Ilmu Komunikasi*. (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017), n.d.

⁴⁰ Muhammad Farid Fanani, "Instagram Adalah Media Sosial Berbasis Foto Dan Video, Pahami Fungsi Dan Fiturnya," n.d., <https://www.merdeka.com/Sumut/Instagram-Adalah-Media-Sosial-Berbasis-Foto-Dan-Video-%0ASimak-Penjelasan-Kln.Html>.

dengan nilai hampir \$1 miliar dalam bentuk tunai dan saham. Berikut peneliti sajikan gambar perubahan-perubahan ikon instagram dari tahun 2010 sampai dengan sekarang.

Gambar 2.2
Ikon-ikon Instagram



Sumber: <https://logos-world.net/instagram-logo/>

Gambar 2.1 diatas merupakan perubahan Icon Aplikasi Instagram dari Tahun 2010 sampai Sekarang. Pada tanggal 11 Mei 2016, Instagram memperkenalkan tampilan baru sekaligus ikon baru dan desain aplikasi baru. Terinspirasi oleh ikon aplikasi sebelumnya, ikon baru merupakankamera sederhana dan pelangi hidup dalam bentuk gradien.⁴¹

⁴¹ Ikhsan Tila Mahendra, “Peran Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Kepribadian Remaja Usia 12-17 Tahun Di Kelurahan Kebalen Kecamatan Babelan Kabupaten Bekasi.”, *Skripsi (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2017)* 37

2. Beberapa fitur-fitur yang ada di Instagram adalah:

1. Tag dan Hastag

Fitur ini sebagaimana jejaring sosial pada umumnya memiliki fungsi untuk menandai teman atau mengelompokkan foto dalam satu label.

2. Instastory

Instastory adalah fitur terbaru dari Instagram, yang mengambil format snapchat dimana unggahan hanya akan bertahan selama 1 hari dengan durasi maksimal 15 detik.⁴² Instastory tidak hanya dalam bentuk foto atau video dengan filter yang menarik bisa juga berupa teks, stiker, dan music.

3. Like and Comments

Fitur Likes dan Comments dapat menjadi jembatan untuk menunjuk suka atau komentar di foto atau video postingan pengguna lain. Dengan like dapat menunjukkan apresiasi, sementara comment menjadi bentuk interaksi lebih lanjut antara pemilik postingan dengan pengikutnya.

⁴² Vitri Nainggolan, Sintje A Randonuwu, and Grace J Waleleng, "Peranan Media Sosial Instagram Dalam Interaksi Sosial Antar Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Unsrat Manado," *Jurnal Acta Diurna* 7, no. 4 (2018): 1–15, <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/22022>.

4. Direct Message

Direct Message atau DM sebagai tempat untuk berkomunikasi antar pribadi ataupun grup dalam bentuk *room chat*. Pada *room chat* dapat saling mengirim atau berbalas teks, foto, video, dan berbagai macam pesan multimedia langsung ke akun teman atau *follower*. Bahkan sekarang ada sebagiann *public figure* yang memiliki channel secara eksklusif untuk dapat saling berinteraksi didalamnya.

5. Explore

Fitur explore dapat membantu penggunanya untuk menemukan konten konten yang menarik, berdasarkan minat dan aktivitas di Instagram. Explore dapat menjadi jalan pintas pengguna dalam mengeksplorasi konten yang sesuai dengan si pengguna.

6. Live

Fitur live ialah siaran langsung yang dapat diakses oleh pengikut secara *real-time*. Di dalam live kita bisa berkomunikasi dalam bentuk komentar ataupun bergabung langsung di dalam live tersebut.

7. Reels

Reels adalah fitur video pendek, biasanya pengguna akan memposting reels dengan beragam kreativitas yang durasi hanya 15-60 detik saja. Reels juga didukung dengan musik, efek kreatif dan teks.

8. IGTV (Instagram TV)

Instagram TV hampir sama seperti reels namun durasi yang diberikan lebih Panjang yaitu sampai 60 detik dengan kualitas video tinggi.⁴³

9. Fitur Add Yours

Fitur ini merupakan fitur baru Instagram yang memungkinkan pengguna untuk membuat template “Add Yours”, sehingga pengguna dapat menyematkan GIF, teks, dan gambar ke template Stories, yang nantinya bisa dibagikan dengan pengguna lain. Adapun cara membuat template “Add Yours” yaitu Anda bisa menambahkan GIF, teks, dan gambar ke cerita mereka sendiri.

10. Threads

Fitur Threads adalah fitur baru Instagram yang memungkinkan pengguna untuk membuat thread, membalas orang lain, dan mengikuti profil akun lain yang diminati. Fitur Thread ini dianggap sebagai pesaing Threads di Twitter atau sekarang dikenal X.

11. Flipside

Fitur Flipside Instagram ini dianggap bisa menggantikan akun “second account”. Karena Flipside Instagram memungkinkan pengguna untuk membuat profil khusus atau profil baru yang lebih privat dan berbeda dari profil utamanya dalam satu akun Instagram.

Fitur Flipside ini mewadahi pengguna yang ingin mengekspresikan

⁴³ Gank Content Team, “Apa Itu Instagram? Fungsi, Kelebihan, Hingga Fitur-Fiturnya,” 2024, https://ganknow.com/blog/apa-itu-instagram/#3_IGTV_Instagram_TV.

diri dan berinteraksi dengan teman secara lebih privasi seperti halnya fungsi “*second account*”.⁴⁴

3. Fungsi Media Sosial Instagram

Berikut merupakan fungsi media sosial Instagram:⁴⁵

a. Interaksi antara pengguna instagram

Ini tentunya merupakan fungsi utama dari setiap aplikasi media sosial. Sebelumnya dikatakan bahwa interaksi spesifik instagram dapat melalui berbagi foto atau video dan mengirim pesan (DM). Ada juga fitur perekaman langsung atau fitur insta story yang populer, yang memungkinkan untuk berbagi kegiatan mereka melalui video langsung sambil berinteraksi dengan teman-teman yang menontonnya

b. Rekomendasi tempat liburan

Tidak dapat dipungkiri bahwa sebagian besar foto atau video yang dibagikan diinstagram memberikan informasi dan keindahan tujuan wisata. Semua orang menginginkan perjalanan liburan yang yang diambil dalam foto atau video dan kemudian dibagikan ke instagram. Bagi teman atau pengguna lain, ini tentu merupakan

⁴⁴ Sosiakita, “Deretan Fitur Terbaru Instagram Maret 2024, Apa Saja?,” 2024, <https://sosiakita.com/fitur-terbaru-instagram-2024/>.

⁴⁵ Rulli Nasrullah, *Media Sosial* (Bandung: Simbiosia Rekatama Media, 2015).12

keuntungan karena mereka bisa mengenal keindahan tempat wisata tanpa harus mencari di internet.

c. Mencari Dan Berbagi Informasi atau ilmu

pengetahuan. Tentu saja, di antara banyak pengguna instagram, anda akan menemukan akun non pribadi/pribadi dengan informasi dan keahlian dibidang tertentu. Contohnya termasuk akun yang berbagi informasi kesehatan, informasi tujuan wisata, informasi yang jelas atau misterius, dan sebagainya. Menggunakan video juga dapat digunakan untuk berbagi tutorial, meskipun waktunya terbatas. tentu saja, ini bisa menjadi nilai positif dalam dirinya sendiri jika anda menggunakan instagram.

d. Sebagai Sarana Pemasaran

Pada saat ini, ada banyak pelaku bisnis atau penjual produk atau layanan yang mulai menggunakan pemasaran online atau advertising. Tidak hanya disitus web resmi anda dapat menggunakan media sosial dan dengan semakin populernya instagram, tentu saja menawarkan keuntungan tersendiri ketika produk atau layanan dipasarkan disini, serta fitur penerbitan foto yang dapat dengan dengan jelas menggambarkan produk yang anda tawarkan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian adalah ilmu yang mempelajari cara-cara melakukan pengamatan dengan pemikiran yang tepat secara terpadu melalui tahapan-tahapan yang disusun secara ilmiah untuk mencari, menyusun serta menganalisis dan menyimpulkan data-data, sehingga dapat dipergunakan untuk menemukan, mengembangkan dan menguji kebenaran sesuatu pengetahuan berdasarkan bimbingan Tuhan. Metodologi penelitian terdiri dari kata metodologi yang berarti ilmu tentang jalan yang ditempuh untuk memperoleh pemahaman tentang sasaran yang telah ditetapkan sebelumnya. Sejalan dengan makna penelitian tersebut di atas, penelitian juga dapat diartikan sebagai usaha/kegiatan yang mempersyaratkan keseksamaan atau kecermatan dalam memahami kenyataan sejauh mungkin sebagaimana sasaran itu adanya.⁴⁶

A. Jenis Penelitian dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan data jenis kualitatif, dalam bahasa inggrisnya penelitian ini disebut dengan *research*. Menurut *Denzin & Lincoln* menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. *Erikson* juga menyatakan bahwa penelitian kualitatif berusaha untuk menemukan dan menggambarkan secara naratif kegiatan yang dilakukan dan dampak dari tindakan yang dilakukan terhadap mereka.

⁴⁶ Yoggi Hamdani, "Metodolgi Penelitian," *Academia Edu*, n.d.

Diperjelas dengan penelitian bersifat deskriptif, Suharsimi Arikunto menjelaskan bahwa jenis penelitian deskriptif yaitu jika peneliti ingin mengetahui status sesuatu dan sebagainya, maka penelitiannya bersifat deskriptif yaitu menjelaskan peristiwa dan sesuatu.⁴⁷

Dengan deskriptif kualitatif, analisis data yang diperoleh (berupa kata-kata, gambar atau perilaku), dan tidak dituangkan dalam bentuk bilangan atau angka statistik, melainkan dengan memberikan paparan atau penggambaran mengenai situasi atau kondisi yang diteliti dalam bentuk uraian naratif.⁴⁸ Jenis pendekatan yang digunakan peneliti yaitu dengan menggunakan pendekatan Study Kasus. Study Kasus berasal dari terjemahan dari bahasa Inggris “*A Case Study*” atau “*Case Studies*”, Kata “Kasus” diambil dari kata “Case” yang menurut Kamus *Oxford Advanced Learner’s Dictionary of Current English* diartikan sebagai: 1). “*instance or example of the occurrence of sth.*”, 2). “*actual state of affairs; situation*”, dan 3). “*circumstances or special conditions relating to a person or thing*”. Secara berurutan artinya ialah 1). contoh kejadian sesuatu, 2). kondisi aktual dari keadaan atau situasi, dan 3). lingkungan atau kondisi tertentu tentang orang atau sesuatu. Berdasarkan pengertian diatas bisa disimpulkan bahwa Studi kasus merupakan bagian dari kajian yang mendalam terhadap sesuatu yang berbeda atau unik yang ada dalam suatu kelompok, lembaga atau individu tertentu.⁴⁹

⁴⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Bina Aksara, 1992).

⁴⁸ Prof. Sukardi Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, ed. Restu Damayanti, pertama (Bumi Aksara, 2021).

⁴⁹ Taufik Hidayat, “PEMBAHASAN STUDI KASUS SEBAGAI BAGIAN METODOLOGI PENELITIAN,” *Universitas Muhammadiyah Purwokerto*, 2017, 32.

Pendekatan ini dipilih peneliti karena selaras dengan penelitian yang dilakukan pada postingan Instagram @Curup_kito yang membahas postingan teraktual dan melihat bagaimana respon netizen pada kolom kementar. Seperti yang disampaikan Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M.Si bahwa Studi Kasus ialah suatu serangkaian kegiatan ilmiah yang dilakukan secara intensif, terinci dan mendalam tentang suatu peristiwa, kejadian, dan aktivitas baik pada tingkat perorangan, sekelompok orang, Lembaga atau organisasi untuk memperoleh pengetahuan mendalam tentang peristiwa tersebut. Pada umumnya target penelitian studi kasus ialah hal yang actual (*Real-Life*).⁵⁰

B. Subjek Penelitian

Subjek Penelitian menurut Arikunto ialah batasan pada penelitian, peneliti bisa menentukannya dengan benda, hal, atau orang sebagai variable penelitian. Pada penelitian ini subjeknya ialah etika komunikasi netizen dalam berkomentar di akun Instagram @curup_kito terkait pada postingan yang bersifat actual dan ter-update. Instagram @curup_kito ialah akun yang bersifat platform pemberitaan, informasi dan hiburan kota curup dan sekitarnya. Yang kini terhitung di awal tahun 2024 telah memiliki pengikut 72 ribu dengan 4,5 ribu postingan. Yang telah ada sebagai pengguna instagram sejak Desember 2016 dengan postingan pertamanya di bulan maret 2017.

⁵⁰ Hidayat.

C. Sumber data

Dalam pengumpulan sumber data, penulis melakukan pengumpulan sumber data dalam wujud data primer dan data sekunder:

a. Data primer:

Menurut Hasan: data primer ialah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Data primer di dapat dari sumber informan yaitu individu atau perseorangan seperti hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti.⁵¹ Pada penelitian ini, sumber data utama (primer) yang digunakan peneliti adalah konten media sosial instagram pada akun Curup Kito (@curup_kito). Sebagai bahan menganalisis peneliti dalam memilih postingan di instagram @curup_kito akan menggunakan teknik purposive sampling.

Teknik purposive sampling artinya ialah teknik mengambil sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu sebelumnya.⁵² Penggunaan teknik ini digunakan peneliti karena menyadari bahwa tidak semua postingan @curup_kito dapat dimasukkan ke dalam penelitian. Perlu ada pertimbangan dan daftar kriteria tertentu. Adapun kriteria tersebut yang ditentukan peneliti sebagai berikut:

⁵¹ Abror Khozin, "Persepsi Pemustaka Tentang Kinerja Pustakawan Pada Layanan Sirkulasi Di Perpustakaan Daerah Kabupaten Sragen," *Menejemen*, 2013, 30–39, http://eprints.undip.ac.id/40779/3/BAB_III.pdf.

⁵² Zelika Anggun Cahnia, Nurhayati Darubekti, and Fransiska Timoria Samosir, "Pemanfaatan Mendeley Sebagai Manajemen Referensi Pada Penulisan Skripsi Mahasiswa Program Studi Perpustakaan Dan Sains Informasi Universitas Bengkulu," *Palimpsest: Journal of Information and Library Science* 12, no. 1 (2021): 48–54.

1. Postingan berada di periode Januari-Juni 2024
 2. Jumlah like mencapai angka 2000 lebih
 3. Komentar mencapai angka 200 dan terdapat komentar negatif
- b. Data sekunder:

Data sekunder ialah data tambahan atau pendukung data primer. Peneliti mendapatkan data melalui sumber bacaan dan berbagai macam sumber lainnya yang terdiri dari buku dan dokumen resmi dari instansi pemerintah/lembaga. Dapat juga karya ilmiah publikasi dari berbagai organisasi yang menghasilkan: hasil *survey*, *study histories*, dan sebagainya.⁵³

D. Teknik pengumpulan data:

Dalam melakukan pengumpulan data, peneliti melakukan tahap berikut:

- a. Observasi: Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung pada objek kajian. Observasi yang di maksud dalam teknik pengumpulan data ini ialah observasi pra-penelitian, saat penelitian dan pasca-penelitian yang digunakan sebagai metode pembantu, dengan tujuan untuk mengamati media sosial akun Instagram @curup_kito.⁵⁴ Data yang akan diambil dapat berupa informasi yang diposting oleh akun instagram @curup_kito.
- b. Dokumentasi: Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, tulisan angka dan

⁵³ Lexy J. Moleong, "Metode Penelitian Kualitatif," *Landasan Teori* 53, no. 9 (2010): 280.

⁵⁴ Khozin, "Persepsi Pemustaka Tentang Kinerja Pustakawan Pada Layanan Sirkulasi Di Perpustakaan Daerah Kabupaten Sragen."

gambar yang berupa laporan serta keterangan yang mendukung penelitian.⁵⁵ Suatu penelitian dapat dipercayai apabila didukung dengan adanya bukti foto atau gambar. Dalam penelitian ini peneliti akan mengambil foto atau gambar secara langsung di akun instagram @curup_kito. Metode dalam tahap pengumpulan dokumentasi ini akan sesuai dengan masalah yang diteliti yaitu setiap postingan yang telah memenuhi kriteria peneliti, dengan pengambilan tangkapan layar (*screenshots*).

E. Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data yang dikembangkan oleh Miles and Huberman. Miles and Huberman mengemukakan aktivitas dalam analisis data kualitatif harus dilakukan secara terus menerus sampai tuntas.⁵⁶ Analisis Interactive Model dari Miles and Huberman dalam kegiatan analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif yang terbagi dalam beberapa bagian yaitu: reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*display data*) dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (*conclusions*). Berikut uraian tersebut dalam menganalisis data model interaktif ini, yaitu:

1) Reduksi Data

Reduksi data berarti membuat rangkuman, memilih tema, membuat kategori dan pola tertentu sehingga memiliki makna. Reduksi data merupakan bentuk analisis untuk mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang dan Menyusun data ke arah pengambilan kesimpulan.

⁵⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2007).

⁵⁶ FLORENTINA GALUH ESTHI, "Analisis Gaya Hidup Imitasi Remaja Dalam Komunitas Maranatha Youthteen Di Ungaran," 2019, 28–34.

2) Penyajian Data

Display data merupakan proses menyajikan data setelah dilakukan reduksi data. Penyajian data dalam penelitian kualitatif dilakukan dalam bentuk ikhtisar, bagan, hubungan antar kategori, pola dan lain-lain sehingga mudah dipahami pembaca. Data yang telah tersusun secara sistematis akan memudahkan pembaca memahami konsep, kategori serta hubungan dan perbedaan masing-masing pola atau kategori.

3) Penarikan Kesimpulan

Tahap berikutnya pengambilan keputusan dan melakukan verifikasi. Pada penelitian kualitatif untuk kesimpulan awal yang diambil masih bersifat sementara, Sehingga dapat berubah setiap saat apabila tidak didukung bukti-bukti yang kuat. Tetapi apabila kesimpulan yang telah diambil didukung dengan bukti-bukyi yang sah atau konsisten, maka kesimpulan yang diambil bersifat fleksibel.

Kesimpulan hasil penelitian harus dapat memberikan jawaban terhadap rumusan masalah, kesimpulan juga harus menghasilkan temuan baru di bidang ilmu yang sebelumnya belum ada. Temuan tersebut dapat berupa deskripsi tentang suatu objek atau fenomena yang sebelumnya masih samar, setelah diteliti menjadi lebih jelas, dapat pula berupa hipotesis bahkan teori baru.⁵⁷

⁵⁷ Helaluddin & Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori & Praktek*, Pertama, 1 (Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2019).

BAB IV

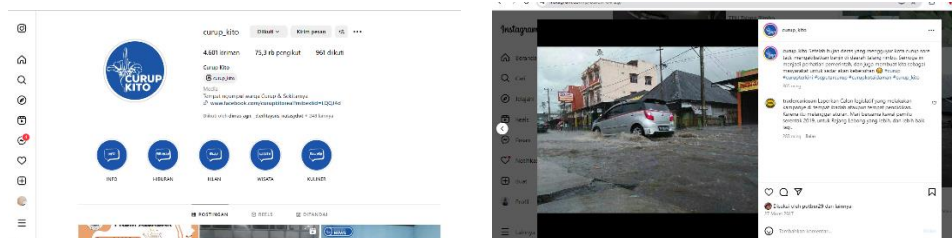
HASIL DAN PEMBAHASAAN

A. Gambaran Umum Akun Instagram @curup_kito

Akun instagram @curup_kito merupakan akun milik perorangan yang identitas pemilik tidak ingin disebutkan. Dihimpun oleh peneliti bahwa pemilik akun memiliki alasan dibuatnya akun tersebut karena merasa kurangnya informasi mengenai kota curup. Sehingga tergerak-lah untuk membuat akun dengan nama @curup_kito dengan postingan pertama kalinya pada tanggal 27 maret 2017 tentang banjir di talang rimbo. Dampak yang dapat dirasakan oleh pemilik akun setelah adanya akun @curup_kito ialah adanya kemudahan dalam berbagi informasi baik ke masyarakat luas, pemerintah daerah, instansi penegak hukum ataupun pihak lainnya.

Gambar 4.1

Tangkapan layar akun @curup_kito dan postingan pertama di Instagram



sumber: Instagram @curup_kito

Sumber postingan @curup_kito dapat berasal dari *Direct Messages* (DM) netizen sebagai pengikut (*follower*), media sosial ataupun dari kiriman wartawan. Dalam sehari pemilik akun @curup_kito dapat memposting 2 sampai dengan 5 *feed*. Tentunya tiap postingan tersebut, pemilik akun memiliki tanggung jawab penuh terhadap apa yang di post ke media sosial. Sejak hadir di 2017, pengikut instagram @curup_kito selalu bertambah tiap tahunnya. Hingga saat ini dihimpun oleh peneliti telah ada sebanyak 75,3 ribu pengikut.⁵⁸

B. Hasil Penelitian

a) Analisis Etika Komunikasi

Hak untuk berkomunikasi di ruang publik seperti media sosial merupakan hak siapapun serta menjadi hak yang mendasar para penggunanya, namun harus adanya etika komunikasi pada media sosial tersebut sebagai bentuk dari bijaknya penggunaan media sosial. Dari sajian data yang tersampaikan, ada analisis yang dapat diuraikan sesuai dengan skema tiga dimensi etika komunikasi:

a) Dimensi Aksi

1). Kesadaran moral atau nurani aktor komunikasi

Aktor komunikasi menjadi bagian dari aksi komunikasi (*Politics*), yang memiliki tanggung jawab terhadap informasi yang dibagikan. Pada instagram @curup_kito, pemilik akun memiliki tanggung jawab penuh terhadap apa yang disampaikan melalui postingannya. Namun,

⁵⁸ "Data dari @curup_kito."

hal ini tidak dapat terealisasi. Pemilik akun instagram @curup_kito tidak diketahui siapa pemiliknya oleh para pengikutnya.

Akun Anonimitas yang dilakukan oleh akun @curup_kito dapat disebabkan untuk menjaga privasi dan lebih memilih fokus pada konten atau postingan yang ditampilkan. Agar netizen sebagai audiens lebih fokus pada apa yang disampaikan, bukan siapa yang menyampaikan. Dalam hal ini, anonimitas bisa menyulitkan penegakan hukum jika terjadi pelanggaran hukum atau regulasi. Tanpa identitas yang jelas, sulit untuk menindaklanjuti pelanggaran, bila ada pelaporan perihal postingan yang ada pada akun @curup_kito.

2). Deontologi Jurnalisme

Deontologi jurnalisme pada dasarnya berada pada media massa yang mengacu akan adanya serangkaian prinsip, seperti: akurasi, kejujuran, transparansi, keadilan tanggung jawab sosial. Berdasarkan penelitian pada akun @curup_kito ditemui bahwa:

- a) Prinsip deontologi jurnalisme tidak dapat sepenuhnya diterapkan saat membagikan informasi melalui postingan media sosial. Tidak adanya verifikasi yang dilakukan yang dapat menyebabkan penyebaran berita palsu atau informasi yang salah. Dengan akun yang anonimitas tentu membuat @curup_kito bebas memposting jenis informasi dari yang penting hingga hanya sekedar hiburan.

Anonimitas memiliki kebebasan dalam memposting tanpa harus mengikut aturan jurnalisme. Seperti hal dasar yaitu verifikasi suatu pemberitaan bukan hal yang harus dilakukan bagi

Postingan tanpa adanya verifikasi ditemukan oleh peneliti di postingan yang berjudul “Heboh Video Remaja Mesum di Sungai, Lokasinya diduga di Trokon” pada tanggal 29 Januari 2024.

Gambar 4.2

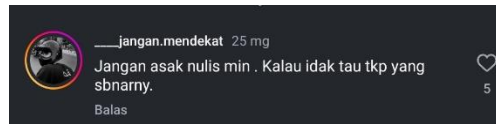
Postingan @curup_kito tentang adanya video mesum



Pada postingan diatas terdapat caption yang menjelaskan adanya dugaan aksi tak senonoh remaja di sebuah sungai yang diduga berada di wisata Ulu Musi Trokon. Postingan itu mendapati beragam respon dari netizen salah satunya, ada netizen berkomentar yang mengatakan agar tidak melakukan aksi asal posting.

Gambar 4.3

Tangkapan layar komentar netizen



Postingan tersebut mendapat klarifikasi oleh pihak wisata yang menyatakan tidak adanya aksi mesum di wilayahnya, yang terdapat pada postingan tanggal 22 Januari 2024. Klarifikasi yang diberikan merupakan video berdurasi 2 menit 18 detik.

Gambar 4.4

Tangkapan layar postingan klarifikasi di @curup_kito



Dari satu postingan ini dapat berdampak pada akun @curup_kito, yaitu walaupun dapat menarik perhatian masyarakat untuk mengikut akunnya. Kepercayaan masyarakat sebagai pengikut tentu akan menurun sehingga tiap postingan menjadi sebuah keraguan bagi pengikutnya yaitu netizen.

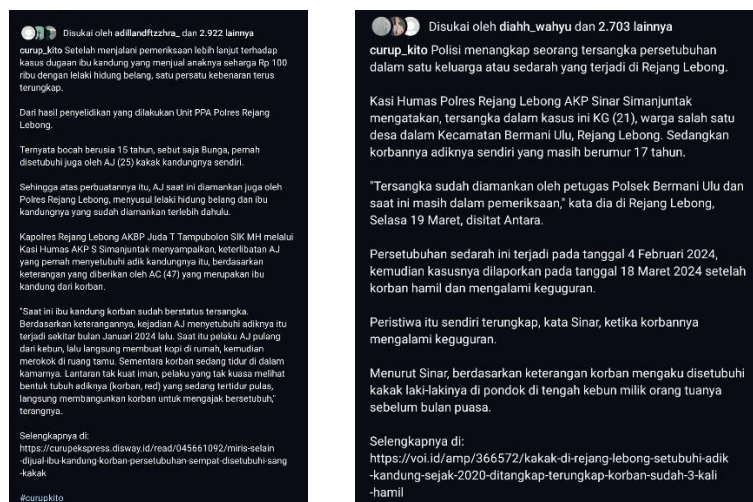
- b) Deontologi jurnalisme prinsip hormat dan adanya privasi memang tidak sepenuhnya harus ada di media sosial karena ruang

lingkupnya berbeda dengan media massa yang sesuai dengan jurnalisme yang berbentuk surat kabar, majalah, radio, televisi dan platform resmi digital. Pada akun @curup_kito peneliti melihat adanya aksi menjaga privasi terdapat postingan yang diambil dari informasi netizen sebagai bentuk menghormati dan menjaga martabat ataupun reputasi seseorang.

Postingan periode Januari-Juni yang banyak disorot ialah pemberitaan tentang aksi kejahatan. Dalam penjelasan nama pelaku dan korban, netizen hanya memberikan inisial pada caption.

Gambar 4.5

Postingan dengan caption menggunakan penyebutan inisial



Untuk postingan yang berasal dari media massa akan ada keterangan yang diberikan di bawah caption. Hal ini dapat dikatakan selain menjaga privasi, @curup_kito mencoba untuk tetap menghormati pihak media lain sebagai sumber informasi.

Begitupun dengan netizen yang memberikan informasi via *Direct Message*.

Gambar 4.6

Tangkapan layar postingan dari DM Instagram netizen



Netizen yang memberikan informasi di Direct Messages dan meminta agar identitasnya tak diperlihatkan akan ditutup demi kenyamanan pemberi informasi, hal ini dilakukan tentu agar tidak ada pihak yang dirugi atas postingan yang ditampilkan @curup_kito

- c) Ajakan menjaga harmoni masyarakat, @curup_kito memiliki sesi dalam memposting postingan yang bersifat menyapa netizen dan mengajak untuk saling bertukar pikiran di kolom komentar.

Gambar 4.7

Postingan @curup_kito dalam mengajak diskusi netizen di kolom komentar



Pada postingan diatas, netizen banyak yang memberikan respon di kolom komentar, seperti pada postingan mengenai 'arisan' berikut ini:

Gambar 4.8

Tangkapan layar komentar netizen



Netizen tidak terhanyut akan adanya masalah arisan yang dipertanyakan, netizen malah memberikan tanggapan yang beragam dan saling bertukar opini tanpa memberikan aksi provokasi di kolom komentar. Yang berarti akun @curup_kito tetap bisa menjalankan unsur ketiga ini walaupun hanya media sosial biasa.

b) Dimensi Sarana

Berdasarkan periode postingan Januari-Juni tidak ada postingan yang memiliki hubungan penuh dengan kekuasaan sebagai sarana penyampaian. Seperti postingan di bulan february hanya tentang perkembangan perihal pemilu tanpa adanya campur tangan untuk menaikkan nama lembaga atau instansi tertentu. Media sosial instagram memang memiliki daya tarik pada masyarakat curup. Namun, tidak adanya prinsip prinsip dalam jurnalistik yang diterapkan secara penuh. Maka hal ini dapat menjadi pertanyaan perihal kredibilitas @curup_kito serta mengurangi otoritasnya sebagai sumber informasi yang dapat dipercaya. Tidak terpenuhinya dimensi ini membuat tidak ditemukannya ikatan apapun oleh peneliti di akun @curup_kito. Beberapa hal yang dilihat peneliti yang dapat menjadi pertimbangan bahwa @curup_kito tidak menjadi sarana penghubung kekuasaan seperti politik ialah:

1. Konten yang ditampilkan pada postingan @curup_kito beragam, ada hiburan, informasi kecelakaan, musibah kebakaran ataupun kegiatan atau event yang tengah ada di curup

2. Tidak adanya kecondongan pada pihak manapun, juga peneliti lihat saat @curup_kito dapat memposting pihak manapun tanpa menekankan atau menonjolkan suatu pihak, postingan tampak adil di posting.

c) Dimensi Tujuan

Dimensi ini menyangkut perihal kebebasan untuk berekspresi, kebebasan pers, dan juga hak akan informasi yang benar. Peneliti menyoroti banyak postingan mengenai hal ini terutama dalam hal kebebasan berekspresi. Dimensi ini tidak memiliki ikatan dengan meta-etika yang tidak terlalu disibukkan oleh isi etika profesi (*deontologi jurnalisme*) seperti dimensi sebelumnya. Pada akun @curup_kito banyak komentar yang menampilkan kebebasan untuk berekspresi. Netizen menyampaikan pikiran, opini dan perasaan tanpa rasa takut. Pada tampilan tabel berikut ini ditampilkan banyak kata-kata yang dapat merugikan orang lain, seperti ujaran kebencian, fitnah atau kata kata makian yang tidak pantas.



Pada dimensi ini tidak berfokus pada etika profesi (*deontologi jurnalisme*), dimensi ini mengarah pada teoretisasi materi moral yang lebih luas dari etika normatif. Hal ini melibatkan konsep perihal baik-buruk, benar atau salah. Postingan dengan beragam respon netizen berupa komentar, yang telah dihimpun oleh peneliti berdasarkan periode Januari-Juni 2024 di akun @curup_kito, sebagai berikut:

Tabel 4.1

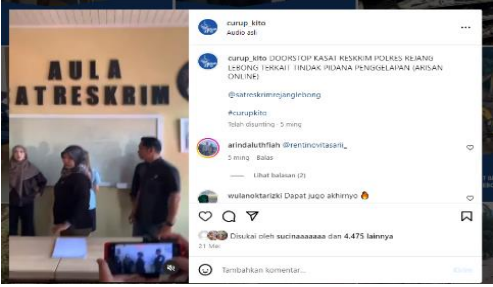

Komentar netizen pada postingan periode Januari-Juni 2024

No.	Postingan	Isi komentar
1.	 <p data-bbox="580 1037 746 1070">Video Reels:</p> <p data-bbox="475 1111 852 1144">Balap Liar di Tikungan Mahi</p> <p data-bbox="504 1182 823 1216">Tanggal 21 Januari 2024</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="970 577 1347 831">- Bacot nian knalpot tu, dkdo ny keren kmu cktu malah disumpah org kmu mugo mati <li data-bbox="970 869 1126 902">- Ke bengak <li data-bbox="970 940 1246 974">- Haha budak sampah <li data-bbox="970 1012 1337 1200">- Gawe ubo sok la pembalapan otak la pindah ke dengkul cktu la jadinya
2.	 <p data-bbox="400 1720 927 1753">Heboh Video Remaja Mesum di Sungai,</p> <p data-bbox="480 1792 847 1825">Lokasinya diduga di Trokon</p> <p data-bbox="504 1863 823 1897">Tanggal 29 Januari 2024</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="970 1258 1219 1292">- La idak wajar lagi <li data-bbox="970 1330 1358 1440">- Jangan asak nulis min, kalau idak tau tkp yang sbarny

3.	 <p>Prabowo akan pangkas subsidi BBM untuk danai program makan siang gratis</p> <p>Tanggal 10 Februari 2024</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Yang komentar sdm rendah yuk jadi dak baco galo - Paya kalo ngomong kk org ck itu yuk, buyan klu kato kito tu ckkolaa
4.	 <p>Kakak Di Rejang Lebong Setubuhi Adik Kandung Sejak 2020 ditangkap, Terungkap korban sudah 3 kali hamil</p> <p>Tanggal 19 Maret 2024</p>	<ul style="list-style-type: none"> - emgg dk do otakkkk - idak do otak la bengak la idiot la stressss

5.	 <p>TANGIS KORBAN INSES DI REJANG LEBONG, PELUK KAKAK KANDUNG YANG HAMILINYA MINTA CEPAT PULANG: AKU TUNGGU</p> <p>Tangis Korban Inses Di Rejang Lebong Peluk Kakak Kandung Yang Hamilinya Minta Cepat Pulang Tanggal 24 Maret 2024</p>	<p>- lahhh samo gilo berarti tu pak, hukum adat tlah lagi pak, dari pado daerah kito kenai azab, lah dak beres otak beduo ko</p> <p>- ny samo nndk mangkony jadi tu, buyan ketemu buyan cocok</p>
6.	 <p>IBU JUAL PUTRI KANDUNG USIA 15 TAHUN RP 100 RIBU KE PRIA HIDUNG BELANG DI REJANG LEBONG</p> <p>Ibu Jual Putri Kandung Usia 15 Tahun Rp.100 Ribu Ke Pria Hidung Belang Di Rejang Lebong Tanggal 23 April 2024</p>	<p>- IBU KONTOL</p> <p>- Dakdo otak mamak nyo tu lh bunt ubuntu wak jgn SMPK jual anak dewek</p>

<p>7.</p>	 <p>Miris Selain Dijual Ibu Kandung Korban Persetubuhan Sempat Setubuhi Sang Kakak</p> <p>Tanggal 27 April 2024</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mangkoonyoo cari pasangan tu uboo mendap bae siapa ndk laju adek dwek danuin buyan - dikecek buyan idak cak ini, dikecek gilo, otak tu waras, manusio apolah ini ni
<p>8.</p>	 <p>Detik-detik terjadi kecelakaan di depan perumnas tebat monok</p> <p>Tanggal 9 Mei 2024</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Lah kabur dk beotak supir tu - Mobilnyo dijual bae buat beli otak!!! Punyo mobil tapi dak punyo otak - wai anjing

9.	 <p>Video Kasat Reskrim Polres Rejang Lebong terkait Tindak Pidana Penggelapan (Arisan Online) Tanggal 21 Mei 2024</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mampus Kau Me** tebusuk lahh kau di penjara sano - Gaya hedon bolehhhhhh dak taunyo duit wong, menyalak yukyuykuyk
10.	 <p>Ketahui Membawa S*jam Seorang pemuda diamankan! Tanggal 2 Juni 2024</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Gawe buyan - eii jamet marola perangai dusun tu dkusa dibawak nian wkwk mano kito endk maju kalua perangai jamet dusun ck iko - ayy kubu apo gawe nonton konser bawk s*jam - Dusnikkk amit2
Total komentar		26 Komentar

Sumber: diolah dari data penelitian, 2024

Dari table diatas terdapat 10 postingan dengan total 26 respon netizen dalam kolom komentar:

a) Januari

Pada bulan Januari terdapat 84 postingan, dengan like dan komentar terbanyak terdapat pada “Video Reels: Balap Liar di Tikungan Mahi” yang diposting pada tanggal 21 Januari 2024. Postingan ini mendapat 227 komentar, diantaranya:

“Bacot nian knalpot tu, dkdo ny keren kmu cktu malah disumpah org kmu mugo mati” Yang bila peneliti artikan, “Berisik sekali knalpot itu, tidak akan terlihat keren seperti itu malah kalian akan disumpahkan orang lain agar mati” Penggunaan kata ‘bacot’ menjadi kata yang kurang pantas, sebagai umpama ‘berisik’. KBBI menyatakan kata “bacot” adalah mulut, atau banyak mulut. Istilah yang digunakan untuk mengomentari ini memiliki makna yang negatif.

“Ke bengak” yang artinya “bodoh”, kata bodoh menjadi kata yang kasar yang ditunjukkan kepada para pelaku balap liar

“Heboh Video Remaja Mesum di Sungai, Lokasinya diduga di Trokon Tanggal 29 Januari 2024” pada postingan ini terdapat netizen yang memberikan respon perihal kebenaran postingan tersebut, *“Jangan asak nulis min. kalau idak tau tkp yang sbnarny”* yang artinya “jangan asal menulis min, jika tidak tau TKP yang sebenarnya. Netizen menjadi ragu akan postingan tersebut. Ada juga netizen yang meninggalkan respon dengan komentar sederhana *“La idak wajar lagi”* artinya “sudah tidak wajar lagi”

b) Februari

Pada bulan februari terdapat 63 postingan, karena bulan februari merupakan agenda pemilihan presiden Indonesia 2024. Curup kito banyak memposting hal-hal yang berhubungan dengan Pemilu tersebut seperti postingan “Prabowo akan pangkas subsidi BBM untuk dana program makan siang gratis” diposting pada tanggal 10 Februari 2024. Banyak perdebatan yang terjadi pada postingan tersebut, saling menghujat antar sesama netizen. Ada netizen yang mengatakan rendahnya SDM. *“Yang komentar sdm rendah yuk jadi dak baco galo”* Ada juga netizen yang melontarkan kata penghinaan *“Paya kalo ngomong kk org ck itu yuk, buyan klu kato kito tu ckkolaa”* yang artinya *“Berbicara dengan mereka susah, (mereka) itu bodoh”*

c) Maret

Pada bulan maret ada 58 postingan, dengan postingan yang banyak dibicarakan ialah tentang hubungan badan inses antara kakak dan adik, beragam komentar yang dilobtarkan secara frontal untuk sang kakak sebagai pelaku, seperti mengatai bodoh, tidak ada otak, dan gila. Dan postingan itu berkelanjutan di tanggal 24 maret 2024 mengenai korban yaitu sang adik yang merasa sedih melihat kondisi pelaku. Sehingga banyak netizen yang menyayangkan sikap korban yang tidak wajar.

d) April

Pada bulan April terdapat 44 postingan, dengan postingan yang cukup menarik perhatian netizen ialah mengenai “Ibu jual putri kandung usia

15 tahun, Rp 100 Ribu ke pria hidung belang di Rejang Lebong” pada 23 April 2024 dan kelanjutan postingan pada tanggal 27 April 2024 “Miris... Selain Dijual Ibu Kandung, Korban persetubuhan sempat disetubuhi sang kakak”. Kedua postingan tersebut menguras emosi netizen. Netizen menyayangkan aksi seorang ibu yang seharusnya menjaga putrinya. Komentar hujatan pun dilontarkan untuk sang ibu bahkan ada yang mengatakan “IBU KONTOL” kata kasar yang berupa bagian tubuh dari seorang laki-laki. Begitupun dengan sang kakak, netizen mengatakan seharusnya sang kakak dapat mencari pasangan bukan menjadikan adik yang seharusnya dijaga sebagai sasaran Hasrat seksual. Netizen lain juga mempertanyakan para pelaku ini manusia seperti apa?, karena tindakan mereka yang keji tersebut.

e) Mei

Pada bulan mei ada 65 postingan, dengan like terbanyak terdapat pada 2 postingan yaitu “Video: Detik-detik terjadi kecelakaan di depan perumnas tebat monok” komentar yang dihimpun oleh peneliti ialah, netizen menyalahkan supir yang tidak bertanggung jawab tersebut. Dilanjut dengan postingan pada tanggal 21 Mei 2024 mengenai penangkapan pelaku aksi arisan bodong, yang dibanjiri dengan komentar memojokkan dan menghujat sang pelaku/

f) Juni

Pada bulan juni ada 55 postingan, postingan yang banyak dilirik dan memiliki kelanjutan dalam instagram @curup_kito ialah tentang aksi

penonton saat konser music di curup. Seperti salah satunya “Video: ketahuan membawa s*jam seseorang pemuda diamankan”. Pada postingan ini netizen banyak yang menghujat pemuda pada video tersebut. Karena bagi netizen acara konser music jarang dilakukan di curup, maka dari itu sebaiknya penonton dapat tertib bukan malah beraksi tanpa aturan.

Dari penjabaran diatas peneliti mengamati bahwa netizen meluapkan emosinya di kolom komentar dengan beragam kata-kata yang bersifat kotor dan kasar. Pada dimensi tujuan, bahasa kotor dan kasar memiliki hubungan yang signifikan dengan teoretisasi materi moral karena penggunaan bahasa berkaitan dengan aspek moralitas dan etika. Postingan periode Januari-Juni yang diambil bertotal 10 postingan. Tiap postingan memiliki komentar yang beragam. Berdasarkan analisis netizen @curup-kito banyak netizen menuliskan bahasa kotor ataupun kasar di kolom komentar. Bahasa kotor dan kasar yang diberikan netizen dapat memiliki dampak, seperti menyakiti orang lain, buruknya citra diri dan berpengaruh pada lingkungan sosial.

b) Bentuk informasi @curup_kito

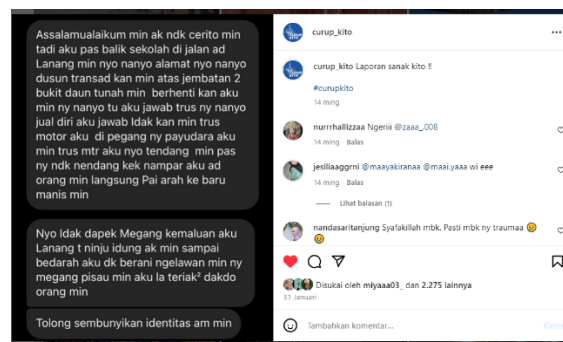
Kehadiran netizen dalam bermedia sosial pada akun @curup_kito tidak hanya sebagai pengikut. Dari informasi, sebagian postingan instagram @curup_kito berasal dari netizen seperti via *Direct Messages*. Perantara aplikasi Instagram menjadi wadah ekspresi dan informasi lapisan masyarakat di curup dan sekitarnya dengan menggunakan berbagai fitur yang ada

didalamnya.⁵⁹ Penggunaan media sosial netizen terhadap akun @curup_kito saling melibatkan dan melengkapi. Netizen sebagai pemberi respon terhadap postingan dan bagi pemilik akun @curup_kito sebagai pemberi informasi melalui postingannya. Informasi yang juga dapat berasal dari netizen seperti adanya ‘Laporan Sanak Kito’, *Direct Messages* (DM), pengiriman video amatir ataupun foto beserta keterangan singkat. Hal-hal seperti itu dapat ditemukan di akun Instagram @curup_kito.

1. Postingan dari Direct Messages

Gambar 4.9

Tangkapan layar DM Instagram dari netizen



Pada postingan dari DM Instagram, netizen tidak hanya mengirimkan berbentuk teks. Bisa juga mengirimkan informasi yang disertai dengan foto atau video amatir sebagai pendukung dari informasi tersebut. Dengan adanya penambahan caption saat di post, seperti ‘Laporan Sanak Kito’, ‘Info Kito’ atau langsung menandai

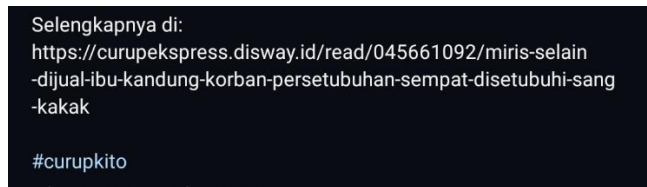
⁵⁹ Okta Annisa Kusumawardhani, Ahmad Zamzamy, and Saifudin Zuhri, “Pelanggaran Etika Komunikasi Di Media Sosial Twitter (Studi Kasus Cyberbullying Pada Kasus Penganiayaan Mario Dandy Dan Agnes Gracia Pada Media Sosial Twitter),” *Jurnal TIKAR* 4, no. 2 (2023): 96–102.

orang bersangkutan bila pengirim berkenan, dan dapat juga dirahaskan sesuai permintaan netizen sebagai pengirim.

2. Postingan dari Media Online

Gambar 4.10

Tangkapan layar pada caption



Informasi yang diambil dari media online pada akun @curup_kito akan terlihat di bagian caption, admin akan menuliskan link dari media mana informasi tersebut diambil. Media online yang digunakan pun berasal dari media rejang lebung, kepahiang dan Bengkulu atau media lain di sumatera yang membahas mengenai curup dan sekitarnya. Media tersebut merupakan yang cukup familiar bagi masyarakat sebagai pengikut. Ada Curup Ekspres, Radar Bengkulu, Bengkulu Tribun, Bengkulu Antara News hingga ada juga dari detik.com sumbangsel.

3. Postingan Kolaborasi

Gambar 4.11

Tangkapan layar postingan kolaborasi



Postingan kolaborasi berasal dari akun Instagram lain yang saling memposting hal yang sama dengan tujuan agar informasi dapat tersebar. Pada @curup_kito postingan kolaborasi dapat ditemukan dengan adanya saling tag atau melalui mention yang tertera di caption.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Etika Komunikasi menurut Boris Libois terdiri dari tiga dimensi, Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti menarik kesimpulan bahwa Etika Komunikasi Netizen pada media sosial @curup_kito, ialah:

1. Etika Komunikasi pada instagram @curup_kito tidak sepenuhnya sesuai dengan Dimensi Etika Komunikasi menurut Boris Libois, yaitu:
 - a. Instagram @curup_kito menjadi akun anonimitas atau disebut dengan akun tanpa identitas. Anonimitas ini dapat menyulitkan penegakan hukum jika terjadi pelanggaran sehingga sulit untuk ditindak lanjuti. Dalam membagikan postingan yang bersifat informasi, tidak ada jaminan telah diverifikasi sehingga akan ada kemungkinan penyebaran berita atau informasi palsu dan salah. Walaupun akun @curup_kito tetap menyamarkan identitas di postingan bersangkutan.
 - b. Postingan @curup_kito tidak terlibat atau condong pada pihak manapun, sebagai media informasi masyarakat. @curup_kito mencoba untuk tetap tampil netral dengan memposting apapun tanpa terikat atau menaikkan suatu pihak. Ketidakberpihak-kan Instagram @curup_kito dapat dilihat dengan postingan yang ada yaitu tidak hanya politik, tapi ada hiburan, wisata ataupun laporan pengikutnya sebagai netizen dan masyarakat curup.

2. Bentuk dari informasi yang diposting @curup_kito dapat berasal dari sumber pemilik akun sendiri, atau bisa juga dari sumber lain. Sumber yang digunakan ialah laporan dari netizen di Direct Messages yang dinamai dengan ‘Laporan Sanak Kito’ dan ‘Info Kito’ sumber tersebut juga disertai oleh foto atau video amatir dari netizen, Media Online di sekitar, dan kolaborasi bersama pihak terkait dengan tujuan membantu untuk menyebarkan informasi.

B. Saran

Adapun saran yang dapat peneliti berikan, ialah:

1. Sebagai pengguna media sosial, kita harus dapat mempertanggungjawabkan apa yang diposting, melakukan verifikasi pada informasi yang didapatkan, dapat bijak dalam bermedia sosial sesuai dengan etika komunikasi yang ada. Serta dapat memilah yang mana hal bersifat privasi dan hal yang memang harus disertakan agar tidak ada penyalahgunaan dalam bermedia sosial.
2. Untuk penelitian selanjutnya dengan pembahasan yang sama, diharapkan dapat lebih mencari informasi secara mendalam terhadap subjek yang diteliti. Terkhusus pada dimensi sarana etika komunikasi Boris Libois. Penelitian selanjutnya dapat meneliti lebih lama dan detail agar dapat memecahkan dimensi sarana pada suatu akun informasi secara terperinci.

DAFTAR PUSTAKA

- Abi Asmana. "Pengertian Etika Komunikasi Tujuan Dan Manfaat Etika Komunikasi," n.d. <http://legalstudies71.blogspot.com/2019/07/pengertian-etika-komunikasi-%0Atujuan-dan.html?m=1>, (.
- Afriani, F. and Azmi, A. "Penerapan Etika Komunikasi Di Media Sosial : Analisis Pada Grup WhatsApps Mahasiswa PPKn Tahun Masuk 2016 Fakultas Ilmu Sosial." *Universitas Negeri Padang*", *Journal of Civic Education*, 3(3), Pp. 331–338., 2020.
- Agesti, Sri Pertiwi. "Etika Komunikasi Netizen Di Media Sosial Twitter Pada Akun Twitter Ustadz Hilmi Firdausi." *IAIN Curup*, 2022.
- Agianto, R., Setiawati, A. and Firmansyah, R. "Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup Dan Etika Remaja." *Tematik : Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 7(2), Pp. 130–139., 2020.
- Agustina, Anggun. "Pengaruh Literasi Digital Terhadap Etika Bermedia Sosial Peserta Didik Di Man 1 Lampung Utara." *NBER Working Papers*, 2023, 89. <http://www.nber.org/papers/w16019>.
- Ahmad Zamhari, Bela Yunika Putri, Oktatia Anggraeni, Tri Noviana. "Pemanfaatan Media Online (Instagram) Terhadap Wirausaha Pada Mahasiswa." *Journal Economics Technology And Entrepreneur* 01 (2022).
- Akbar, Fauzan. "Dakwah Komunikasi Visual Akun Instagram@ Senimansunnah." *Research and Development Journal of Education*. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022.
- Anwar Sidiq. "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Sosia." *Skripsi Dakwah Dan Ilmu Komunikasi*. (*Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung* , 2017), n.d.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Bina Aksara, 1992.
- Aryani, Indita Dewi, and Dita Murtiariyati. "Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada ADA Souvenir Project." *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia* 2, no. 2 (2022): 466–77.
- Cahnia, Zelika Anggun, Nurhayati Darubekti, and Fransiska Timoria Samosir. "Pemanfaatan Mendeley Sebagai Manajemen Referensi Pada Penulisan Skripsi Mahasiswa Program Studi Perpustakaan Dan Sains Informasi Universitas Bengkulu." *Palimpsest: Journal of Information and Library Science* 12, no. 1 (2021): 48–54.

- Cania, Nada, and Rosalina Dewi Heryani. "Peran Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha Peserta Didik Di SMK Plus Pelita Nusantara." *Research and Development Journal of Education* 1, no. 1 (2020): 91–101.
- Damayanti, A. "Analisis Faktor Predisposisi Yang Berhubungan Dengan Perilaku Masyarakat Dalam Pemberantasan Sarang Nyamuk (Psn) Di Rw 004 Kelurahan Nambangan Kidul Kecamatan Manguharjo Kota Madiun Tahun 2017," 2017.
- Dewi, Maya sandra rosita. "Islam Dan Etika Bermedia (Kajian Etika Komunikasi Netizen Di Media Sosial Instagram Dalam Perspektif Islam)." *Research Fair Unisri* 3, no. 1 (2019): 140.
- ESTHI, FLORENTINA GALUH. "Analisis Gaya Hidup Imitasi Remaja Dalam Komunitas Maranatha Youthteen Di Ungaran," 2019, 28–34.
- Farhan, Afif, and Cindy. "Etika Dan Prilaku Masyarakat Indonesia Dalam Menggunakan Media Sosial." *Jurnal Serina Sosial Humaniora* 1, no. 1 (2023): 139–45.
- Feroza, Cindie Sya'bania, and Desy Misnawati. "Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun@ Yhoophii_official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan." *Jurnal Inovasi* 14, no. 1 (2020): 32–41.
- Hamdani, Yoggi. "Metodolgi Penelitian." *Academia Edu*, n.d.
- Hariyanti, Fitri. "Etika Komunikasi Media Sosial Di Facebook (Analisis Implementasi Undang-Undang Informasi Transaksi Elektronik Pasal 27 Pada Remaja)." *J*, 2020, 12–17. <http://repository.uir.ac.id/id/eprint/9387%0Ahttps://repository.uir.ac.id/9387/1/159110189.pdf>.
- Haryatmoko. *Etika Komunikasi Manipulasi Media, Kekerasan, Dan Pronografi*. Yogyakarta: Kanisius, 2007.
- Haryatmoko, Dr. *Etika Komunikasi Manipulasi Media, Kekerasan, Dan Pornografi*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius (Anggota IKAPI), 2007.
- Hidayat, Taufik. "PEMBAHASAN STUDI KASUS SEBAGAI BAGIAN METODOLOGI PENELITIAN." *Universitas Muhammadiyah Purwokerto*, 2017, 32.
- Ikhsan Tila Mahendra. "Peran Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Kepribadian Remaja Usia 12-17 Tahun Di Kelurahan Kebalen Kecamatan Babelan Kabupaten Bekasi'." *Skripsi (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2017)*, n.d.

- Kebudayaan, Departemen Pendidikan dan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1996.
- khoerul ummah. "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemerintah Daerah." *Repository*, 2022, 2003–5.
- Khozin, Abror. "Persepsi Pemustaka Tentang Kinerja Pustakawan Pada Layanan Sirkulasi Di Perpustakaan Daerah Kabupaten Sragen." *Menejemen*, 2013, 30–39. http://eprints.undip.ac.id/40779/3/BAB_III.pdf.
- Kusumawardhani, Okta Annisa, Ahmad Zamzamy, and Saifudin Zuhri. "Pelanggaran Etika Komunikasi Di Media Sosial Twitter (Studi Kasus Cyberbullying Pada Kasus Penganiayaan Mario Dandy Dan Agnes Gracia Pada Media Sosial Twitter)." *Jurnal TIKAR* 4, no. 2 (2023): 96–102.
- Liedfray, Tongkotow, Fonny J Waani, and Jouke J Lasut. "Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara." *Jurnal Ilmiah Society* 2, no. 1 (2022).
- Lubis, Muhammad Fikri. "Analisa Konten Etika Media Sosial Instagram Melalui Pendekatan Hadis Menjaga Lisan," 2021.
- Margono, Prof. Sukardi. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Edited by Restu Damayanti. Pertama. Bumi Aksara, 2021.
- Moleong, Lexy J. "Metode Penelitian Kualitatif." *Landasan Teori* 53, no. 9 (2010): 280.
- Muhamad Mufid. *Etika Dan Filsafat Komunikas*. Jakarta: kencana, 2009.
- Muhammad Farih Fanani. "Instagram Adalah Media Sosial Berbasis Foto Dan Video, Pahami Fungsi Dan Fiturnya," n.d. <https://www.merdeka.com/Sumut/Instagram-Adalah-Media-Sosial-Berbasis-Foto-Dan-Video-%0ASimak-Penjasannya-Kln.Html>.
- Muhammad Mufid. *Etika Filsafat Komunikasi*. Depok: Prenadamedia Group, 2018.
- Nainggolan, Vitri, Sintje A Randonuwu, and Grace J Waleleng. "Peranan Media Sosial Instagram Dalam Interaksi Sosial Antar Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Unsrat Manado." *Jurnal Acta Diurna* 7, no. 4 (2018): 1–15. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/22022>.
- johorejo.desa.id. "Residen, Citizen Dan Netizen," 2023. <http://johorejo.desa.id/kabardetail/OHRCQ2FkSUNBU3JJYki5MVRkREE3UT09/residen--citizen-dan-netizen.html>.

- Rikeu Ainul Fadilah, and Bambang Saiful Ma'arif. "Etika Komunikasi Netizen Di Media Sosial Pada Akun TikTok @Chikakiku Dalam Perspektif Islam." *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 2023, 129–38. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v3i2.3029>.
- Rohmadi, I Dewa Putu Wijaya & Muhammad. *Sosiolinguistik: Kajian Teori Dan Analisis*. Pertama. Pustaka Pelajar, 2006.
- Rulli Nasrullah. *Media Sosial*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media, 2015.
- Rusmina, Siti Hajar. "Etika Komunikasi Verbal Netizen Dalam Penggunaan Ruang Publik Pada Kolom Komentar Serambinews. Com," 2018, 1–95. <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/3831/>.
- "Senikomunikasi, Pengertian Media Sosial Dan Jenis-Jenisnya," 2022. <https://senikomunikasi.com/pengertian-media-sosial-dan-jenis-jenisnya/>.
- Sidauruk, Katly N. "Pemanfaatan Media Sosial TIKTOK Sebagai Media Promosi Baru." *Ilmu Komunikasi* 7, no. 1 (2021): 1–68.
- Sosiakita. "Deretan Fitur Terbaru Instagram Maret 2024, Apa Saja?," 2024. <https://sosiakita.com/fitur-terbaru-instagram-2024/>.
- Stepanus Angga, Antonius Alfredo Poa Poa, and Fabianus Rikardus Rikardus. "Etika Komunikasi Netizen Indonesia Di Media Sosial Sebagai Ruang Demokrasi Dalam Telaah Ruang Publik Jurgen Habermas." *Jurnal Filsafat Indonesia* 6, no. 3 (2023): 384–93.
- SUBANGKIT, TUNGGUL. "KATEGORI KATA-KATA KASAR PADA REMAJA KOMUNITAS PEMAIN GAME ONLINE DESA DAGAN KECAMATAN BOBOTSARI KABUPATEN PURBALINGGA." UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO, 2022.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2007.
- Tasaqofatul Anis Mardhiyah. "Wacana Pemindahan Ibu Kota Di Media Sosial." *Skrispi (Purwokerto: Fak. Dakwah IAIN Purwokerto, 2020)*, n.d.
- Team, Gank Content. "Apa Itu Instagram? Fungsi, Kelebihan, Hingga Fitur-Fiturnya," 2024. https://ganknow.com/blog/apa-itu-instagram/#3_IGTV_Instagram_TV.
- Ula, Siti Khoirotul. "Fikih Jurnalistik Landasan Etika Bermedia Sosial." *Qolamuna Stai Attanwir* 2, no. 2 (2017): 198.
- W.Finaka, Andrean. "Benarkah Netizen Indonesia Paling Tidak Sopan Se-Asia?" *Indonesiabaik.id*, 2021. <https://indonesiabaik.id/infografis/benarkah-netizen-indonesia-paling-tak-sopan-se-asia>.

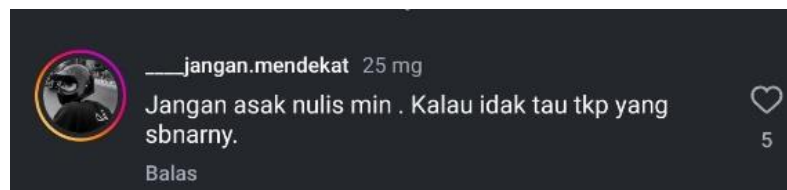
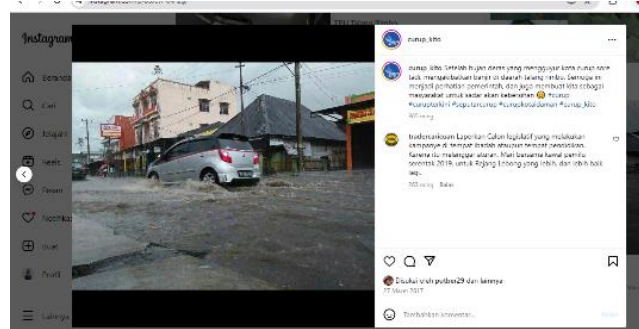
“Wawancara Admin @curup_kito.” n.d.

Widi, Shilvina. “Pengguna Media Sosial Di Indonesia Sebanyak 167 Juta Pada 2023.” DataIndonesia.id, 2023.
<https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>.

Wijaya, Helaluddin & Hengki. *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori & Praktek*. Pertama, 1. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2019.

Witari, Sri, Dewa Nyoman Sudjana, and I Suarjana. “PERILAKU KONSUMSI GIZI SEIMBANG MAHASISWA JURUSAN GIZI POLITEKNIK KESEHATAN DENPASAR.” *Jurnal Ilmu Gizi* 6, no. 2 (2015): 75–89.

L
A
M
P
I
R
A
N



Disukai oleh adilandftzzhra_ dan 2.922 lainnya

curup_kito Setelah menjalani pemeriksaan lebih lanjut terhadap kasus dugaan ibu kandung yang menjual anaknya seharga Rp 100 ribu dengan lelaki hidung belang, satu persatu kebenaran terus terungkap.

Dari hasil penyelidikan yang dilakukan Unit PPA Polres Rejang Lebong.

Ternyata bocah berusia 15 tahun, sebut saja Bunga, pernah disetubuhi juga oleh AJ (25) kakak kandungnya sendiri.

Sehingga atas perbuatannya itu, AJ saat ini diamankan juga oleh Polres Rejang Lebong, menyusul lelaki hidung belang dan ibu kandungnya yang sudah diamankan terlebih dahulu.

Kapolres Rejang Lebong AKBP Judo T Tampubolon SIK MH melalui Kasi Humas AKP S Simanjuntak menyampaikan, keterlibatan AJ yang pernah menyetubuhi adik kandungnya itu, berdasarkan keterangan yang diberikan oleh AC (47) yang merupakan ibu kandung dari korban.

"Saat ini ibu kandung korban sudah berstatus tersangka. Berdasarkan keterangannya, kejadian AJ menyetubuhi adiknya itu terjadi sekitar bulan Januari 2024 lalu. Saat itu pelaku AJ pulang dari kebun, lalu langsung membuat kopi di rumah, kemudian merokok di ruang tamu. Sementara korban sedang tidur di dalam kamarnya. Lantaran tak kuat iman, pelaku yang tak kuasa melihat bentuk tubuh adiknya (korban, red) yang sedang tertidur pulas, langsung membangunkan korban untuk mengajak bersetubuh," terangnya.

Selengkapnya di:
<https://curupekspress.disway.id/read/045661092/miris-selain-dijual-ibu-kandung-korban-persetubuhan-empat-disetubuhi-sang-kakak>

#curupkito

Disukai oleh diaih_wahyu dan 2.703 lainnya

curup_kito Polisi menangkap seorang tersangka persetubuhan dalam satu keluarga atau sedarah yang terjadi di Rejang Lebong.

Kasi Humas Polres Rejang Lebong AKP Sinar Simanjuntak mengatakan, tersangka dalam kasus ini KG (21), warga salah satu desa dalam Kecamatan Bermani Ulu, Rejang Lebong. Sedangkan korbannya adiknya sendiri yang masih berumur 17 tahun.

"Tersangka sudah diamankan oleh petugas Polsek Bermani Ulu dan saat ini masih dalam pemeriksaan," kata dia di Rejang Lebong, Selasa 19 Maret, disitat Antara.

Persetubuhan sedarah ini terjadi pada tanggal 4 Februari 2024, kemudian kasusnya dilaporkan pada tanggal 18 Maret 2024 setelah korban hamil dan mengalami keguguran.

Peristiwa itu sendiri terungkap, kata Sinar, ketika korbannya mengalami keguguran.

Menurut Sinar, berdasarkan keterangan korban mengaku disetubuhi kakak laki-lakinya di pondok di tengah kebun milik orang tuanya sebelum bulan puasa.

Selengkapnya di:
<https://voi.id/amp/366572/kakak-di-rejang-lebong-setubuhi-adik-kandung-sejak-2020-ditangkap-terungkap-korban-sudah-3-kali-hamil>

curup_kito

Assalamualaikum min mohon pertolongan min, sedikit himbauan ajo ko dirumah kemalingan Meteran Air Min, Sekitaran subuh tadi minn lagi musim musim dakdo duit ko kalo min segalo ndk dimaling kolaaaa

1/2

Foto



Izin postkan min, tutup identitas aku min


Lokasi sukarajo depan Jl.A.Yani

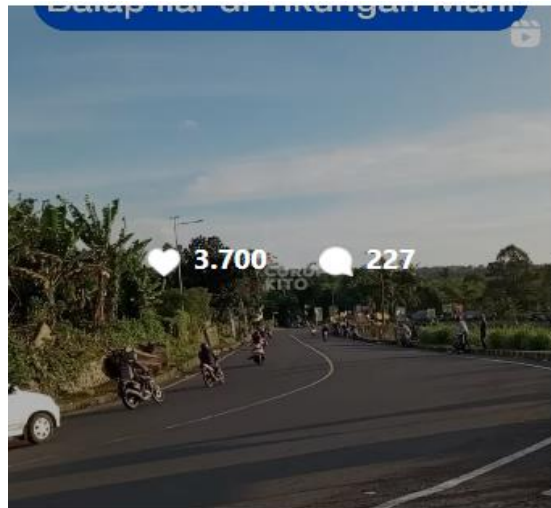
curup_kito

min serius nanyo, itu lapangan balai stia negara tempat anak2 karate ado tukang parkir.resmi apo idak?soalnya lah nak setahun nungguin anak latihan karate dk do parkir ini ado anak man latihan nari kok tibo2 ado tukang parkir?

klo nak dishare tolong tutup namo ambo min.mksin

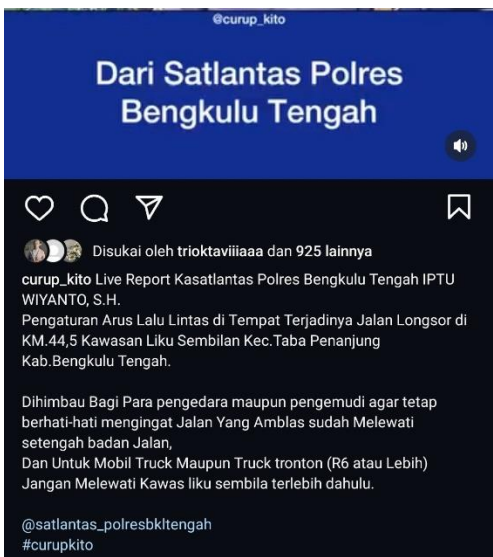
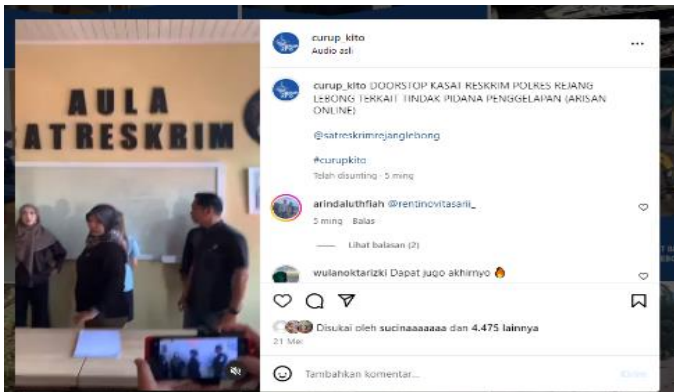
kami nunggu anak depan motor nian maso nak dimintai parkir.anak MAN latihan nari dimintai parkir kan kasian











Selengkapnya di:
<https://crupekspress.disway.id/read/045661092/miris-selain-dijual-ibu-kandung-korban-persetubuhan-sempat-disetubuhi-sang-kakak>
 #curupkito