

Etika Komunikasi dalam Menggunakan Media Sosial (Suatu Kajian Literatur)

1st Riza Dwi Meidiaputri ^{a*}

2nd Imam Mukhlis ^a

^a Universitas Negeri Malang

Abstract

This study aimed to find out about the ethics of communication used in social media. The method of the research was literature review. The writer used some articles in order to gather the data. It intended to see how people communicate based on the ethics of communication and their interactions on wandering through social media. Social media, however, gave so many insights in the field of ethics and communication. Internet also provided such a large world and much opportunities for people throughout the world to send messages to each other. The conclusion of this study showed that people need to be wise on performing the social media as it was such a public place for everyone to access. Thus, negative impacts on using social media will do people no good, so that careless behaviour and might ruin one's future. People need to be educated more about the use of social media and how to communicate through it properly so that the user of it would gladly get a good impact, especially as we live where technology takes control the face-to-face communication.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui etika komunikasi yang digunakan dalam media sosial. Metode penelitian yang digunakan adalah tinjauan pustaka (*literature review*). Penulis menggunakan beberapa artikel untuk mengumpulkan data. Hal ini bertujuan untuk melihat bagaimana masyarakat berkomunikasi berdasarkan etika komunikasi dan interaksinya dalam berkelana di media sosial. Media sosial memberikan begitu banyak wawasan di bidang etika dan komunikasi. Internet juga memberikan dunia yang begitu luas dan banyak peluang bagi orang-orang di seluruh dunia untuk saling mengirim pesan. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat harus bijak dalam menggunakan media sosial karena media sosial merupakan tempat umum yang dapat diakses oleh semua orang. Dengan demikian, dampak negatif penggunaan media sosial akan berdampak buruk bagi masyarakat, sehingga terjadi perilaku ceroboh dan mungkin dapat merusak masa depan seseorang. Masyarakat perlu diedukasi lebih dalam mengenai penggunaan media sosial dan cara berkomunikasi yang baik agar penggunaannya dapat dengan senang hati mendapatkan dampak yang baik, apalagi kita hidup di mana teknologi mengambil alih komunikasi tatap muka.

Keywords: *ethics, communication, social media*

*Correspondence: rizadwki@gmail.com

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi pada era 5.0 saat ini hampir tidak dapat dihentikan dan dikendalikan oleh apapun dan siapapun, karena hampir seluruh aktivitas manusia didorong dan dipengaruhi oleh media dan teknologi komunikasi. *Platforms* media sosial yang menarik dan digunakan oleh orang-orang di dunia saat ini hadir dalam berbagai bentuk, termasuk sebagai contoh Tiktok, Facebook, WhatsApp, Instagram, Twitter, dan lain sebagainya. Media sosial menjadi salah satu cara agar orang-orang dapat dengan bebas dan mudah berkomunikasi dalam tempat yang sudah disediakan. Ada banyak ruang untuk menyampaikan ide ataupun gagasan yang dapat di akses oleh siapapun dan dimanapun. Komunikasi antar sesama pengguna media sosial merupakan salah satu dari sekian banyak aktivitas media sosial yang beragam. Anda dapat saling mengirim pesan melalui *Direct Message* (DM), surat elektronik, ataupun komentar status.



Meluasnya penggunaan media sosial menjangkau orang-orang dari segala usia dan latar belakang sosial budaya, sehingga menimbulkan kekhawatiran mengenai etika (Barrett-Maitland & Lynch, 2020). Namun, pengamatan menunjukkan bahwa fenomena penggunaan media sosial untuk kegiatan sipil lebih merajalela di kalangan generasi muda. Media sosial tidak hanya memfasilitasi komunikasi langsung antar individu, namun juga mempermudah prosesnya bagi yang memanfaatkannya. mengenai pertukaran informasi dan komunikasi. Semua orang, terutama pelajar, akan menganggap materi di media sosial cukup bermanfaat karena sangat bisa diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Pengguna lebih senang dengan situs media sosial yang berkinerja baik.

Media sosial merupakan salah satu alat yang digunakan manusia untuk berkomunikasi. Memiliki beberapa keunggulan, antara lain kemampuan memperdebatkan topik yang sedang tren di media sosial. Komunikasi diri manusia bukan sekedar disimak dalam kaitannya dengan manusia yang berkomunikasi satu dengan yang lain (Donatus, 2018). Komunikasi itu hendaknya dibawa ke dalam ranah rasionalitas yang membangun. Ada pun komunikasi dalam media sosial tentu berbeda dengan komunikasi dalam pertemuan langsung atau verbal. Komunikasi dalam media sosial tentu validitasnya diragukan karena didasarkan pada sikap atau perasaan emosional yang tidak teruji.

Remaja dan dewasa muda termasuk di antara banyak demografi yang menganggap media sosial menarik. Orang-orang membuka aplikasi media sosial setiap hari untuk melihat apa yang sedang dilakukan teman mereka dan meninggalkan komentar. Ucapan tersebut harus dilandasi oleh moralitas, kesusilaan, kesopanan, dan saling menghormati. Komentar di media sosial berubah menjadi diskusi yang sopan namun tidak etis karena banyak orang menggunakannya untuk berkomentar dan berinteraksi dengan cara yang tidak etis. mengenai komentar netizen mencakup sebagai berikut, yakni (1) bentuk penghinaan, (2) bentuk penyebaran berita bohong, (3) bentuk provokasi, (4) bentuk pencemaran nama baik, (5) bentuk penistaan, dan (6) bentuk penghasutan, Nuraeni. dkk (2022).

Menurut Ginting dkk (2021) hubungan komunikasi dengan media sosial sangat erat kaitannya karena dengan adanya media sosial maka berkomunikasi akan menjadi mudah dan sangat cepat untuk dilakukan, baik itu berkomunikasi dengan suara telpon, pesan teks atau *chat*, ataupun *video call*. Media sosial merupakan program *digital* yang dipakai buat membuat jaringan sosial ataupun ikatan sosial dengan orang lain yang mempunyai atensi, kegiatan, kerangka balik, ataupun koneksi kehidupan jelas ataupun individu yang serupa. Media sosial mengubah banyak pandangan serta filosofi yang dipunyai. Tingkat komunikasi pada media sosial memberikan dampak positif dan negatif pada kehidupan masyarakat (Nur, 2021).

2. Kajian Pustaka

a. Etika Komunikasi

Etika komunikasi adalah norma, sebuah nilai, atau standar perilaku dalam berinteraksi. Suatu tata cara interaksi sosial agar manusia saling menghormati, mempunyai tata krama dan tata krama yang baik, serta berinteraksi dengan makhluk hidup lainnya. Oleh karena itu, perlu dipahami etika komunikasi yang baik, dengan tujuan untuk melindungi kepentingan lawan bicara. Dengan demikian, pihak lain akan merasa senang, nyaman, dan terlindungi tanpa mengorbankan kepentingan salah satu pihak, dan kepentingan pihak lain. Perbuatan yang dilakukan sesuai dengan adat kebiasaan yang berlaku serta tidak bertentangan dengan hak asasi manusia secara umum. Tata cara pergaulan, aturan perilaku, adat kebiasaan manusia dalam bermasyarakat dan menentukan nilai baik dan nilai tidak baik. Ada beberapa etika yang dapat kita terapkan dalam kehidupan sehari-hari : 1. Menjaga ucapan, 2. Menjaga sopan santun, 3. Efektif dan Efisien, Sari (2020)

b. Media sosial

Secara etimologis media sosial terdiri dari dua kata yaitu media dan sosial. Media diartikan sebagai alat sebuah komunikasi. Sedangkan kata “sosial” diartikan sebagai kehidupan masyarakat, bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat sebagaimana disebutkan Lafley dalam Astajaya (2020) berdasarkan pengertian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa media sosial merupakan wadah atau alat komunikasi yang digunakan penggunanya dalam proses sosial. Di sisi lain, kata “media” mulai populer pada tahun 1980an, ketika teknologi mulai mengubah cara kita menggunakan media dan berkomunikasi. Kehadiran media juga membawa perubahan di ranah sosial, teknologi, dan budaya.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi *literatur review*, dan juga dilakukan penelitian kepustakaan. Kegiatan penelitian dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi dan segala macam data yang dibantu dari berbagai macam material yang ada di perpustakaan seperti buku referensi, penelitian sejenisnya yang memiliki hasil sejenis, catatan, artikel, serta bermacam jurnal yang berkaitan dengan masalah yang ingin dipecahkan, Sari, dkk (2020) Suatu kajian melalui penelitian komprehensif dan hasil interpretasi dari literatur yang berhubungan dengan topik tertentu dimana di dalamnya mengidentifikasi pertanyaan penelitian dengan mencari dan menganalisis literatur yang relevan menggunakan pendekatan sistematis untuk melakukan analisis data secara sederhana. Artikel yang digunakan dikhususkan pada artikel asli penelitian empiris atau artikel penelitian Etika Komunikasi dalam Menggunakan Media sosial yang berisi hasil dari studi kepustakaan dan, studi literatur dimana terdapat abstrak, pendahuluan, metode, hasil, dan diskusi dari penelitian.

Strategi pencarian artikel menggunakan database yang tersedia pada google scholar. Kata kunci dalam menemukan artikel yaitu etika komunikasi, dan sosial media. Pada pencarian data menggunakan kriteria bahan literature review yaitu: 1) Penelitian studi pendekatan kepustakaan (*library research*), 2) Pendekatan studi literatur (*literature review*), 3) Artikel asli dari sumber utama (*primary source*), 4) Artikel penelitian yang terbit tahun 2018 sampai tahun 2023, 5) Artikel full text berbahasa Inggris dan bahasa Indonesia. Tinjauan pustaka menjadi landasan teknik penelitian yang digunakan untuk menulis ini. Etika komunikasi, etika media sosial, dan etika media sosial dari perspektif Islam membentuk fase ini.

Pencarian artikel menggunakan beberapa sumber dari database yang tersedia pada *Google Scholar* dan *Research Get*. Tahapan yang ditempuh pada analisa studi kajian literatur meliputi meringkas setiap literatur *critical appraisal*/telaah kritis dilakukan secara bersamaan untuk menentukan kekuatan dan kelemahan literatur serta untuk melihat hubungan antara satu literatur satu dengan literatur lainnya, mengidentifikasi tema-tema dari hasil setiap penelitian dalam literatur dimana tema yang dihasilkan harus mencerminkan pertanyaan penelitian dari *literature review*, pengembangan tema dengan menggabungkan semua tema yang sama mendiskusikan kekuatan dari temuan dengan mempertimbangkan hasil penelitian dengan bukti yang lebih kuat atau pun bukti yang lemah dengan melakukan *critical appraisal* pada langkah awal, penamaan pada tiap tema dengan mempertimbangkan penamaan yang tepat pada setiap tema dengan memahami literatur sehingga nama pada tema lebih mendekati hasil dari penelitian pada literatur, membandingkan dan melihat kembali setiap tema dengan mengecek dua hal, yaitu: setiap tema telah mendapatkan nama yang tepat, dan pengumpulan tema-tema menjadi satu tema yang tepat, pengawasan ketat pada persamaan dan perbedaan setiap tema kemudian menganalisa secara mendalam serta mempertimbangkan bagaimana setiap tema dapat saling terkait, meninjau kembali *critical appraisal* dari setiap literatur sehingga dapat menilai apakah tema-tema yang ada dapat menjawab setiap pertanyaan penelitian.

4. Hasil dan Pembahasan

a. Hasil

Hasil dari kajian literatur pada artikel etika komunikasi dalam menggunakan sosial media, penulis menemukan hasil Pedoman etika harus selalu mengarahkan komunikasi, dan juga harus menyadari dengan siapa lawan berbicara, apakah menyinggung perasaan orang lain, dan bagaimana seseorang mengkomunikasikan keduanya. secara verbal dan nonverbal. Dalam kehidupan sehari-hari, etika komunikasi sangatlah penting. Misalnya, dalam sebuah komunitas, penting untuk menawarkan informasi faktual dan instruktif serta ide percakapan yang memiliki minat yang sama. Komunikasi di media sosial juga dilandasi oleh etika yang benar, sehingga masyarakat di media sosial juga menunjukkan sikap etis terhadap lawan bicaranya. Sedangkan yang tidak beretika masih saja ada di media sosial.

Tabel 1. Matriks Analisis data pada artikel yang digunakan dalam Literature Review

Penulis, Judul, Jurnal	Metode	Hasil
Stepanus Angga dkk (2023) Etika Komunikasi Netizen Indonesia di Media Sosial sebagai Ruang Demokrasi dalam telaah Ruang Publik Jurgen Habermas	Penelitian kualitatif deta bersumber jurnal dan buku-buku yang berkaitan tentang etika komunikasi netizen indonesia, menggunakan teori komunikasi Habermas.	komunikasi dan opini yang disampaikan dalam kolom komentar sering kali tanpa suatu pertimbangan rasional. Netizen cenderung terbawa perasaan untuk berpartisipasi dalam komentar tanpa memahami realitas dengan baik. Media sosial hanya dipandang sebagai ruang publik biasa tanpa ada unsur rasionalitas yang saling menghargai hak masing-masing dan mendorong terbentuknya solidaritas sosial.
Syafrida Nurrachmi, dkk (2018) Etika komunikasi netizen di media sosial.	Penelitian Kualitatif dengan studi etnografi virtual. Tinjauan pustaka etnografi virtual.	Hasil penelitian menunjukan ada lima tipe netizen dalam memberikan komentar di akun Facebook E100 Radio Suara Surabaya, yakni tipe meminta informasi, menyampaikan informasi, menyampaikan argumentasi dengan baik, menyampaikan argumentasi dengan tidak baik, pemberi komentar dari komentator.
Tuty Muthia, dkk (2019) Etika komunikasi dalam menggunakan media sosial.	Kualitatif deskriptif	Hasil penelitian menunjukan bahwa: 1. etika komunikasi dalam menggunakan sosial media meliputi etika komunikasi dalam kontek komunikasi, konteks waktu, isi pesan, 2. Jenis media sosial yang digunakan adalah instagram.
Leona Lovita, dkk (2023) Analisis Pengaruh Media Sosial melalui Aplikasi Digital Tiktok sebagai Media Persuasif terhadap Penerapan Etika Berkomunikasi pada Mahasiswa	Penelitian pendekatan kepustakaan, dan studi literatur.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa semangat yang ditunjukkan pada siswa yang termasuk dalam kategori remaja, mempunyai sifat percaya diri atau percaya diri ketika berkomunikasi dengan masyarakat luas. Komunikasi dapat meningkatkan harga diri akibat dari cara komunikasi yang dilakukan. mapan dan hal inilah yang mempengaruhi sikap remaja. Sebagai pengguna internet dan media sosial, pelajar perlu belajar menggunakan internet dengan baik dan bijak.

		Pasalnya, kebebasan yang ada di internet dan media sosial masih dibatasi oleh etika dan moral yang berlaku di masyarakat.
Desy Rahma wati (2023) The Ethics of Social Media Communication in the Perspective of the Al'Qur'an	Metode penulisan ini menggunakan Library Research dengan mengacu pada beberapa sumber primer dan sekunder yaitu Al-Qur'an, buku, dan jurnal	Hasil dari penelitian menyebutkan bahwa menjadi seorang muslim ketika berkomunikasi di media sosial sangat berbahaya jika tidak dibarengi dengan etika komunikasi yang benar khususnya di media sosial. Aturan-aturan dalam Al-Qur'an menjadi pedoman bagi umat Islam untuk melaksanakan penerapan yang benar dan bermanfaat
Muhammad Solekhan (2023) Communication Ethnis in Social Relationships Using Social Media Wisely in Islamic Value.	Penelitian ini menggunakan pendekatan sosiologi dan metode yang penulis gunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif.	Hasil penelitian menunjukkan Fakta bahwa etika berkomunikasi di media sosial harus dibangun agar hubungan antar warganet di media sosial dapat harmonis dan damai. Etika komunikasi dalam Islam bertujuan untuk mengambil sikap bijak dalam bermedia sosial. Sikap tersebut dinilai mampu menjadi tameng untuk melindungi kualitas informasi dan menjaga stabilitas media agar tidak kehilangan arah. Jadi pesannya tidak menjadi kelas turunan. Soal cara berkomunikasi di jejaring sosial diatur dalam Al-Qur'an dan Hadits. Untuk mengembangkan sikap bijak dalam bermedia sosial dapat dilakukan langkah-langkah sebagai berikut: 1. Menggunakan kata-kata yang baik dan sopan. 2. Penyebaran informasi yang bermanfaat. 3. Tidak menyebarkan kebohongan, fitnah dan ujaran kebencian. 4. Memperbaiki informasi yang salah dan memberikan panduan
Endrise Septina Rawanoko, dkk (2021) The use of social media in ethic digital perspective	Penelitian Kualitatif deskriptif	Hasil dari penelitian di lapangan mengenai penggunaan media sosial dan perspektif digital ethic adalah mayoritas mahasiswa Universitas Wisnuwardhana Malang menggunakan media hanya untuk memposting foto-foto pribadi serta kegiatan yang positif. Sistem komunikasi sosial yang ada di media sosial, sama persis dengan sistem komunikasi dalam lingkungan sehari-hari. Mahasiswa Universitas Wisnuwardhana Malang mempertimbangkan dalam mengupload ataupun memposting di media sosial.
Dicky Apdillah, dkk (2022) Optimizing Communication Ethnics in The Digital Age	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan deskriptif	Dari hasil penelitian diperoleh informasi bahwa norma etika dan kesantunan sangat diperlukan dalam berkomunikasi khususnya di media digital. Etika komunikasi dapat digali melalui pemahaman tata bahasa yang baik, pendidikan dini tentang sopan santun, pembelajaran memahami dan membatasi rasa ingin tahu tentang privasi orang lain

Lutfi Muawanah (2021) Etika Komunikasi Netizen di Instagram	Penelitian Kualitatif, dengan menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman	Dalam penelitian ini, netizen belum sepenuhnya melakukan komunikasi yang sesuai dengan ajaran Islam. Banyak komentar yang tidak santun, menyebarkan berita bohong, membicarakan kejelekan orang lain dan menggunakan bahasa kasar. Hal ini sangat disayangkan karena masih banyak netizen yang belum mengindahkan etika komunikasi yang sesuai dengan ajaran Islam. Adapun etika komunikasi dalam menggunakan media sosial yang sesuai dengan ajaran Islam dengan menerapkan enam prinsip komunikasi yang disebutkan dalam Al-Qur'an, yaitu terdiri dari qaulan sadidan, qaulan baligha, qaulan ma'rufa, qaulan karima, qaulan layyina, dan qaulan maysura.
Lisnawati, dan Desi Erawati (2019) Social Media and Communication Ethic in Islam Perspective	Penelitian ini menggunakan Studi literatur	Hasilnya menunjukkan bahwa ada tujuh etika komunikasi melalui media sosial: mengambil manfaat dan meninggalkan kerugian, artinya media sosial memiliki manfaat jika digunakan secara bijak; mempraktikkan manajemen waktu yang adil; terbuka dengan pasangan; memilih teman secara bijak; mengatakan pernyataan yang sesuai dalam posting dan komentar; menjaga aib pasangan dan tidak memanjakan diri di media sosial; serta menjaga harga diri

b. Pembahasan

Berdasarkan dari hasil kajian 10 jurnal diatas dalam menggunakan media sosial, terdapat etika komunikasi yang harus diperhatikan. Hasil dari penelitian menunjukan karena alasan kemudahan dalam menggunakan media sosial pada media digital para pengguna sering lalai dalam menggunakan etika komunikasi. Etika komunikasi dalam media sosial memang sangat diperlukan, baik untuk mengupload gambar, menuliskan status ataupun memberikan komentar. Hal yang anda lakukan di ranah publik itu bersifat sosial. Semua khalayak masyarakat terbuka dan berhak memberi komentar ataupun hal positif atau negatif lain tanpa ada batasnya, Tuty Mutiah dkk (2019).

Stepanus Angga, dkk (2023) Kehadiran media sosial membuat orang terbuka dan melek terhadap isu-isu yang terjadi di masyarakat. komunikasi dan opini yang disampaikan dalam kolom komentar sering kali tanpa suatu pertimbangan rasional. Netizen cenderung terbawa perasaan untuk berpartisipasi dalam komentar tanpa memahami realitas dengan baik. Media sosial hanya dipandang sebagai ruang publik biasa tanpa ada unsur rasionalitas yang saling menghargai hak masing-masing dan mendorong terbentuknya solidaritas sosial.

Desi Rahma Wati (2023), sudah sepatutnya para pengguna media sosial lebih menyadari pentingnya etika dalam berkomunikasi menggunakan media sosial. Ada beberapa referensi dan pedoman dalam menggunakan media sosial dengan menyampaikan informasi yang benar, menghindari namimah (saling membentak), menghindari sukhriyah (merendahkan atau mengolok-olok), dan menghindari hal-hal negatif (bentuk tulisan yang mengandung konten SARA atau pornografi). Menurut Endrise, dkk (2021) mahasiswa menggunakan media sosial hanya untuk memposting foto pribadi dan kegiatan yang positif di media sosial yang dimiliki oleh Mahasiswa Universitas Wisnuwardhana Malang tidak ada konten yang mengarah ke arah rasis, umpatan, ujaran kebencian, hoax, juga pornografi. Hal ini dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Universitas Wisnuwardhana Malang sangat menjaga etika dalam berkomunikasi dalam hal ini digital etik.

Etika komunikasi dalam Islam bertujuan untuk membentuk sikap bijak dalam bermedia sosial sikap bijak dapat dilakukan dengan menggunakan kata-kata yang baik dan sopan, tidak menyebar kebohongan/fitnah dan ujaran kebencian, menyebarkan informasi yang bermanfaat, memperbaiki kesalahan informasi dan memberi nasehat, Muhammad Solekhan (2023). Ada tujuh etika komunikasi dalam media sosial yang pertama, memanfaatkan dan meninggalkan kekurangan. Kedua, menggunakan manajemen waktu yang adil dalam hubungan keluarga, pribadi, dan sosial, tidak berlebihan di media sosial. Ketiga, bersikaplah terbuka terhadap pasangan. Keempat, memilih teman yang baik. Kelima, mengucapkan kata-kata yang baik dalam posting dan berkomentar. Keenam, menjaga aib, termasuk tidak menuruti komentar di media sosial. Ketujuh, menjaga harga diri Lisnawati dan Desi Erawati (2019).

Menurut Lutfi Muawanah (2021) etika komunikasi dalam menggunakan media Instagram sangat diperlukan. Hal ini bertujuan untuk meminimalisir hal-hal negatif yang ditimbulkan dari cara pandang dan tanggapan pembaca atau masyarakat. Etika komunikasi dalam menggunakan media sosial perlu diperhatikan baik dalam menulis status dan komentar harus dipikirkan dan dipertimbangkan secara hati-hati agar tidak menyinggung perasaan orang lain meskipun semua pengguna media sosial mempunyai hak kebebasan berpendapat dengan memberikan komentar tanpa ada batasnya.

Dicky Apdillah, dkk (2022) Etika komunikasi di era media digital khususnya media sosial masih sangat diperlukan. Dalam berkomunikasi melalui media sosial, pengguna mempunyai tantangan yang besar karena tanggung jawabnya terhadap kebebasan berekspresi juga harus dibarengi dengan tanggung jawab moral. Etika komunikasi di era media digital khususnya media sosial dapat digolongkan menjadi 3, yaitu dalam konteks waktu, usia, dan isi pesan. Leona Lovita, dkk (2023) Sebagai pengguna internet dan media sosial, mahasiswa perlu belajar menggunakan internet dengan baik dan bijak. Hal ini dikarenakan kebebasan yang ada pada internet dan media sosial masih dibatasi oleh etika dan moral yang berlaku di masyarakat. Syafrida Nurrachmi F, dkk (2018) Etika berkomunikasi netizen dalam menerima berita dan informasi ada lima tipe netizen yaitu (1) tipe peminta informasi, (2) tipe menyampaikan informasi (3) tipe argumentator yang baik, (4) tipe argumentator yang tidak baik (5) tipe pengikut yang mudah terpancing.

5. Kesimpulan

Simpulan dari Literatur review sebagaimana tujuan yang ditetapkan Etika Komunikasi dalam menggunakan media sosial, semua orang perlu belajar dalam menggunakan internet agar berbuat baik dan bijak dalam bertutur kata. Hal ini dirasa perlu dilakukan untuk meminimalkan sesuatu tanggapan negatif ataupun cara pandang seseorang pembaca atau masyarakat Hal ini dilandasi kebebasan yang ada pada internet dan media sosial yang masih dibatasi oleh moral dan etika yang berlaku pada masyarakat. Etika komunikasi dalam media sosial memang sangat diperlukan, baik untuk mengunggah gambar, menuliskan status ataupun memberikan komentar. Hal yang anda lakukan di ranah publik itu bersifat sosial. Semua khalayak masyarakat terbuka dan berhak memberi komentar ataupun hal positif atau negatif lain tanpa ada batasnya.

Perlunya pengetahuan yang lebih aplikatif tentang etika komunikasi dalam media sosial lainnya yang terus berkelanjutan melihat kemajuan teknologi dan informasi sangat pesat. Untuk mengoptimalkan etika berkomunikasi dalam media sosial, dianjurkan agar setiap lembaga atau masyarakat juga dapat memberikan pengajaran bagaimana berkomunikasi dalam media sosial yang baik dan benar melihat kemajuan zaman yang mana setiap anak sekarang menggunakan media sosial dalam berkomunikasi dengan siapa saja dimanapun mereka berada dan kapanpun mereka ingin berkomunikasi. Oleh karena itu, pengetahuan mengenai etika komunikasi dalam menggunakan media sosial perlu diperhatikan baik dalam menulis status dan komentar harus dipikirkan dan dipertimbangkan secara hati-hati agar tidak menyinggung perasaan orang lain meskipun semua pengguna media sosial mempunyai hak kebebasan berpendapat dengan memberikan komentar tanpa ada batasnya. Dalam berkomunikasi di media sosial sangatlah penting karena terdapat undang-undang yang mengingatkan pengguna media sosial untuk berperilaku positif dan informatif ketika berkomunikasi di media sosial, sehingga pengguna lain juga ikut memberikan pengaruh positif.

6. Daftar Pustaka

- Adi, B. S., & Muthmainah, M. (2020). Implementasi permainan tradisional dalam pembelajaran anak usia dini sebagai pembentuk karakter bangsa. *Jurnal Pendidikan Anak*, 9(1), 33-39. <https://doi.org/10.21831/jpa.v9i1.31375>
- Angga, S., Poa, A. A., & Rikardus, F. (2023). Etika Komunikasi Netizen Indonesia Di Media Sosial Sebagai Ruang Demokrasi dalam Telaah Ruang Publik Jurgen Habermas. *Jurnal Filsafat Indonesia*, 6(3), 384-393. <https://doi.org/10.23887/jfi.v6i3.59229>
- Apdillah, D., Salam, A., Tania, I., & Lubis, L. K. A. (2022). Optimizing Communication Ethics in The Digital Age. *Journal of Humanities, Social Sciences and Business*, 1(3), 19-26. <https://doi.org/10.55047/jhssb.v1i3.143>
- Astajaya, I. K. M. (2020). Etika komunikasi di media sosial. Widya Duta: *Jurnal Ilmiah Ilmu Agama dan Ilmu Sosial Budaya*, 15(1), 81-95. <https://doi.org/10.25078/wd.v15i1.1678>
- Donatus, S. K. (2019). Relasionalitas Filsafat Fondasi Interpretasi: Aku, Teks, Liyan, Fenomen. *Studia Philosophica et Theologica*, 19(1), 115-118. <https://doi.org/10.35312/spet.v19i1.179>
- Erawati, D., & Lisnawati, L. (2019). Social media and communication ethic in islamic perspective. *Epistemé: Jurnal Pengembangan Ilmu Keislaman*, 14(1). <https://ejournal.iain-tulungagung.ac.id/>
- Ginting, R., Yulistiyono, A., Rauf, A., Manullang, S. O., Siahaan, A. L. S., Kussanti, D. P., ... & Effendy, F. (2021). *Etika Komunikasi dalam Media Sosial: Saring Sebelum Sharing* (Vol. 1). Penerbit Insania.
- Lovita, L., Dzakiyah, U., Angelika, R., & Natasya, Y. (2023). Analisis Pengaruh Media Sosial Melalui Aplikasi Digital Tiktok Sebagai Media Persuasif Terhadap Penerapan Etika Berkomunikasi Pada Mahasiswa. *Edusaintek: Jurnal Pendidikan, Sains dan Teknologi*, 10(1), 181-192. <https://doi.org/10.47668/edusaintek.v10i1.653>
- Muawanah, L. (2021). Etika Komunikasi Netizen di Instagram Dalam Perspektif Islam. *Ath Thariq Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 5(2), 129-148. https://doi.org/10.32332/ath_thariq.v5i2.3302
- Mutiah, T., Albar, I., Fitriyanto, A. R., & Rafiq, A. (2019). Etika Komunikasi dalam menggunakan Media Sosial. *Jurnal Global Komunika*, 1(1), 14-24. <https://doi.org/10.33822/gk.v2i1.1561>
- Nur, E. (2021). Peran media massa dalam menghadapi serbuan media online. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 2(1). <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/mkm/article/view/4198>
- Nuraeni, I., Harisanti, N. L. R., & Maksum, H. (2022). Tuturan Kebencian dalam Komentar Warganet Pada Akun Instagram@ obrolanpolitik: Kajian Pragmatik. *Ranah: Jurnal Kajian Bahasa*, 11(1), 189-197. <https://doi.org/10.26499/rnh.v11i1.4198>
- Nurrachmi, S., & Puspita, R. (2018). Etika Komunikasi Netizen Di Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jatim*, 1(1). <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/1827788>
- Rawanoko, E. S., Komalasari, K., Al-Muchtar, S., & Bestari, P. (2021). The use of social media in ethic digital perspective. *Jurnal Civics: Media Kajian Kewarganegaraan*, 18(1), 148-157. <https://doi.org/10.21831/jc.v18i1.40036>

- Sari, A. F. (2020). Etika Komunikasi (Menanamkan Pemahaman Etika Komunikasi Kepada Mahasiswa). *TANJAK: Journal of Education and Teaching*, 1 (2), 127–135. <https://doi.org/10.35961/tanjak.v1i2.152>
- Sari, M., & Asmendri, A. (2020). Penelitian kepustakaan (library research) dalam penelitian pendidikan IPA. *Natural Science*, 6(1), 41-53. <https://doi.org/10.15548/nsc.v6i1.1555>
- Solekhan, M. (2023). Communication Ethics in Social Relationships Using Social Media Wisely in Islamic Values. *Journal of Modern Islamic Studies and Civilization*, 1(01), 1-11. <https://doi.org/10.59653/jmisc.v1i01.1>
- Wati, D. R. (2023). The Ethics of Social Media Communication in the Perspective of the Al-Qur'an. *Journal of Islamic Communication and Counseling*, 2(2), 93-107. <https://doi.org/10.18196/jicc.v2i2.28>