

**ETIKA KOMUNIKASI NETIZEN DALAM KOMENTAR
TERHADAP BERITA VONIS HUKUMAN MATI HERRY
WIRAWAN DI MEDIA SOSIAL**

(Studi Komparasi pada Akun Instagram @detikcom dan @kompascom)



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S. Sos)

**Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Konsentrasi Penerbitan Dakwah**

Oleh:

Naghma Rangella Latta Chornela

1701026036

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2023

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 5 (lima) eksemplar
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth Dekan Fakultas Dakwah dan
Komunikasi
UIN Walisongo Semarang
Di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara:

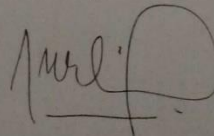
Nama : Naghma Rangella Latta Chornela
NIM : 1701026036
Fak./Jur. : Dakwah dan Komunikasi/KPI
Judul : Etika Komunikasi Netizen dalam Penggunaan Fitur Komentar Berita Vonis Hukuman Mati Herry Wirawan di Media Sosial (Studi Komparasi pada Akun Instagram @detikcom dan @kompascom)

Dengan ini kami setuju, dan mohon agar segera diujikan.
Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 9 Oktober 2023

Pembimbing,



Dra. Hj. Amelia Rahmi, M. Pd

NIP. 19660209 199303 2 003

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**ETIKA KOMUNIKASI NETIZEN DALAM KOMENTAR TERHADAP
BERITA VONIS HUKUMAN MATI HERRY WIRAWAN DI MEDIA
SOSIAL**

(Studi Komparasi pada Akun Instagram @detikcom dan @kompascom)

Disusun Oleh:

Naghma Rangella Latta Chornela
1701026036

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 1 November 2023 dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat
guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji

Ketua Sidang/ Penguji I

Nilnan Ni'mah, M.S.I
NIP. 19800202 200901 2 003

Sekretaris/ Penguji II

Alifa Nur Fitri, M.I.Kom.
NIP. 19890730 201903 2 017

Penguji III

Dr. Siti Sholikhati, M.A.
NIP. 19631017 199103 2 001

Penguji IV

Dr. Najahan Musvafak, M.A.
NIP. 19701020 199503 1 001

Mengetahui,
Pembimbing

Dra. Hj. Amelia Rahmi, M. Pd
NIP. 19660209 199303 2 003

Disahkan Oleh
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Pada Tanggal 14 November 2023

Prof. Dr. H. Ilvas Supena, M.Ag
NIP. 19720410 200112 1 003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi ataupun lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 9 Oktober 2023



Naghma Rangella Latta Chornela

1701026036

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat, rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, segenap keluarganya, beserta para sahabat.

Setelah melewati beberapa proses yang tidak sebentar, akhirnya skripsi yang berjudul “Etika Komunikasi Netizen dalam Komentar terhadap Berita Vonis Hukuman Mati Herry Wirawan di Media Sosial (Studi Komparasi pada Akun Instagram @detikcom dan @kompascom)” dapat terselesaikan. Tentu keberhasilan dalam menyusun skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bimbingan dari pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan segala hormat peneliti ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Nizar, M.Ag, selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Prof. Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
3. H. M. Alfandi, selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Dra. Hj. Amelia Rahmi, M.Pd. selaku pembimbing skripsi dan wali dosen yang sudah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk tetap memberikan bimbingan, motivasi belajar untuk terus semangat dan memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang, yang telah mendidik penulis dalam berbagai aspek kelimuan dan keperluan administrasi.
6. Segenap petugas perpustakaan fakultas, maupun universitas yang telah membantu peneliti dalam memperoleh referensi yang dibutuhkan.
7. Kedua orang tua, Bapak Rudi Suparman dan Ibu Siti Rukayah, adik tersayang Nagma Nagsalla dan Divghan Ree Cafoor yang senantiasa memberikan dukungan, do’a, dan kasih sayang kepada peneliti.

8. Keluarga besar peneliti, Mbah Sudjiman (Alm), Mbah Parti (Almh), Mbah Rebon, Makde Pasri, Lek Rum, Pakde Diono, Mbak Dewi, Mas Yan, Mbak Nopik, Mas Anam dan Lek San. Terimakasih sudah mensupport peneliti dalam menjalankan kuliah selama ini dan mengerjakan skripsi ini.
9. Segenap keluarga besar Pak Bambang yang senantiasa menjaga dan telah menjadi rumah ke dua selama peneliti di Semarang.
10. Semua guru peneliti dari RA Tarbiyatul Islamiyah Tambahmulyo, SD Negeri Tambahmulyo 02, Mts Tarbiyatul Islamiyah Tambahmulyo, MA Darul Ma'la Winong yang telah memberikan ilmu kepada peneliti, tanpa adanya beliau semua peneliti tidak akan sampai pada titik ini.
11. Segenap keluarga Sejahtera di bimbel Ilmi Center, terimakasih telah menjadi tempat yang nyaman dan berekspresi bagi peneliti. Mbak Kiki, Mia, Intan, Mega, Mbak Tutik, dan Mita.
12. Teman-teman di Kos Maulana dan sahabat-sahabat terbaik yang mau mendengar curhatan maupun sambatan peneliti. Nunung, Mbak Indah, Mbak Ayu, Diah, Vivi, dan Novi.
13. Sahabat-sahabat terbaik yang mau mendengar curhatan maupun sambatan peneliti. Mia, Rohma, Yunia, dan Indah.
14. Segenap keluarga besar KPI-A dan konsentrasi penerbitan angkatan 2017 yang terlalu banyak jika disebutkan satu persatu, terimakasih telah menjadi keluarga dan berbagi kebersamaan selama perkuliahan.
15. Segenap teman-teman KKN-Reguler yang telah membuat peneliti belajar banyak hal.
16. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Semoga dukungan, perhatian, dan doa akan ada dalam merajut asa di masa depan.

Peneliti menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti sangat terbuka untuk menerima kritik, saran, dan masukan demi kebaikan penelitian ini. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan wawasan bagi pembaca.

Semarang, 2 Oktober 2023



Naghma Rangella Latta Chornela

1701026036

PERSEMBAHAN

Skripsi ini peneliti persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya, Bapak Rudi Suparman dan Ibu Siti Rukayah yang senantiasa memberikan kasih sayang yang selalu merawat dan membimbing untuk ke arah yang lebih baik. Terimakasih untuk do'a yang tak pernah putus serta dukungan yang diberikan. Semoga Allah dapat mengantarkan segala kemuliaan baik di dunia maupun akhirat.
2. Almamater Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, khususnya Fakultas Dakwah dan Komunikasi, prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

MOTTO

“Raihlah ilmu dan untuk meraih ilmu belajarlah tenang dan sabar”

(Umar Bin Khattab)

ABSTRAK

Naghma Rangella Latta Chornela NIM 1701026036 dengan skripsi berjudul “Etika Komunikasi Netizen dalam Komentar terhadap Berita Vonis Hukuman Mati Herry Wirawan di Media Sosial (Studi Komparasi pada Akun Instagram @detikcom dan @kompascom)”.

Saat ini Instagram sudah menjadi salah satu media sosial yang sangat populer dan komunikatif. Hal tersebut dimanfaatkan oleh akun Instagram @detikcom dan @kompascom untuk menyebarkan berita agar menarik pembaca dan pengguna media sosial. Tentunya berita yang diunggah pada akun Instagram @detikcom dan @kompascom mendapatkan perhatian dari netizen untuk menuliskan pendapatnya dengan berbagai macam bentuk tulisan, bahasa, dan kalimat di fitur komentar. Namun, realitanya berkaitan dengan komunikasi yang berkembang saat ini, mayoritas netizen melupakan etika dalam penyampaiannya terlebih saat menanggapi isu pemberitaan tentang kekerasan seksual.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan tentang bagaimana etika komunikasi netizen dalam komentar terhadap berita vonis hukuman mati Herry Wirawan di akun Instagram @detikcom dan @kompascom pada tanggal 4 Januari 2023. Jenis penelitian ini yaitu kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Analisis yang digunakan model interaktif dari Miles dan Huberman dengan teknik pengumpulan datanya menggunakan dokumentasi. Terdapat sebanyak 2 berita.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika komunikasi netizen dalam menggunakan fitur komentar berita vonis hukuman mati Herry Wirawan di akun Instagram @detikcom dan @kompascom masih banyak melanggar etika komunikasi yang mengacu pada teorinya Immanuel Kant, yang dianalisis menggunakan pendekatan etika deskriptif, pendekatan etika normatif, etika deontologi, serta etika teleologi. Bentuk pelanggarannya berupa: komentar yang mengandung sinisme, kata-kata kasar, dan ujaran kebencian.

Kata Kunci: Etika, Komunikasi, Instagram, Netizen

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Tinjauan Pustaka	6
F. Metode Penelitian.....	9
G. Sistematika Penelitian	14
BAB II ETIKA KOMUNIKASI, INSTAGRAM, KOMENTAR, DAN NETIZEN	16
A. Etika Komunikasi.....	16
B. Instagram.....	31
C. Komentar.....	33
D. Netizen di Dunia Maya	34
BAB III DETIK.COM, KOMPAS.COM DAN DATA ETIKA BERKOMUNIKASI PADA KOLOM KOMENTAR AKUN INSTAGRAM @DETIKCOM DAN @KOMPASCOM.....	36
A. Profil Detik.com.....	36
B. Profil Kompas.com	39

C. Data Etika Berkomunikasi pada Kolom Komentar Akun Instagram @detikcom dan @kompascom	42
BAB IV ANALISIS KOMENTAR NETIZEN DI AKUN INSTAGRAM @DETIKCOM DAN @KOMPASCOM DITINJAU DARI ETIKA KOMUNIKASI	50
A. Analisis Komentar Netizen di Akun Instagram @detikcom ditinjau dari Etika Komunikasi.....	50
B. Analisis Komentar Netizen di Akun Instagram @kompascom ditinjau dari Etika Komunikasi.....	59
C. Komparasi Komentar Netizen dalam Akun Instagram @detikcom dan @kompascom Berita Vonis Hukuman Mati Herry Wirawan Tanggal 4 januari 2023 ditinjau dari Etika Komunikasi	66
BAB V PENUTUP.....	68
A. Kesimpulan	68
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	70
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Penelitian Komentar @detikcom.....	43
Tabel 2. Data Penelitian Komentar @kompascom	46
Tabel 3. Perbandingan Pelanggaran Etika Komunikasi Netizen @detikcom dan @kompascom.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Instagram	31
Gambar 2 Logo Detik.com.....	37
Gambar 3 Logo Kompas.com	40

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Detik.com dan Kompas.com merupakan dua situs berita yang sering dikunjungi oleh masyarakat Indonesia. Berdasarkan data Similarweb pada bulan September 2022 bahwa Detik.com berada pada peringkat pertama dengan jumlah pengunjung sebesar 166,2 juta dan Kompas.com peringkat kedua sebesar 158,5 juta pengunjung dalam *Category Rank News & Media Publishers in Indonesia* (Similarweb, 2022). Hal tersebut kecepatan dalam menyampaikan berita, keakuratan informasi, serta beragam fitur yang ada membuat pengguna bisa memilih sesuai keinginan. Detik.com dan Kompas.com pun telah menggunakan Instagram untuk penyebaran informasi kepada khalayak masyarakat untuk menjangkau anak muda memperoleh pengetahuan, menambah wawasan, serta keikutsertaan dengan cara memberikan komentar, dan masukan kepada pemilik situs berita.

Saat ini Instagram sudah menjadi salah satu media sosial yang sangat populer. Berdasarkan hasil penelitian DataReportal, pengguna media sosial di Indonesia mencapai 191,4 juta pada Januari 2022 atau meningkat 12,6 persen dan jumlah pengguna Instagram di Indonesia telah mencapai 99,15 juta pengunjung (Suara.com, 2022). Oleh karena itu, media sosial tersebut dimanfaatkan oleh bermacam media untuk membuat akun dan menyebarkan berita guna memenuhi kebutuhan pembaca seperti akun Instagram @detikcom dan @kompascom.

Akun Instagram @detikcom merupakan salah satu media berita dengan pengikut sebanyak 4,1 juta *followers* (pengikut) yang aktif pada awal 2023. Sesuai dengan namanya, @detikcom aktif setiap detiknya memberikan *update* berita mulai dari berita politik, kuliner, kesehatan, olahraga, dan lain-lain. Selain itu, @detikcom memiliki ciri khas tersendiri dimana setiap postingan video dikemas secara kreatif dengan durasi selama

20 detik dan memiliki berbagai macam kanal sesuai dengan bidangnya masing-masing diantaranya akun Instagram @detikhot, @detikinet, @detikfood, @detikhealth, @detiksport, @detiktravel, @detikotd, @detikforum, dan @20detik.

Sama halnya dengan akun Instagram @detikcom, akun Instagram @kompascom juga merupakan salah satu akun berita yang memiliki kurang lebih mencapai 1,8 juta *followers*. Eksistensi dari akun @kompascom menyajikan berita yang dikemas dalam bentuk foto atau video secara *to the point* karena durasi video yang terbatas hanya 1 menit. Akun tersebut juga memiliki beberapa kanal seperti akun Instagram @kompas.money, @kompas.travel, @kompas.otomotif dan lain-lain.

Disamping postingan berita yang didapatkan dengan cepat oleh pembacanya, Instagram juga menyediakan fitur kolom komentar agar semua orang dapat mengomentari foto atau video yang telah diunggah. Kolom komentar tersebut tepat berada di bawah unggahan video atau foto. Dalam komentar para netizen bebas menuliskan komentarnya dengan berbagai macam bentuk tulisan, bentuk bahasa, dan bentuk kalimat. Fitur tersebut tentu akan mendorong aspirasi para pembacanya untuk membangun budaya-budaya baru dalam mengemukakan opini mereka.

Namun, realitanya berkaitan dengan komunikasi yang berkembang di media sosial saat ini, mayoritas netizen melupakan etika dalam penyampainnya. Hal ini dibuktikan dengan adanya kata-kata yang seharusnya tidak digunakan dan sering muncul pada kolom komentar di Instagram baik disengaja maupun tidak disengaja. Tentu hal ini akan berdampak terhadap rendahnya moral masyarakat karena tidak bisa menjaga kesantunan bahasa sehingga mengandung unsur kekerasan verbal, yaitu bahasa yang bersifat merendahkan atau mengejek. Kekerasan verbal merupakan kekerasan yang menggunakan bahasa, yakni kekerasan yang menggunakan kata-kata, kalimat, dan unsur-unsur bahasa lainnya (Baryadi, 2012). Bentuk-bentuk pelanggaran prinsip kesopanan berpotensi dapat menyebabkan dan menimbulkan suatu konflik (Kusno dan Abd, 2016). Hal

itu mengakibatkan netizen di Indonesia mendapat julukan paling tidak sopan se-Asia Tenggara dalam berkomunikasi di dunia maya dan menempati pada urutan ke-29 dari 32 negara (CNNIndonesia, 2021). Dengan kata lain, Indonesia berada pada posisi ke-tiga terbawah tidak sopan se-Asia Tenggara.

Hal tersebut bermula adanya kasus netizen Indonesia menyerbu kolom komentar pasangan gay yang menikah sesama jenis di Thailand. Di Indonesia sendiri, fenomena gay atau homoseksual masih menjadi suatu fenomena seksual yang tidak lazim dan dianggap menyimpang oleh sebagian masyarakat. Namun, di negara-negara Barat fenomena tersebut sudah tidak lagi menjadi suatu fenomena yang dianggap tabu lagi dan ada yang melegalkan pernikahan sesama jenis. Keberadaan gay di Indonesia ini menjadi kontroversi di negara yang mayoritas muslim yang menjunjung tinggi akan nilai moral. Sebagian besar menghujat perilaku dan orientasi seksual kelompok gay. Majelis Ulama Indonesia (MUI) bahkan sudah mengeluarkan fatwa Nomor 57 Tahun 2014 tentang Lesbian, Gay, Sodomi, dan Pencabulan. Adapun isi fatwa tersebut yaitu perilaku homoseksual, baik lesbian maupun gay hukumnya haram dan merupakan bentuk *jarimah* (kejahatan) (MUI, 2022).

Seperti dalam unggahan foto di Facebook pasangan gay mendapat menuai hujatan dari netizen Indonesia. Mayoritas menyebutkan pernikahan mereka misalnya “bakal membuat dunia kiamat” dan melontarkan hinaan mulai dari kata “sialan” maupun “orang gila”. Akibatnya pengantin gay membawa kasus ini ke jalur hukum karena sudah ada ancaman mati terhadap orang terdekat dari pernikahan mereka. Atas kasus tersebut, netizen Indonesia mendapat sorotan dari mancanegara terhadap penyerangan unggahan Facebook pasangan gay Thailand tersebut (Kompas.com, 2021)

Begitu juga halnya yang terjadi dalam penggunaan fitur kolom komentar akun Instagram @detikcom dan @kompascom saat menyajikan konten dengan isu terpanas. Ketika menanggapi peristiwa-peristiwa yang

diberitakan, masyarakat akan cenderung lebih bersikap emosional mengenai insiden kekerasan seksual. Salah satu berita kekerasan seksual yang sempat marak dibicarakan adalah mengenai kasus Herry Wirawan, seorang guru yang memperkosa 13 santriwati di Bandung bahkan sebagian korban sampai mempunyai anak. Aksi tidak senonoh yang dilakukan Herry Wirawan sudah berjalan lima tahun dari Januari 2016 sampai 2021 dan telah mendapatkan vonis hukuman mati oleh Pengadilan Tinggi Bandung.

Awalnya pemberitaan kasus tersebut menimbulkan pro dan kontra terkait vonis hukuman mati. Siapa pun bisa berpikir dengan hukuman tersebut merupakan hal yang wajar dari perbuatan si pelaku. Namun bagi Komnas HAM dan Komnas Perempuan, itu tidak efektif karena bertentangan dengan prinsip HAM. Setelah melalalui persidangan, akhirnya pada tanggal 4 Januari 2023, Herry Wirawan sudah ditetapkan vonis hukuman mati. Netizen pun banyak membanjiri dan menulis kata-kata kasar di kolom komentar. Fenomena tersebut memperlihatkan bahwa netizen telah menggunakan model atau gaya kritikan yang keluar batas kewajaran etika.

Komunikasi yang berbasis etika, kini menjadi persoalan yang sangat penting dalam menyampaikan aspirasi. Dalam kehidupan sehari-hari, saat penyampaian aspirasi kerap ditemukan sejumlah kasus yang mengkhawatirkan akibat perilaku komunikasi yang kurang beretika. Misalnya, sering kali para netizen menggunakan bahasa-bahasa vulgar yang bertolak belakang dengan norma-norma kehidupan. Dalam perspektif Islam, komunikasi yang Islami yakni komunikasi yang berakhlak karimah atau beretika (Musyafak, 2015). Etika komunikasi yang baik dalam menggunakan media sosial dan sesuai agama Islam adalah bertutur kata yang baik dan sopan, tidak menggunakan bahasa yang kasar, provokatif, pornografi, atau Suku, Agama, Ras, dan Antargolongan (SARA), serta memberikan komentar yang relevan dengan gaya bahasa yang santun (Dewi, 2019).

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti mengangkat judul “**Etika Komunikasi Netizen dalam Komentar terhadap Berita Vonis Hukuman Mati Herry Wirawan di Media Sosial (Studi Komparasi pada Akun Instagram @detikcom dan @kompascom)**”. Ada beberapa alasan, yang menjadi pertimbangan peneliti memilih akun Instagram milik Detik.com @detikcom dan Kompas.com @kompascom sebagai objek penelitian. Pertama, @detikcom dan @kompascom merupakan portal berita urutan pertama yang terpercaya di Indonesia. Selain itu, kedua media tersebut tidak hanya memiliki kreativitas yang tinggi dalam pemilihan kata yang bersifat faktual dan fakta tetapi juga cukup unik dari segi bahasanya, sehingga menimbulkan beragam komentar bagi pembaca dan pengguna media sosial. Kedua, @detikcom dan @kompascom telah memanfaatkan akun Instagram yang memiliki *followers* sebanyak 4,1 juta dan 1,8 juta di awal tahun 2023 sebagai strategi untuk menarik pengguna media sosial untuk membaca tulisan di web Detik.com dan Kompas.com. Ketiga, adanya persamaan mengangkat pemberitaan isu vonis hukuman mati Herry Wirawan pemerkosa santriwati pada tanggal 4 Januari 2023. Oleh karena itu, peneliti tertarik dan ingin mengetahui bagaimana etika komunikasi netizen saat berkomentar di akun Instagram @detikcom dan @kompascom terkait berita vonis hukuman mati Herry Wirawan, kemudian hasilnya akan dikomparasikan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka pokok permasalahan yang diangkat oleh penulis adalah:

1. Bagaimana etika komunikasi netizen dalam komentar terhadap berita vonis hukuman mati Herry Wirawan di akun Instagram @detikcom pada tanggal 4 Januari 2023?
2. Bagaimana etika komunikasi netizen dalam komentar terhadap berita vonis hukuman mati Herry Wirawan di akun Instagram @kompascom pada tanggal 4 Januari 2023?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan etika komunikasi netizen dalam komentar terhadap berita vonis hukuman mati Herry Wirawan di akun Instagram @detikcom dan @kompascom pada tanggal 4 Januari 2023.
2. Untuk mengetahui dan membandingkan etika komunikasi netizen dalam komentar terhadap berita vonis hukuman mati Herry Wirawan di akun Instagram @detikcom dan @kompascom pada tanggal 4 Januari 2023.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi keilmuan bagi pengembangan ilmu komunikasi khususnya kajian etika komunikasi di media sosial. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi tambahan pada penelitian serupa pada masa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis dengan penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran bagaimana seharusnya etika komunikasi netizen di media sosial khususnya di Instagram.

E. Tinjauan Pustaka

Penelaahan terhadap bahan-bahan yang secara khusus berkaitan dengan objek penelitian yang dikaji (Prastowo, 2012). Untuk menghindari kesamaan dan *plagiasi* maka perlu dilakukan. Berikut ini peneliti sampaikan beberapa hasil penelitian sebelumnya yang mempunyai relevansi dengan penelitian ini, diantaranya sebagai berikut :

Dilla Nurrida (2019) meneliti "*Komparasi Frame Berita Tentang Kasus Ustadz Abdul Somad dalam Republika dan Detik.com*". Penelitian tersebut menjelaskan bagaimana perbedaan media online Republika dan

Detik.com dalam menyajikan berita mengenai kasus yang menyeret Ustaz Abdul Somad (UAS) ke ranah hukum. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian komparasi dan termasuk penelitian kualitatif. Hasil penelitian ini adalah komparasi dari 6 berita kasus Ustaz Abdul Somad pada media online Republika dan Detik.com berdasarkan hasil analisis framing model Robert N Entman berbeda dalam penyajiannya. Komparasi berita kasus UAS pada media online Republika memperlihatkan bahwa media ini dalam memberitakan memiliki pemahaman umum. Republika menunjukkan bahwa dalam kasus ini selalu memberikan sejarah atau gambaran dari ulama terdahulu dalam mengalami permasalahan serupa. Sedangkan pada media online Detik.com sosok Ustaz Abdul Somad digambarkan sebagai tokoh yang inspiratif.

Ila Khafia Wafda (2020) menulis artikel tentang "*Etika komunikasi Islam mahasiswa organisasi PMII (Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia) dalam menangkal berita hoaks di Facebook*". Dari penelitian kualitatif tersebut dinyatakan mahasiswa menanamkan etika komunikasi sesuai syari'at Islam dalam menggunakan media sosial Facebook, maka perlu dilakukan langkah-langkah berkomunikasi yang sesuai dengan ajaran Islam agar terhindar dari maraknya berita hoaks di Facebook untuk mengedepankan akhlakul karimah sesuai syari'at Islam yang sudah diajarkan Rasulullah saw.

Tahrifudin (2021) yang berjudul "*Analisis framing Pemberitaan Media Online Mengenai Berita Rancangan Undang-Undang Haluan Ideologi Pancasila di Media Kompas.com dan Republika Online*". Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana media online yaitu Kompas.com dan Republika.co.id mengemas berita tentang Haluan Ideologi Pancasila. Model analisis Framing yang akan menggunakan teori Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki. Perbedaan pembedaan berita yang dimunculkan oleh Kompas.com dan Republika.co.id yang paling jelas terlihat adalah perbedaan narasumber. Republika Online dipandang

sebagai media yang bernuansakan islam selalu memilih narasumber yang berpemikiran islam.

Hesti Wulandari (2020) yang berjudul "*Pengaruh Intensitas Penggunaan Instagram dan Motif Penggunaan Instagram Terhadap Eksistensi Diri pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Ponorogo Tahun Akademik 2019/2020*". Penelitian tersebut bertujuan untuk menjelaskan: (1) pengaruh secara parsial intensitas penggunaan instagram terhadap eksistensi diri pada mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Ponorogo tahun akademik 2019/2020, (2) pengaruh secara parsial motif penggunaan instagram terhadap eksistensi diri pada mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Ponorogo tahun akademik 2019/2020, (3) pengaruh intensitas penggunaan instagram dan motif penggunaan instagram secara simultan terhadap eksistensi diri pada mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Ponorogo tahun akademik 2019/2020. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan menggunakan kuesioner. Teknik Analisis yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah 1 dan 2 menggunakan analisis regresi linier sederhana, sedangkan untuk menjawab rumusan masalah nomer 3 menggunakan analisis regresi linier berganda.

Nadia Syaffa Kamila (2022) yang berjudul "*Komparasi Portal Berita Pada Pemberitaan Kasus Herry Wirawan Pemerkosa 13 Santriwati di Bandung (Analisis Framing Detik.com dan Kompas.com Periode Januari-April 2022)*". Penelitian ini menggunakan model analisis framing Robert N Entman dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Detik.com fokus mengangkat perkembangan proses putusan hukum yang sesuai bagi pelaku, sedangkan Kompas.com fokus menjelaskan apa yang dilakukan pelaku dan dampaknya bagi korban disetiap pemberitaan. Kedua media ini memiliki perbedaan dan kesamaan dalam mengkonstruksi beritanya yang dapat dilihat berdasarkan level teori hirarki pengaruh media massa yang terpenuhi.

Setelah melakukan *research* dari berbagai sumber, peneliti menemukan beberapa penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini namun masih memiliki perbedaan. Perbedaan sumber data di atas dengan penelitian ini terletak pada subjek dan objek penelitian, yakni netizen yang ada kolom komentar akun instagram @detikcom dan @kompascom.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini kualitatif, yang akan menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian kualitatif dilakukan berkaitan dengan pola tingkah laku manusia dan apa makna yang terkandung dibalik tingkah laku seseorang sulit diukur dengan angka-angka (Tanzeh, 2011).

Menurut Creswell (dalam Sudaryono, 2017) penelitian deskriptif adalah metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasikan suatu objek apa adanya. Penelitian ini berusaha menggambarkan secara sistematis fakta dan subjek apa adanya, yaitu bagaimana etika komunikasi netizen saat berkomentar berita vonis hukuman mati Herry Wirawan dalam akun Instagram @detikcom dan @kompascom pada tanggal 4 Januari 2023. Kemudian data yang telah telah dideskripsikan dianalisis menggunakan model interaktif dari Miles dan Huberman. Setelah memperoleh hasil analisis dari kedua media tersebut, kemudian dibandingkan satu sama lain sehingga dapat ditarik kesimpulan akhir penelitian.

2. Definisi Konseptual

Upaya memperjelas ruang lingkup penelitian perlu penulis uraikan beberapa batasan yang berkaitan definisi, gunanya untuk menghindari kesalahpahaman dalam penelitian yang berjudul “Etika Komunikasi Netizen dalam Komentar terhadap Berita Vonis Hukuman

Mati Herry Wirawan di Media Sosial (Studi Komparasi pada Akun Instagram @detikcom dan @kompascom)”.
a. Etika Komunikasi di Instagram

Etika komunikasi yang dimaksud dalam penelitian ini mengacu pada definisi etika komunikasi yang dikemukakan oleh Dewi yaitu mengenai baik buruknya cara seseorang dalam berkomunikasi dengan sesama melalui media sosial Instagram. Dalam hal ini berkomunikasi itu ditunjukkan dengan mengomentari atau merespons foto atau kalimat mengenai berita vonis hukuman mati Herry Wirawan di akun Instagram @detikcom dan @kompascom pada tanggal 4 Januari 2023.

Adapun etika yang perlu diperhatikan saat berkomunikasi di Instagram dilihat dari 8 aspek berikut:

- 1) Selalu perhatikan penggunaan kalimat yang baik
- 2) Berhati-hati dalam menggunakan huruf
- 3) Perhatikan pemilihan warna huruf
- 4) Pemilihan simbol dan ikon yang tepat
- 5) Menggunakan bahasa yang sesuai
- 6) Memberikan respon dengan segera
- 7) Memberikan informasi yang memiliki referensi jelas
- 8) Tidak memancing pertentangan

b. Komentar Netizen

Dalam berkomentar netizen bebas menuliskan pendapatnya dengan berbagai macam bentuk tulisan, bentuk bahasa, dan bentuk kalimat. Penelitian ini difokuskan membahas mengenai komentar netizen saat menanggapi berita vonis hukuman mati Herry Wirawan di akun Instagram @detikcom dan @kompascom pada tanggal 4 Januari 2023.

3. Sumber dan Jenis Data

Pada penelitian kualitatif, data yang dikumpulkan berkaitan dengan fokus penelitian. Menurut Lofland sumber data utama dalam penelitian kualitatif dapat berupa kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain sebagainya (Moleong, 2014). Sumber data dalam penelitian ini adalah komentar netizen berita vonis hukuman mati Herry Wirawan di akun Instagram @detikcom dan @kompascom pada tanggal 4 Januari 2023. Adapun data sekunder yang mendukung penelitian diantaranya *company profile* dari Detik.com dan Kompas.com, buku, dan jurnal yang berkaitan dalam penelitian ini.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara atau teknik yang dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh sejumlah informasi data yang diperlukan (Sudaryono, 2017). Penelitian data dalam penelitian bertujuan untuk memperoleh bahan-bahan, keterangan, fakta-fakta, dan informasi yang dipercaya. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penelitian ini adalah dokumentasi. Menurut Tanzeh (2011) metode dokumentasi merupakan pengumpulan suatu data dengan melihat atau mencatat laporan yang sudah tersedia. Dokumentasi dapat berbentuk suatu tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2013).

Pada penelitian ini, peneliti akan melakukan teknik dokumentasi berupa *screenshots* komentar netizen pada akun Instagram @detikcom dan @kompascom. Tahap pertama yang dilakukan dalam pengumpulan data yaitu mencari dan mengumpulkan hasil *screenshots* semua komentar netizen terhadap postingan berita tentang vonis hukuman mati Herry Wirawan pada akun @detikcom dan @kompascom pada tanggal 4 Januari 2023. Kedua, peneliti membaca semua isi komentar netizen pada akun @detikcom terdapat 406 komentar, sedangkan @kompascom terdapat 723 komentar.

Banyaknya jumlah komentar terhadap postingan berita tersebut yang telah dipublikasikan oleh akun @detikcom dan @kompascom,

peneliti membatasi unit analisis penelitian karena terdapat komentar yang beragam tetapi isi komentarnya hampir sama. Penentuan unit analisis penelitian dilakukan dengan menggunakan *simple random sampling* berjumlah 80 komentar dengan rincian 40 komentar di akun @detikcom dan 40 komentar di akun @kompascom. Pada tahap ini, komentar yang telah dipilih akan ditinjau berdasarkan etika berkomunikasi. *Simple random sampling* merupakan teknik pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut (Sugiyono, 2013).

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah cara atau teknis yang dilakukan oleh seorang peneliti untuk menganalisis dan mengembangkan data yang telah dikumpulkan (Mukhtar, 2010). Sedangkan menurut Moleong (2014), menyatakan bahwa proses berjalan analisis data kualitatif yakni sebagai berikut:

- a. Mencatat dan menghasilkan catatan lapangan, dengan hal itu diberi kode agar sumber datanya tetap dapat ditelusuri
- b. Mengumpulkan, memilah-milah, mengklasifikasikan, mesintesis, membuat ikhtisar, dan membuat indeksinya
- c. Berpikir, dengan jalan membuat agar kategori data itu mempunyai makna, mencari dan menemukan pola dan hubungan-hubungan dan membuat temuan-temuan umum.

Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan model analisis interaktif dari Miles dan Huberman. Model interaktif ini ada tiga komponen yaitu: (1) reduksi data (2) penyajian data (3) penarikan kesimpulan. Ketiga kegiatan tersebut saling berhubungan pada saat sebelum, dan sesudah pengumpulan data dalam bentuk yang sepadan untuk membangun wawasan umum yang disebut analisis (Nazir, 2005). Berikut ini merupakan proses dalam model analisis interaktif Miles dan Huberman.

a. Reduksi data

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

b. Penyajian data

Langkah berikutnya setelah proses reduksi data berlangsung yaitu penyajian data, yang dimaknai oleh Miles dan Huberman sebagai sekumpulan informasi yang tersusun untuk memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Kegiatan reduksi data dan proses penyajian merupakan aktivitas yang terkait langsung dengan proses analisis data model interaktif.

c. Penarikan kesimpulan

Tahap akhir proses pengumpulan data adalah penarikan kesimpulan, yang diartikan sebagai data yang telah ditampilkan. Adapun berbagai cara yang dilakukan dalam proses ini yaitu dengan melakukan pencatatan untuk pola-pola dan tema yang sama, pengelompokkan, dan pencarian kasus negatif (kasus khas, berbeda, ataupun menyimpang dari kebiasaan yang hadir di masyarakat).

Proses pengkajian diawali dengan menetapkan 80 komentar dengan rincian 40 komentar dari akun @detikcom dan 40 komentar dari akun @kompascom sebagai unit penelitian. Pada tahap ini, komentar yang telah dipilih akan ditinjau berdasarkan etika berkomunikasi kemudian di analisis berdasarkan model interaktif Miles dan Huberman. Hasil analisis dari masing-masing media selanjutnya dikomparasikan untuk mendapatkan kesimpulan akhir penelitian.

G. Sistematika Penelitian

Sesuai dengan pedoman penulisan skripsi yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang, sistematika penulisan skripsi ini terbagi menjadi beberapa bagian utama.

1. Bagian awal

Bagian awal berisi halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman pernyataan, kata pengantar, persembahan, motto, abstrak, daftar isi, daftar tabel, dan daftar gambar.

2. Bagian utama, yang terdiri dari lima bab yaitu sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian (meliputi: jenis dan pendekatan penelitian, definisi konseptual, sumber dan jenis data, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data), dan sistematika penulisan.

BAB II : ETIKA KOMUNIKASI, INSTAGRAM, KOMENTAR, DAN NETIZEN

Bab ini berisi kerangka teoritik yang menjelaskan mengenai tinjauan teoritis yang memaparkan variabel penelitian. Pada penelitian ini, akan menguraikan teori etika komunikasi, Instagram, komentar, dan netizen.

BAB III : DETIK.COM, KOMPAS.COM, DAN DATA ETIKA BERKOMUNIKASI PADA KOLOM KOMENTAR AKUN INSTAGRAM @DETIKCOM DAN @KOMPASCOM

Bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum profil Detik.com dan Kompas.com yang meliputi sejarah berdirinya Detik.com dan Kompas.com, visi dan misi, logo, dan menjelaskan deskripsi mengenai data etika

berkomunikasi pada kolom komentar akun Instagram @detikcom dan @kompascom.

**BAB IV : ANALISIS KOMENTAR NETIZEN DI AKUN
INSTAGRAM @DETIKCOM DAN @KOMPASCOM
DITINJAU DARI ETIKA KOMUNIKASI**

Bab ini berisi analisis mengenai komentar netizen di akun Instagram @detikcom dan @kompascom ditinjau dari etika komunikasi dan dikomparasikan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran.

3. Bagian Akhir, berisi daftar pustaka, lampiran, serta daftar riwayat hidup penulis.

BAB II

ETIKA KOMUNIKASI, INSTAGRAM, KOMENTAR, DAN NETIZEN

A. Etika Komunikasi

1. Pengertian Etika Komunikasi

Dari segi etimologi (bahasa) etika berasal dari kata bahasa Yunani *ethos*. Dalam bentuk tunggal, *ethos* artinya tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, akhlak, perasaan, cara berpikir. Dalam bentuk jamak, *ta etha* yang berarti adat kebiasaan. Dalam istilah filsafat, etika berarti ilmu tentang apa yang biasa dilakukan atau ilmu tentang adat kebiasaan (Mufid, 2009). Secara terminologis, etika adalah pengetahuan yang membahas baik buruk atau benar tidaknya tingkah laku dan tindakan manusia sekaligus menyoroti kewajiban-kewajiban manusia (Haris, 2007). Kamus Besar Bahasa Indonesia mengenali etika sebagai: 1) Ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak); 2) Kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak; 3) Nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat (Dewantara, 2017). Baik dan buruk dapat dilihat dari akibat baik dan buruknya perbuatan. Secara etika, apabila akibat perbuatannya baik maka tindakan yang dilakukan itu benar, dan sebaliknya apabila tindakannya berakibat buruk maka yang dilakukan itu salah.

Ada beberapa definisi etika yang dikemukakan para ahli (Nasir, 2019):

- a. Hamzah Ya'kub mengatakan bahwa etika adalah perilaku manusia terkait standar dan moral yang benar atau suatu ilmu tentang yang baik dan buruk.

- b. Ki Hajar Dewantara mengatakan bahwa etika adalah suatu ilmu yang memfokuskan tentang kebaikan dan keburukan dalam kehidupan manusia.
- c. Ahmad Amin mengatakan bahwa etika adalah ilmu yang memberitahu kepada manusia apa yang benar dan salah.
- d. H. Baharudin Salam mengatakan bahwa etika adalah bidang filsafat yang berbicara mengenai nilai dan hukum moral yang menjadi petunjuk perbuatan manusia.

Etika dipahami sebagai salah satu cabang filsafat yang membahas mengenai manusia terkait dengan moralitas, dengan kata lain etika adalah ilmu yang menyelidiki tingkah laku moral. Selanjutnya dalam pembagian bidang etika terdapat tiga pendekatan yang lazim, yaitu etika deskriptif, etika normatif, dan metaetika (Khairunnisa, 2022).

a. Etika Deskriptif

Etika deskriptif menggambarkan tingkah laku moral seperti adat kebiasaan terkait baik dan buruk, suatu tindakan yang diperbolehkan dan tidak diperbolehkan. Dalam hal ini, etika deskriptif mempelajari moralitas yang terdapat dalam individu tertentu, bermacam subkultural atau kebudayaan tertentu, suatu periode sejarah, dan sebagainya.

b. Etika Normatif

Etika normatif yaitu etika yang menjangkau pada suatu usaha untuk menggerakkan jiwa manusia sehingga biasanya memperhatikan hati nurani dan bertindak dengan kebajikan. Tujuannya untuk membentuk aturan moral yang bisa dipertanggungjawabkan dengan rasional. Etika normatif dibagi menjadi dua, yaitu:

- 1) Etika umum, yaitu etika yang mengkaji seperti standar etik, kebajikan, tanggung jawab, dan hak serta kewajiban manusia.

- 2) Etika khusus, yaitu usaha untuk menerapkan prinsip etika umum kedalam etika khusus. Etika ini disebut juga dengan etika terapan.

Norma juga memiliki aspek yang berbeda-beda untuk mengatur kehidupan manusia, yakni sebagai berikut:

- a. Norma Agama

Yaitu bentuk aturan yang dijalankan oleh seseorang yang sumbernya berasal dari Tuhan Yang Maha Esa. Biasanya berisi perintah yang seharusnya dilaksanakan dan larangan suatu perbuatan yang harus dihindari oleh seseorang. Norma ini memiliki sifat dogmatis bahwa aturan yang ada tidak boleh ditambahi maupun dikurangi sesuai yang tertulis pada kitab suci agama masing-masing.

- b. Norma Kesusilaan

Yaitu bentuk aturan yang dijalankan oleh seseorang sumbernya berasal dari hati nurani. Norma ini memiliki tujuan untuk mengatur perbuatan maupun tingkah laku yang dilakukan seseorang dimana didorong untuk melakukan tindakan yang baik dan menghindari tindakan buruk.

- c. Norma Hukum

Yaitu aturan yang dibuat oleh badan yang bertanggung jawab misalnya pemerintah yang ditulis dalam bentuk Undang-Undang. Norma ini memiliki sifat yang memaksa dengan tujuan menjaga dan melindungi kepentingan masyarakat serta menciptakan kehidupan yang tertib, aman dan rukun (Khairunnisa, 2022).

- c. Metaetika

Metaetika atau etika analitis yaitu pemeriksaan bahasa yang digunakan dalam bahasa moral. Misalnya, pemeriksaan istilah baik, nilai, norma, tanggung jawab, keadilan, keajiban moral, dan lain

sebagainya dalam bidang etika yang perlu ada kejelasan (Rukiyati, 2018).

Pada garis besarnya terdapat teori etika yang dibagi menjadi 2 macam yaitu teori etika deontologi dan teori etika teleologi (Burhan, 2019).

a. Etika Deontologi

Kata “deontologi” berasal dari kata Yunani *deon* (kewajiban) dan *logos* (ilmu). Etika deontologi ini menekankan kewajiban manusia untuk bertindak secara baik yang berdasarkan atas tindakan itu sendiri. Immanuel Kant mengatakan bahwa kehendak itu baik, jika yang menjadi dasar suatu tindakan adalah kewajiban (Yosephus, 2010). Dengan kata lain, bahwa suatu perbuatan secara moral adalah dikatakan baik apabila orang tersebut menghormati dan menghargai hukum moral. Hukum moral yang dimaksud yakni kewajiban.

Kant membagi konsep kewajiban menjadi dua jenis. *Pertama*, imperatif hipotesis (perintah bersyarat) adalah perintah yang dilaksanakan jika akibat dari tindakan itu merupakan hal yang diinginkan oleh orang tersebut. Misalnya, jika ingin mempunyai uang maka bekerjalah. *Kedua*, imperatif kategoris (perintah tak bersyarat) adalah perintah yang bersifat mutlak untuk menjalankan kewajiban begitu saja tanpa adanya syarat apapun. Misalnya, barang yang dipinjam harus dikembalikan. Keharusan ini berlaku begitu saja, tanpa syarat. Di sini tidak berlaku: barang yang dipinjam harus dikembalikan, agar tidak terkena marah oleh pemiliknya, agar tidak didedenda (Bertens, 2022).

b. Etika Teleologi

Teleologi berasal dari kata Yunani *telos* yang berarti tujuan. Teori ini mengukur baik buruknya tindakan manusia yang berdasarkan maksud dan tujuan yang ingin dicapai. Misalnya, mencuri. Jika tujuannya baik, maka tindakan itu dinilai baik

(seorang anak mencuri uang untuk membelikan obat untuk ibunya yang sedang sakit) tetapi jika tindakan dan tujuan buruk atau jahat, maka tindakan tersebut dinilai jahat. Etika teleologi lebih bersifat situasional karena tujuan dan akibat suatu tindakan atau perbuatan tergantung pada situasi tertentu. Etika teleologi ini dibagi menjadi dua aliran. *Pertama*, egoisme, yang dapat dinilai baik adalah sesuatu yang memberikan manfaat bagi kepentingan diri sendiri. *Kedua*, utilitarisme, yang dapat dinilai baik atau tidaknya ditinjau dari sisi kegunaan atau manfaatnya (Burhan, 2019).

Sedangkan komunikasi berasal dari bahasa Latin *communis* yang berarti membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari kata *communico* yang berarti membagi (Nurudin, 2016). Dengan kata lain, proses komunikasi bisa terjadi apabila ada pesan yang dibagi ke pihak lain, pesan tersebut bertujuan agar mencapai kebersamaan.

Berikut ada beberapa definisi yang dikemukakan para ahli (Oktarina dan Abdullah, 2017):

- a. Hovland mengatakan bahwa “*Communication is the process by which individual transmits stimuli (usually verbal) to modify the behaviour of other individuals*” (komunikasi adalah suatu proses dimana individu mengirim stimulus yang biasanya berupa lambang verbal untuk mengubah tingkah laku individu lain).
- b. Hovland, Janis & Kelley mengatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses melalui seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya berupa kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lain (khalayak).
- c. Berelson & Steiner mengatakan bahwa komunikasi adalah proses untuk menyampaikan informasi, gagasan, emosi, keahlian dan sebagainya dengan menggunakan simbol-simbol seperti kata, gambar, angka, dan lain-lain.

- d. Barnlund mengatakan bahwa komunikasi timbul didorong oleh adanya kebutuhan untuk mengurangi rasa ketidakpastian, bertindak secara efektif, dan mempertahankan atau memperkuat ego.
- e. Gode mengatakan bahwa komunikasi merupakan proses dimana membuat sesuatu dari semula yang dimiliki oleh seseorang menjadi dua orang atau lebih.

Berdasarkan definisi-definisi diatas, setidaknya sudah cukup memperoleh gambaran mengenai apa yang dimaksud dengan komunikasi. Sebagaimana yang disampaikan oleh Shannon dan Weaver bahwa komunikasi merupakan bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, tidak hanya komunikasi verbal, tetapi juga dalam ekspresi muka, lukisan, seni, dan teknologi (Wiryanto, 2004).

Etika dan komunikasi tidak dapat dipisahkan, keduanya saling berhubungan. Ketika melakukan komunikasi yang baik tentu saja tidak dapat dipisahkan dengan adanya suatu etika. Dengan demikian, etika komunikasi adalah baik buruknya cara seseorang dalam berkomunikasi dengan sesama (Dewi, 2019). Etika komunikasi mengutamakan kejujuran, keharmonisan hubungan, pesan yang tepat dan menghindari bahwa adanya kecurangan. Etika komunikasi dapat diartikan sebagai prinsip, norma, nilai, dan tingkah laku yang mengatur hubungan interaksi antar manusia dalam menjalin suatu komunikasi.

Etika komunikasi mencoba untuk mengelaborasi standar etis yang digunakan oleh komunikator dan komunikan. Ada tujuh perspektif yang terdapat pada etika komunikasi (Mufid, 2009), diantaranya sebagai berikut:

- 1) Perspektif Politik

Yaitu menumbuhkan sikap adil dengan memilih atas dasar kebebasan, mengutamakan motivasi, dan menanamkan penghargaan akan perbedaan.

2) Perspektif Sifat Manusia

Yaitu kemampuan untuk berpikir dan menggunakan simbol.

3) Perspektif Dialogis

Yaitu sikap setiap partisipan komunikasi yang ditandai oleh kualitas keutamaan, misalnya keterbukaan, kerukunan, kejujuran, dan lain-lain.

4) Perspektif Situasional

Yaitu adanya relevansi bagi setiap penilaian moral untuk komunikasi yang etis.

5) Perspektif Religius

Pendekatan alkitab dalam agama bisa membantu manusia untuk menemukan pedoman setiap tindakan manusia.

6) Perspektif Utilitarian

Yaitu untuk mengevaluasi cara serta tujuan komunikasi yang dapat dilihat dari adanya kegunaan, kesenangan, dan kegembiraan.

7) Perspektif Legal

Yaitu disesuaikan akan peraturan yang berlaku dan dianggap perilaku yang etis.

Adapun etika komunikasi, menurut Ricard L. Johannesen (dalam Palogan, 2020) terdapat enam prinsip yang sering digunakan oleh orang-orang yang tengah menjalani hubungan komunikasi, yakni sebagai berikut:

1) Prinsip Keindahan

Merupakan prinsip yang mendasari sesuatu yang meliputi rasa senang terhadap keindahan. Keindahan dalam berkomunikasi, yakni menunjukkan sifat keramah-tamaan, senyum, salam, dan lain-lain.

2) Prinsip Persamaan

Merupakan prinsip yang melandasi perilaku yang tidak diskriminatif atas dasar apapun.

3) Prinsip Kebaikan

Prinsip kebaikan yang dimaksud adalah berkenaan dengan nilai-nilai kemanusiaan, diantaranya saling menghormati dan kasih sayang.

4) Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan yang dimaksud adalah berlaku adil secara proporsional, yang berarti tidak mengambil yang menjadi hak orang lain.

5) Prinsip Kebebasan

Prinsip yang dimaksud adalah keleluasaan seseorang terhadap hak asasi yang dimilikinya.

6) Prinsip Kebenaran

Kebenaran yang dimaksud adalah kebenaran yang bisa dibuktikan dan ditunjukkan agar kebenaran tersebut dapat diyakini oleh individu serta masyarakat.

2. Etika Komunikasi Islam

Etika komunikasi Islam kurang lebih sama dengan etika komunikasi secara umum. Isi perintah dan larangannya sama diantara keduanya. Adapun etika komunikasi Islam merupakan bentuk komunikasi yang mengandung pesan Islami sesuai dengan petunjuk al-Qur'an dan as-Sunnah, sehingga akan menciptakan komunikasi yang beretika atau berakhlakul karimah (Wafda, 2020).

Jalaluddin Rakhmat menyimpulkan enam prinsip etika komunikasi Islam dalam al-Qur'an yang diambil dari kata kunci "*qaul*" dalam konteks *amar* (perintah) yaitu: *Qawlan Syadidan*, *Qawlan*

Baligha, Qawlan Maysura, Qawlan Layyina, Qawlan Karima, dan Qawlan Ma'rufan. Berikut keterangan masing-masing prinsipnya:

1) Qawlan Syadiddan (perkataan benar, lurus, jujur)

Perkataan yang benar, tegas, lurus, jujur, tidak bohong dan tidak terbelit-belit. Suatu pembicaraan, ucapan, baik dari segi substansi materi, isi, pesan maupun redaksi tata bahasa. Prinsip ini telah dijelaskan di dalam Al-Qur'an pada surat *an-Nisa* ayat 9, dan surat *al-Ahzab* ayat 70.

2) Qaulan Baligha (perkataan yang membekas dalam jiwa)

Perkataan yang efektif, tepat sasaran, mudah dimengerti, dan komunikatif. Qaulan balighan terjadi jika komunikator dapat menyesuaikan pembicaraan dengan sifat, otak, dan hati khalayak yang dihadapinya. Prinsip ini telah dijelaskan di dalam Al-Qur'an pada surat *an-Nisa* ayat 63.

3) Qaulan Masyura (perkataan yang ringan)

Dapat diartikan sebagai mudah, dengan kata lain mudah dimengerti, dicerna, dan dipahami oleh komunikan. Prinsip ini telah dijelaskan di dalam Al-Qur'an pada surat *al-Isra* ayat 28.

4) Qaulan Layyina (perkataan yang lemah lembut)

Perkataan yang lemah lembut, dengan suara yang enak didengar, penuh kedamaian, sikap yang bersahabat dan perilaku yang menyengkan dalam menyerukan agama Allah. Prinsip ini telah dijelaskan di dalam Al-Qur'an pada surat *Thaha* ayat 44.

5) Qaulan Karima (perkataan yang mulia)

Perkataan yang mulia, yang disertai dengan rasa hormat dan mengagungkan, santun, dan bertata krama. Prinsip ini telah dijelaskan di dalam Al-Qur'an pada surat *al-Isra* ayat 23.

6) Qaulan Ma'rufan (perkataan yang baik)

Perkataan yang baik yang menumbuhkan rasa tentram dan damai, tidak menyakitkan atau menyinggung orang lain, serta pembicaraan bermanfaat dan menimbulkan kebaikan. Prinsip ini

telah dijelaskan di dalam Al-Qur'an pada surat *an-Nisa* ayat 5 (Rakhmat, 1994).

3. Fungsi Etika dalam Berkomunikasi

Ginting et.al (2021) menyebutkan bahwa fungsi etika komunikasi, sebagai landasan moral, mempermudah proses penyampaian pesan, dan sebagai panduan manusia dalam berkomunikasi. Etika dalam berkomunikasi bertujuan agar komunikasi berhasil dengan baik (komunikatif) dan terjalinnya hubungan yang harmonis antara komunikator dan komunikan. Hubungan terjalin harmonis apabila antara komunikator dan komunikan saling menciptakan rasa senang. Rasa senang akan muncul jika keduanya saling menghargai, saling memahami perihal karakteristik seseorang dan etika yang diyakini oleh masing-masing (Saefullah, 2013). Disamping itu, etika dalam komunikasi bertujuan untuk bertukar informasi dengan tepat, membangun relasi yang baik, dan sebagai bentuk sopan santun.

Kehidupan sosial dalam hubungan seseorang dengan orang lain terjadi proses komunikasi. Proses komunikasi yang melibatkan individu yang berbeda serta banyak pihak yang terdapat kepentingan didalamnya maka etika menjadi tolak ukur dalam memilih dan memilah aspek komunikasi dan pesan yang baik. Kehidupan suatu masyarakat yang plural juga sangat membutuhkan etika sebagai panduan manusia. Tanpa adanya etika, manusia akan menjadi pemangsa bagi sesama manusia (Nuruddin, 2007).

4. Komunikasi Verbal dan Nonverbal

Deddy Mulyana (2005) menyebutkan bahwa simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Bahasa disebut juga sebagai sistem kode verbal. Secara definisi, komunikasi verbal adalah bentuk komunikasi yang menggunakan kata-kata, baik lisan maupun tulisan (Nurudin, 2016). Komunikasi verbal

dipakai dalam hubungan antar manusia, untuk mengungkapkan perasaan, emosi, pemikiran, gagasan, dan lain sebagainya. Komunikasi verbal dapat disampaikan secara *face to face* (langsung) maupun dengan perantara media, misalnya berinteraksi melalui sosial media atau telepon. Sedangkan komunikasi verbal melalui tulisan dapat dilakukan menggunakan media seperti, surat, memo, dan *chatting* di media sosial.

Unsur dalam Komunikasi Verbal

Unsur penting dalam komunikasi verbal yaitu dapat berupa kata dan bahasa (Kurniati, 2016).

1. Kata

Kata adalah lambang yang mewakili suatu hal, baik itu orang, barang, kejadian, atau keadaan. Seringkali kita mencoba membuat kesimpulan terhadap makna apa yang diterapkan pada suatu pilihan kata. Kata yang kita gunakan adalah abstraksi yang telah disepakati maknanya sehingga komunikasi verbal bersifat intensional dan harus *shared* (dibagi) di antara orang-orang yang terlibat dalam komunikasi tersebut.

2. Bahasa

Bahasa adalah suatu sistem lambang yang memungkinkan orang berbagi makna. Dalam komunikasi verbal, lambang bahasa yang digunakan adalah bahasa lisan, baik tertulis pada kertas maupun elektronik (Agus, 2003). Bahasa juga memiliki karakteristik sebagai berikut:

a) Pengalihan

Bahasa memiliki karakteristik yang namanya pengalihan, dimana kita dapat berbicara mengenai hal-hal yang jauh dari kita, baik dari segi tempat maupun waktu, berbicara tentang masa lalu atau masa depan,

berbicara tentang sesuatu yang tidak terjangkau dengan akal, misalnya akal.

b) Pelenyapan

Suara saat kita bicara bisa hilang atau lenyap dengan cepat. Suara harus diterima dengan segera setelah itu dikirimkan atau kita tidak akan pernah menerimanya.

c) Kebebasan makna

Isyarat bahasa mempunyai kebebasan makna. Suatu kata memiliki arti atau makna yang mereka gambarkan karena kitalah yang secara bebas yang menentukan arti atau maknanya.

d) Transmisi budaya

Transmisi bisa diartikan sebagai penerusan atau pewarisan. Maka transmisi budaya berarti pewarisan budaya (Nurudin, 2016). Misalnya, seorang anak yang dibesarkan dalam lingkungan keluarga berbahasa Inggris akan memungkinkan anak tersebut menguasai bahasa Inggris.

Adapun komunikasi nonverbal disebut juga isyarat atau *silent language* (bahasa diam). Komunikasi nonverbal adalah semua ekspresi eksternal untuk menyampaikan informasi tanpa kata-kata terucap atau tertulis, termasuk gerak tubuh, karakteristik penampilan dan suara, serta penggunaan ruang dan jarak (Rustan dan Nurhakki, 2017). Melalui komunikasi nonverbal kita dapat mengetahui suasana emosional seseorang, apakah sedang bahagia, sedih, marah, atau yang lainnya. Bahasa verbal sejalur dengan bahasa nonverbal, misalnya ketika mengatakan “ya” pasti kepala akan mengangguk.

Bentuk-Bentuk Komunikasi Nonverbal

Menurut Verdever et.al (dalam Rustan dan Nurhakki, 2017) ada beberapa bentuk komunikasi nonverbal yakni sebagai berikut:

1. *Kinesics* (gerakan tubuh)

Gerakan tubuh merupakan perilaku nonverbal dimana komunikasi terjadi melalui gerakan tubuh seseorang yang meliputi kontak mata, ekspresi wajah, gerak isyarat postur atau perawakan tubuh.

2. *Haptics* (sentuhan)

Melalui sentuhan seseorang mampu menerima dan membedakan berbagai emosi yang disampaikan. Misalnya, untuk mengekspresikan kepedulian dengan orang-orang terdekat dapat dilakukan dengan memberikan elusan dibahu atau tangan.

3. *Paralanguage* (vokalik)

Vokalik adalah unsur nonverbal dalam bentuk sebuah ucapan, yaitu cara berbicara (Kurniati, 2016). Misalnya, nada bicara, nada suara, kecepatan bicara, intonasi, dan lain-lain.

4. *Proksemics* (proksemik)

Proksemics adalah penggunaan ruang dan jarak ketika berkomunikasi dengan orang lain, termasuk juga tempat atau lokasi posisi berada. Contohnya, jarak sosial yaitu 120-360 cm.

5. Artefak

Artefak yaitu cara penampilan diri atau fisik melalui benda-benda yang digunakan, seperti busana, asesoris, warna, dan benda-benda lain yang dapat menyampaikan pesan tertentu.

6. Olfatics

Berkaitan dengan penggunaan indra penciuman. Melalui indra penciuman kita dapat menangkap berbagai pesan.

7. Cronemics

Berkaitan dengan pemilihan dan penggunaan waktu dalam komunikasi.

5. Etika Komunikasi di Medial Sosial

Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan para pengguna untuk mempresentasikan dirinya, berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, serta membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015). Lewis berpendapat bahwa media sosial merupakan suatu label yang merujuk pada teknologi digital yang berpotensi membuat orang untuk saling terhubung dan berinteraksi, produksi, dan berbagi pesan. Media sosial sebagai suatu platform digital yang menyediakan fasilitas bagi penggunanya untuk melakukan aktivitas sosial.

Komunikasi di media sosial sering dilakukan dengan menggunakan bahasa yang tidak baku. Salah satu penyebabnya, yakni di media sosial sering tidak jelas siapa lawan komunikasi kita dan dimana posisinya saat berinteraksi sehingga etika komunikasi menjadi sangat penting dalam kehidupan sosial. Etika dalam penggunaan media sosial harus dijaga agar kita mendapatkan hal yang baik dan positif, minimal sebagai hiburan dan mendapatkan sumber informasi faktual. Menurut Slamet Santosa, ada beberapa macam etika komunikasi dalam bermedia sosial yaitu:

a) Kenali aturannya

Sebelum menggunakan media sosial, pengguna dihimbau untuk mengetahui aturan yang berlaku, terdapat dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik atau UU ITE. Ada lima pasal yang mengatur tentang etika bermedia sosial yaitu pasal 27 sampai 30 UU ITE. Misalnya, UU ITE Nomor 11 Tahun 2008 Pasal 28 ayat (1) tentang Berita Bohong dan Pasal 28 ayat (2) tentang Ujaran Kebencian.

Pasal 28 ayat (1) yang berbunyi *“Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik”*.

Sedangkan Pasal 28 ayat (2) yang berbunyi “*Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu dan/atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA)*” (DPR RI, 2008).

b) Pahami batas usia

Sejumlah media sosial sebenarnya telah menetapkan batasan minimal untuk pengguna, misalnya Facebook dan Instagram menetapkan usia minimal pengguna adalah 13 tahun, sementara usia 15 tahun untuk pengguna Twitter.

c) Perhatikan unggahan

Pengguna media sosial juga diharapkan dapat memilah hal-hal pribadi untuk diunggah. Hal ini agar tidak dimanfaatkan pelaku kejahatan sebagai celaku untuk melakukan tindak kejahatan dengan mengetahui aktivitas sehari-hari melalui media sosial.

d) Saring sebelum sharing

Ketika mendapat informasi di platform berbagi pesan, masyarakat diharap bisa menanyakan kembali kebenaran informasi terlebih dahulu, tidak serta merta meneruskannya kepada orang lain (Ginting et. al, 2021).

Sedangkan menurut Muhammad Syu'aib Taher (dalam Wafda, 2020) etika yang perlu diperhatikan saat berkomunikasi di media sosial diantaranya:

- 1) Selalu perhatikan penggunaan kalimat yang baik
- 2) Berhati-hati dalam menggunakan huruf
- 3) Perhatikan pemilihan warna huruf
- 4) Pemilihan simbol dan ikon yang tepat
- 5) Menggunakan bahasa yang sesuai
- 6) Memberikan respon dengan segera
- 7) Memberikan informasi yang memiliki referensi jelas

8) Tidak memancing pertentangan

B. Instagram



Gambar 1 Logo Instagram

Instagram pertama kali diciptakan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger pada bulan Oktober 2010 oleh perusahaan Burbn, Inc. Termasuk teknologi starup yang hanya berfokus pada bagian foto, like, komentar untuk mempermudah setiap orang melakukan komunikasi didalamnya. Kata instagram terdiri dari dua kata *insta* dan *gram*. Kata *insta* berasal dari kata instan yang berarti bahwa Instagram ini akan menampilkan foto-foto secara instan, tampilannya layaknya polaroid. Sedangkan kata *gram* berasal dari kata Telegram yang berarti mempunyai cara kerja untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Instagram merupakan suatu bentuk komunikasi baru yang memberikan tanda untuk berkomentar dan membangun interaksi antar pengguna (Laeli, 2020). Melalui instagram kita dapat menambahkan berupa komentar, mengunggah foto atau video, menyukai, mengirim, serta menyimpan dalam sebuah akun dengan menggunakan jaringan internet sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat.

Dalam aplikasi instagram sendiri memiliki beberapa fitur dengan kegunaannya masing-masing (Wulandari, 2020), diantaranya sebagai berikut:

- a. *Follower* (pengikut), yaitu pengguna dapat mengikuti pengguna lainnya atau memiliki pengikut dari pengguna lainnya.
- b. *Posting* (mengunggah foto/video) sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto atau video kepada pengguna lainnya.

- c. *Like* (suka), pengguna Instagram dapat berkomunikasi dengan pengguna lainnya dengan memberikan tanda *like* pada saat pengguna lain meng-*upload* foto maupun video
- d. *Comment* (komentar), komunikasi antar pengguna juga dapat dilakukan dengan memberikan komentar di kolom komentar pada postingan pengguna lainnya.
- e. Kamera, dalam Instagram ada fitur kamera yakni langsung membuka kamera di aplikasi secara langsung dan dapat diputar arahnya sesuai dengan keinginan para pengguna.
- f. *Filter* (efek foto), Instagram memiliki banyak efek foto yang digunakan oleh para pengguna pada saat hendak menyunting fotonya.
- g. Arroba, digunakan untuk menyebutkan pengguna lainnya dengan menambahkan tanda arroba (@) dan memasukkan akun Instagram dari pengguna tersebut.
- h. Label, dalam Instagram adalah sebuah kode yang memudahkan para pengguna untuk mencari foto tersebut dengan menggunakan “kata kunci”.
- i. Hastag (#), digunakan untuk mengelompokkan foto dan video kedalam satu kategori.
- j. Instastory, digunakan sebagai mengambil format *snapchat* dimana unggahan dapat bertahan selama 24 jam dengan maksimal 15 detik.
- k. Perlombaan, digunakan sebagai ajang perlombaan fotografi dengan cara mengunggah foto dalam Instagram.
- l. Publikasi kegiatan sosial, Instagram menjadi media untuk memberitahukan suatu kegiatan sosial dalam cakupan lokal maupun mancanegara.
- m. Publikasi organisasi, di dalam Instagram juga banyak organisasi organisasi yang mempublikasikan produk mereka.
- n. Geotagging, berguna untuk mendeteksi lokasi mereka yang telah mengambil foto tersebut atau tempat tersebut setelah diunggah.

- o. Jejaring sosial, para pengguna tidak hanya dapat membagikannya melalui Instagram saja, melainkan foto tersebut dapat dibagi melalui jejaring sosial lainnya, seperti Facebook, Twitter, Tumblr dan lain sebagainya.
- p. Popular, bila foto masuk ke dalam halaman popular, yang merupakan tempat kumpulan dari foto-foto popular dari seluruh dunia pada saat itu. Secara tidak langsung foto tersebut akan menjadi suatu hal yang dikenal masyarakat mancanegara sehingga jumlah pengikut juga dapat bertambah.
- q. Peraturan Instagram, sebagai tempat untuk mengunggah foto-foto dari masyarakat umum, ada beberapa peraturan tersendiri dari Instagram agar para pengguna tidak mengunggah foto-foto yang tidak sesuai dengan peraturan.
- r. Penanda foto dengan bendera, berfungsi apabila pengguna ingin melakukan pengaduan terhadap pengguna Instagram lainnya. Hal ini dilakukan bila sebuah foto mengandung unsur pornografi, ancaman, foto curian ataupun foto yang memiliki hak cipta.

C. Komentar

Media sosial khususnya Instagram memiliki kemampuan bagi penggunanya untuk berintraksi dan menyampaikan pendapat mereka di kolom komentar. Menurut Keraf (2010) kebebasan yang diberikan Instagram terhadap seseorang atau publik memanfaatkan media sosial tersebut untuk berargumentasi atau beropini tanpa penangguhan, menulis narasi opini dengan akun pribadi pada konten publikasi akun orang lain di kolom komentar.

Komentar berasal dari kata bahasa arab تَعْلِيْقٌ. Sedangkan مُعَلِّقٌ artinya memberi komentar. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah ulasan atau tanggapan atas berita, pidato, dan sebagainya (untuk menerangkan atau menjelaskan). Komentar merupakan suatu ruang pada media massa, baik itu koran, majalah, situs web berita, atau platform media

sosial yang disediakan untuk berdiskusi dan memberi tanggapan dari pembaca atau pengguna. Kolom komentar biasanya digunakan untuk memberikan kritik, saran, opini, atau tanggapan terhadap sebuah topik atau artikel yang dibahas pada media tersebut.

Pando berpendapat budaya komentar merupakan komunitas berbentuk virtual yang diciptakan melalui jaringan internet untuk mengembangkan budaya itu sendiri. Istilah budaya dapat disebut sebagai budaya dunia maya yang merupakan komunitas budaya yang nyata, memberikan identitas kolektif maupun tatanan sosial secara efektif, tepat waktu, dan tahan lama. Konsep dalam budaya komentar yakni ide berbagi yang mengacu pada suatu penyebaran informasi, tulisan, komentar, gambar, serta video (Laeli, 2020).

Komentar sendiri memiliki peran yang penting untuk membuka ruang diskusi dan partisipasi pengguna dalam berbagai isu dan topik yang dibahas dalam media sosial. Selain itu, kolom komentar juga dapat merusak diskursus publik dengan berbagai masalah seperti spam dan komentar negatif atau komentar tidak sopan. Dengan demikian, pengelola media sosial harus mengendalikan kolom komentar dengan baik dan bijak agar menciptakan ruang diskusi yang sehat dan bermanfaat bagi pengguna.

Tindakan menanggapi komentar yang terdapat pada media sosial dapat diuraikan secara psikologis dan memiliki bentuk klarifikasi yang berdasarkan jenis komentar yang dipetakan atas jenis tanggapan dari variabel yakni, komentar pro (setuju), komentar kontra (tidak setuju), dan komentar netral (tengah), yang ketiganya mewakili responden.

D. Netizen di Dunia Maya

Netizen (warga internet) gabungan dari dua kata yaitu *internet* dan *citizen* (warga). Pengertian netizen sebagai orang atau entitas yang aktif di komunitas online atau orang yang aktif internetan dengan terlibat dalam sejumlah forum atau media sosial (Romli, 2018). Netizen adalah *user* (pengguna) yang mengakses dan menggunakan jaringan internet. Mereka

juga saling berkolaborasi dan bertukar pendapat di dunia maya. Misalnya, melalui sosial media berupa Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram, dan sebagainya. Apabila *user* membuka internet hanya sekali untuk keperluan tertentu belum dapat diatikan sebagai netizen. Dengan kata lain, netizen yang sudah aktif dan terus-menerus menggunakan internet adalah aktivis dunia maya.

Pada dasarnya ada tiga hal yang dilakukan netizen di internet, diantaranya: 1) Berkomunikasi dengan netizen lainnya melalui media-media; 2) Menyuarakan pendapatnya (berupa opini, masukan, rekomendasi, kecaman, serta mengekspresikan diri melalui berbagai sosial media; 3) Berkolaborasi melalui aplikasi web yang bisa digunakan secara kolaboratif dan *real time* melalui beberapa aplikasi (Dewi, 2019).

BAB III

DETIK.COM, KOMPAS.COM DAN DATA ETIKA BERKOMUNIKASI PADA KOLOM KOMENTAR AKUN INSTAGRAM @DETIKCOM DAN @KOMPASCOM

A. Profil Detik.com

1. Sejarah Berdirinya Detik.com

Detik.com merupakan salah satu portal berita online terpopuler di Indonesia yang dipelopori oleh Budiono Darsono, Yayan Sopyan (keduanya adalah eks wartawan DeTik), Abdul Rahman (eks wartawan Tempo) dan Didi Nugrahadi pada Oktober 1995. Awalnya Detik.com dimiliki oleh PT. Agranet Multicitra Siberkom atau Agrakom, tetapi pada 03 Agustus 2011 diakuisisi oleh CT Corp di bawah Trans Corp pemilik Chairul Tanjung. Hal ini mengakibatkan pada jajaran direksi yang sebagian besar merupakan orang-orang Trans Corp.

Sejarah berdirinya Detik.com dilatarbelakangi oleh pencabutan surat izin usaha dari penerbitan Majalah Detik oleh pemerintah orde baru. Saat itu Detik yang masih berupa majalah dengan berita politik sebagai pokok bahasan yang dianggap terlalu terang-terangan dan menyerang pemerintah. Sehingga dengan keputusan Menteri Penerangan mau tidak mau SIUP Detik harus dicabut. Hal ini yang membuat para wartawan berinisiatif untuk membuat media pemberitaan berbasis internet. Sebelumnya situs ini bergerak di bidang pembuatan web dengan klien dari perusahaan-perusahaan besar. Perusahaan mereka unggul dalam pelayanan web, pelayanan manajemen, layanan hos web dan lain-lain yang membuatnya semakin maju.

Meninjau sejarah kelahirannya, Detik.com baru bisa diakses dengan lengkap pada 09 Juli 1998 meskipun pada 30 Mei 1998 servernya sudah dapat diakses. Detik.com awalnya memfokuskan diri

pada berita-berita politik, teknologi informasi dan ekonomi. Seiring berjalannya waktu Detik.com juga membawakan berita hiburan dan olahraga. Dengan demikian, terbentuklah Detik.com yang *update-nya* tidak lagi menggunakan media cetak harian, mingguan ataupun bulanan melainkan mengusung *breaking news* atau berita baru dengan mengacu pada *vivid description*. Detik.com melesat menjadi situs informasi digital yang paling populer di kalangan pengguna internet.

Adapun struktur redaksi Detik.com yaitu Alfito Deanova sebagai pemimpin redaksi. Elvan Dany dan Ardhi Suryadi sebagai wakil pemimpin redaksi. Kemudian Dany Sutrisno, Odilia Winneke, Fajar Pratama, Sudrajat, serta Fakhri Fahmi merupakan dewan redaksi.

2. Visi dan Misi Detik.com

a. Visi Detik.com

Menjadi tujuan utama orang Indonesia untuk mendapatkan konten dan layanan digital, baik melalui internet maupun seluler.

b. Misi Detik.com

- 1) Memiliki komitmen tinggi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan.
- 2) Memberikan kesejahteraan kepada karyawan dan menjadi tempat yang baik untuk berkarier.
- 3) Memberikan hasil optimal yang berkesinambungan bagi pemegang saham.

3. Logo dan Tagline Detik.com



Gambar 2 Logo Detik.com

Detik.com merupakan salah satu situs pemberitaan yang terpopuler di Indonesia dari berbagai banyaknya media yang beredar di masyarakat. Sesuai dengan namanya, Detik.com menjadi media pemberitaan yang memiliki karakteristik kebaruan *breaking news* yang tidak hanya setiap harinya namun setiap menit ke menit (Kamila, 2022).

Sebagai media pemberitaan yang menyajikan informasi secara cepat, maka hal ini diikuti juga dengan *dedline* yang berkontinu setiap saat. Dengan demikian, Detik.com dapat menjalankan proses pemberitaan ini cukup efisien dengan tidak meninggalkan tahapan penting. Proses ini juga dibantu dengan suatu teknologi aplikasi yang bisa mengetahui frekuensi informasi *trending* di kalangan masyarakat. Selain itu, Detik.com memiliki target para pembacanya pada kisaran usia 18-24 tahun atau generasi Z, kemudian usia 25-40 tahun atau generasi milenial, serta usia 41 tahun keatas atau generasi elite. Oleh sebab itu, situs-situs yang dibuat oleh Detik.com menyesuaikan dengan *lifestyle* dari target *audience* mereka.

4. Situs Berita Detik.com

Sebagai situs berita yang maju, Detik.com berkembang menjadi beberapa kanal di antaranya:

- a. DetikNews : memuat informasi terhangat atas peristiwa.
- b. DetikFinance : memuat informasi keuangan dan ekonomi.
- c. DetikFood : memuat informasi masakan dan kuliner.
- d. DetikHot : memuat informasi terkini dunia selebriti.
- e. DetikSport : memuat pemberitaan olahraga.
- f. DetikHealth : memuat informasi-informasi kesehatan.
- g. DetikOto : memuat berita dunia otomotif.
- h. DetikTravel : memuat berita destinasi wisata.
- i. DetikInet : memuat informasi tentang teknologi terbaru.
- j. Wolipop : memuat informasi dunia fashion.

- k. 20Detik : mengemas isu peristiwa dalam waktu 20 detik dalam suatu video.

B. Profil Kompas.com

1. Sejarah Berdirinya Kompas.com

Kompas.com merupakan salah satu pionir portal online di Indonesia yang hadir pada 14 September 1995 dengan mengusung Kompas Online. Awalnya, Kompas Online atau KOL dapat diakses di alamat kompas.co.id dengan tampilan berita harian Kompas yang terbit pada hari itu. Tujuan layanan ini untuk mempermudah dan dapat menikmati kepada pembaca setia harian yang sulit dijangkau oleh jaringan distribusi milik Kompas terutama di Indonesia bagian Timur maupun di luar negeri (Tahrifudin, 2021). Kemudian pada 1996 Kompas Online berubah menjadi www.kompas.com dengan harapan mampu memberikan layanan secara maksimal.

Kompas.com telah resmi berdiri dengan nama Kompas Online pada tahun 1997. Saat itu, hanya berperan sebagai edisi internet dari harian Kompas. Pada tahun selanjutnya tepatnya 6 Agustus 1998 media tersebut semakin berkembang dengan bersamaan perusahaan induknya yakni Kompas Cyber Media atau KCM. Perubahan ini ditandai dengan adanya peningkatan potensi dunia digital yang semakin luas di kalangan masyarakat yang terkenal dengan sebutan KCM. Berita yang disajikan tidak hanya berupa replika dari harian Kompas melainkan tapi juga mendapatkan konten yang *update* perkembangan berita-berita terbaru.

Meningkatnya pelanggan internet di Indonesia membuat KCM semakin banyak di akses dan dikunjungi oleh pengguna media online. Mengakses informasi dari internet kini sudah menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga KCM pun berbenah diri untuk mengikuti alurnya perubahan era digital yang terus berkembang.

Sepuluh tahun kemudian tepatnya pada 29 Mei 2008, KCM melakukan *rebranding* menjadi Kompas.com dengan tujuan agar dapat memfasilitasi kepada pembaca untuk mendapatkan informasi dan sebagai contoh jurnalisme yang baik dari banyaknya informasi yang belum tervalidasi kebenarannya. Kompas.com hadir dengan perubahan yang signifikan. Mengusung ide “Reborn”, membawa logo, tata letak, hingga konsep yang baru di dalamnya. Pengunjung aktif Kompas.com pada saat itu telah mencapai 20 juta dan total 40 juta page *view* perbulan. Sampai sekarang telah mencapai 120 juta page *view* perbulan.

Adapun struktur redaksi media Kompas.com yaitu Wisnu Nugroho sebagai Pimpinan Redaksi. Amir Sodikin, Johannes Heru Margianto sebagai Manajer Editor. Laksono Hari Wiwaho, Ana Shofiana Syatiri, Caroline Sondang Andhikayani Damanik sebagai Asisten Editor Manajer.

2. Visi dan Misi Kompas.com

Visi dan misi Kompas.com yaitu menjadi perusahaan terbesar, terbaik, terpadu, dan terbesar di Asia Tenggara. Melalui usaha berbasis pengetahuan untuk menciptakan masyarakat yang terdidik, tercerahkan, menghargai kebhinekaan, adil, dan sejahtera. Tujuan itu dapat dicapai dengan kukuhnya Kompas.com selaku pemimpin pasar tingkat nasional dengan cara mengoptimalkan potensi atas sumber daya dan kerja sama.

3. Logo dan Tagline Kompas.com



Gambar 3 Logo Kompas.com

Tagline dari Kompas.com yakni berbunyi “Jernih Melihat Dunia” yang mempunyai tujuan sebagai media yang menyediakan informasi atau berita secara jernih, lengkap, dan tidak memihak satu golongan atas dasar politik, ekonomi, maupun kekuasaan. Kompas.com menyajikan sebuah informasi dan peristiwa setiap harinya dengan berbagai jenis seperti *hard news*, *soft news*, dan *wrap-up*. Khusus laporan dalam website juga menampilkan informasi yang lengkap. Salah satunya ada *long term* yang berupa karya jurnalistik mendalam. Kemudian laporan ini disebarluaskan lewat Kompas.com sebagai Visual Interaktif Kompas atau VIK atau bisa disebut juga dengan *multimedia storytelling*.

Berbeda dengan Detik.com, jika Detik.com memiliki karakteristik kebaruan *breaking news* setiap menit ke menit maka Kompas.com kecepatan bukanlah bagian terpenting dalam membuat suatu berita. Karena Kompas.com merupakan jurnalisme presisi yang mengedapakan ketelitian dan ketepatan dalam membuat berita. Makna jurnalisme ini berasal dari usungan Jakoeb Oetama yakni sebagai pendiri Kompas sehingga timbulah prinsip Kompas.com yang memihak ketidakberpihakan.

Kompas.com memiliki target para pembacanya pada kisaran usia 13-24 tahun atau pembaca milenial muda. Kemudian usia 25-34 tahun atau pembaca milenial dewasa (Kamila, 2022).

4. Situs Berita Kompas.com

Adapun situs-situs Kompas.com untuk memudahkan pembaca dalam mengakses berita yang diminati, diantaranya:

- a. New : memuat informasi terbaru dari berbagai daerah dan jenis berita.
- b. Tren : memuat informasi yang sedang trending.
- c. Health : memuat informasi seputar kesehatan.

- d. Food : memuat informasi seputar kuliner.
- e. Edukasi : memuat informasi dunia pendidikan.
- f. Parapuan : memuat berita yang mengulas hal-hal seputar kaum perempuan.
- g. Money : memuat berita mengenai keuangan dan ekonomi.
- h. UMKM : memuat berita seputar kewirausahaan.
- i. Tekno : memuat berita seputar teknologi.
- j. Lifestyle : memuat informasi seputar gaya hidup.
- k. Homey : memuat informasi mengenai perawatan rumah.
- l. Properti : memuat informasi seputar usaha properti.
- m. Bola : memuat informasi dunia olahraga sepak bola.
- n. Travel : memuat informasi destinasi wisata.
- o. Otomotif : memuat informasi dunia otomotif.
- p. *Sains* : memuat informasi mengenai *sains*.
- q. *Hype* : memuat informasi topik yang sedang tren di kalangan masyarakat.
- r. VIK : memuat berita yang dikemas dalam bentuk visual interaktif.
- s. Kolom : memuat informasi berasal dari pemikiran gagasan para ahli.
- t. Image : memuat berita yang menyertakan banyak gambar di dalamnya.

C. Data Etika Berkomunikasi pada Kolom Komentar Akun Instagram @detikcom dan @kompascom

Paparan data penelitian tersebut peneliti kumpulkan dari sumber berita dari @detikcom dan @kompascom yang dipublikasikan pada tanggal 4 Januari 2023 melalui akun Instagram @detikcom dengan pemilihan judul berita Herry Wirawan Tetap Divonis Hukuman Mati, Kemenag: Semoga Beri Efek Jera. Sedangkan melalui Instagram @kompascom dengan judul berita Kasasi Ditolak, Herry Wirawan, Pemerkosa 13 Santriwati, Tetap Divonis Mati. Kemudian netizen atau warganet memberikan komentar di

kolom komentar @detikcom dan @kompascom dalam pemberitaan tersebut telah dipilih oleh peneliti sebanyak 80 komentar dengan rincian 40 komentar dari @detikcom dan 40 komentar dari @kompascom.

Komentar yang telah dipaparkan tersebut, kemudian dianalisis pada tabel bagian isi komentar. Berikut merupakan paparan data penelitian dari komentar yang disajikan dalam bentuk tabel, yaitu:

Tabel 1.

Data Penelitian Komentar @detikcom

Judul Berita	Banyak Komentar
Herry Wirawan Tetap Divonis Hukuman Mati, Kemenag: Semoga Beri Efek Jera.	40 komentar: 1) @caphloq <i>“Salahnya sih pake kasasi, malah di ugrade jd platinum kan”</i> 2) @syawal_aryantono <i>“Yang korupsi, kasus berat bisa begini juga ndak ya?”</i> 3) @agilafias <i>“Kebiasaan di Indonesia dihukum mati tapi nunggu belasan tahun lagi. Entar hakimnya keburu ganti, masyarakat udah pada lupa, dia bisa ngajukan kasasi lagi dan lolos deh. Rian Jombang sampai sekarang aja masih hidup. Kenapa sih harus nunggu lama amat buat eksekusi?”</i> 4) @_shandue <i>“Harusnya kasi seragam napi pas siding. Jgn kasi peci, baju kemeja/koko”</i> 5) @yasofaryawicaksana <i>“Kasi juga ke korupsi, pembunuhan. Gausah banyak cingcong”</i> 6) @searchforwass <i>“Ajir kasus ini pdhl udh lama ya masi blm selesai” Matiin aja napa”</i> 7) @jr_famiily <i>“Kasus korupsi juga pak. Supaya ada efek jera bagi para koruptor. Keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia.”</i> 8) @kiya1rz <i>“Said malaikat siksa kubur: ashiapp!”</i> 9) @goaterritorial <i>“Modar anjinkk”</i> 10) @jawijiwo <i>“Ini baru tepat karena berlapis.pemeriksaan.expoitasi anak dbawah umur+aborsi janin.”</i>

Judul Berita	Banyak Komentar
	<p>11) @rini_rini_rini_rini “Alhamdulillah semoga jadi pelajaran juga buat yg lain juga kalo bertindak di pikir dulu, dan semoga sambo CS juga di kasih hukuman yg sama “mati” supaya jadi pelajaran buat yg merasa paling berkuasa”</p> <p>12) @rnd_seafood “HUKUM UNTUK KORUPTOR JUGA HARUS TEGAS BIAR BUAT EFEK JERA KORUPSI DI BAWAH 500 JUTA LANGSUNG HUKUM SEUMUR HIDUP DI ATAS 500 JUTA LANGSUNG HUKUM MATI.”</p> <p>13) @12bintang_cahaya “rasain lo biar pd jera iblis” yg udh merusak masa depan anak” yg tdk berdosa..”</p> <p>14) @alha.kim12 "Nikmat membawa sensara”</p> <p>15) @mi_zafina “Sambo gmn?”</p> <p>16) @nadip.esp “Mmposss kau herr”</p> <p>17) @hotmanmalau11 “Harus disiksa dulu... 😊”</p> <p>18) @soet27 “Bechi...tahan banting 🌟🌟😂😂😂”</p> <p>19) @yusniyosi “KAPOK TIDAK KAU..OOH IA DIA KAN DIHUKUM MATI YAK . BAGUSLAH JGN BERSELIWERAN AJE TUH KONTIL KEMANA2 CARI MANGSA. 😂😂😂🌟🌟🌟🌟”</p> <p>20) @vian_al.v “Gua gam au teriak2 HAM tapi mending jangan dihukum manti si. Orang yang ga percaya surge/neraka bakal mikir. Kok dia perkosa 13 santri tapi malah dihukum mati. Iya kalo pas mati. Iya kalo pas mati dia ga ada neraka gimana njir?. Mending jangan dihukum mati, banyak kejahatan yang dia lakukan malah dihukum mati. Dih.”</p> <p>21) @heni_wulandari0210 “Alhamdulillah”</p> <p>22) @dentogarage “Koruptor tuh diginiin..”</p>

Judul Berita	Banyak Komentar
	<p>23) @annasprayoga13 <i>“Pekerjaan bukan tolak ukur seseorang apakah orang itu berperilaku baik atau tidak ya ges ya”</i></p> <p>24) @trisupaksi <i>“Saya lebih mendukung untuk hukuman mati dan memiskinkan koruptor, jika tidak berani memvonis jangan jangan yang di atas budaya korup adalah gaya hidup.”</i></p> <p>25) @ufichairani <i>“Plus kebiri biar adil, kan si “burung”nya bandel juga”</i></p> <p>26) @exsimp_krian <i>“Setuju bngt. Kalau bisa sambo cs donk”</i></p> <p>27) @slametriyadimamet <i>“Bukan jera lg itu mah”</i></p> <p>28) @nuridha_ahmad <i>“coba mana yang bilang “allah tidak akan meberi cobaan diluar batas kemampuan hambanya’ coba allah suruh nolong dong hukuman mati sudah di depan mata... 🤔”</i></p> <p>29) @marsule4 <i>“Sdh dinyatakan vonis... segera laksanakan tidak buang waktu dan tidak makan uang negara selama di dalam SEL. Begitu pula para tahanan yg lain nya dengan hukuman yg sama....LAKSANAKAN DNG SEGERA”</i></p> <p>30) @juanda_rental_crane <i>“Jgn dimatiin. Kelaminnya diremuk aja, kalo sembuh, digeprek lagi. diGituin aja seumur hidup”</i></p> <p>31) @liviuhodor99 <i>“Alhamdulillah adek2 mendapat keadilan, semoga g ada lg kasus serupa, amin”</i></p> <p>32) @qi_uqi <i>“Piye leh wong dihukum mati kok semoga jera”</i></p> <p>33) @ikeverawati_ <i>“Sujud syukur. Alhmdulillah”</i></p> <p>34) @silvianarucky <i>“ampus dehlo, gara2 burung elo gk dpelihara, bikin ampus nyawa elu”</i></p> <p>35) @dhekakuncoro <i>“Eheem gas air mata”</i></p> <p>36) @dietsehat_laela <i>“Enak sekali hukuman mati,,,gak merasakan susah</i></p>

Judul Berita	Banyak Komentar
	<p><i>berpuluh tahun di penjara,, mati kan selesai,, tak menderita,, di akhirat wallohualam”</i></p> <p>37) @nnyradite “Setuju 🤝🤝”</p> <p>38) @armany2707 “Pakai hijab gak ngaruh kalo sudah ngaceng”</p> <p>39) @deondoeloe “Ini baru Hukum Indonesia, lanjutkan....”</p> <p>40) @buldankhan33 “beharap vonis ini bisa memberikan efek jera dan berharap tidak ada lg kasus pelecehan seksual yg serula terulang” Mudah2an ini jg berlaku untuk kaum koruptor..”</p>

Tabel 2.

Data Penelitian Komentar @kompascom

Judul Berita	Banyak Komentar
Kasasi Ditolak, Herry Wirawan, Pemerkosa 13 Santriwati, Tetap Divonis Mati.	<p>40 komentar:</p> <p>1) @mihayasa “Kematian dia pun tidak dapat mengganti kerugian dan masa depan para korban, tapi setidaknya masyarakat tidak perlu khawatir lagi karena ia tidak akan pernah kembali dan menghirup udara bebas.”</p> <p>2) @otto_jawir “Apa kabar nanti puyusan Sambo ya?”</p> <p>3) @agiel.anggara “Pak hakim dan pak jaksa, sita pula asetnya seluruhnya untuk dibagikan kepada korban dan keturunan hasil perbuatannya. Agar kehidupan korban dan keturuannya kedepannya lebih baik”</p> <p>4) @wiyantikakusuma “Mantappp... segeralah”</p> <p>5) @zahra_yulia “Good job pak hakim..! Semoga anak2 Indonesia medapatkan perlindungan dan keadilan”</p> <p>6) @mom_zihan_zidan “Bagus pak hakim.. 🌟🌟🌟supaya tercipta rasa aman utk para orangtua yg menitipkan</p>

Judul Berita	Banyak Komentar
	<p><i>anak2nya di luaran sana unk belajar menimba ilmu.. ♡♡</i></p> <p>7) @jadi.turis.di.kota.sendiri <i>“Sudah tepat. daripada kayak kmrn yg barulepas penjara malah nyulik anak orang?”</i></p> <p>8) @bustandijamal <i>“Saya kira keputusan itu sdh tepat agar tidak menjadi prededen buruk buat yg lain...”</i></p> <p>9) @suchyusrin <i>“Alhamdulillah masih ada hakim yg waras hati dan fikirannya”</i></p> <p>10) @jeniapril76 <i>“Setuju”</i></p> <p>11) @irwanansori86 <i>“Justru orang seperti ini yang doanya sangat amat besar. Krn dia tau hukum dan ajaran Islam. tapi dia tetap melarangnya dan mengorbankan banyak orang demi kepuasan hawa nafsunya.”</i></p> <p>12) @muarif_alfalah <i>“Gini cepat tanggap giliran sambo digoreng2 mulu”</i></p> <p>13) @andre_setiawan37 <i>“Alhamdulillah..smoga menjadi contoh & membuat org lain berfikir ulang untuk berbuat kejahatan”</i></p> <p>14) @yek_tenggara <i>“Sy gay akin dihukum mati, Krn kita tau gimn pengadilan kita,”</i></p> <p>15) @widnesde <i>“Hukum kebiri menurutku terbaik, karena anak korban nanti yang tanggung jawab siapa? Kalo ditanya ayahnya mana bagaimana? Hukum mati hanya melampiaskan rasa puas dari amarah.”</i></p> <p>16) @fajar_marinengineer <i>“Ini lah penista agama yg sesungguhnya”</i></p> <p>17) @iqbal.aji.daryono <i>“mas bechi menunggu”</i></p> <p>18) @nunoutara <i>“Menurutku sih sangat pantas. Jahatnya ga ketulungan. Bayangin, motifnya melakukan pencabulan bukan semata buat ena-ena doang. Tapi buat menghamili korbannya sampai melahirkan, terus bayi-bayi yang lahir itu nantinya bisa</i></p>

Judul Berita	Banyak Komentar
	<p><i>dia gunakan sebagai alat untuk minta-minta donasi... Belum pernah ada manusia sejahat ini setauku....”</i></p> <p>19) @pensil.gambar “ketika anak2nya tanya: bu ayah dimana?! dengan senang hati ibunya bilang: UDAH MATI!”</p> <p>20) @honey_fanisiabrien “Mampus.”</p> <p>21) @eunikebarus.property “KEADILAN bagi Santriwati yg menjadi Korban Perkosaan”</p> <p>22) @sdislambaledono “Alhamdulillah...Thx Allah 🙏🙏”</p> <p>23) @ka_eb09 “Hukuman mati dgn cara: masukan ke dalam sangkar Buaya...trus buaya suruh makan burung dia...sampai mati.”</p> <p>24) @pesta.krishi.exaudi.h “Binatang aja gak sebejat itu... ✨”</p> <p>25) @agus_susilo_08 “rasain lo kena batuh nya cabul”</p> <p>26) @thk1234c “Tamat lah loe...mampuslah cepet..”</p> <p>27) @faniadewi65 “lanjutkan hukumannya, biar jera untuk yg lainnya”</p> <p>28) @febrianaghita “Uhuuyy cepetan mamposs 😊”</p> <p>29) @s_nopiki “Setuju, Bravo Supremasi Hukum. Bagi Para Predator sex dan kekerasan seksual perusak generasi bangsa mesti dibasmi dihukum seberat-beratnya.”</p> <p>30) @didi.furqon “Takdir her terima aja”</p> <p>31) @rizqyauliaputra “emang gapantas jadi manusia sih”</p> <p>32) @boy_anwar17 “Enak amat hidupny kl sampe ga dihukum mati, setelah bebas dr penjara blm tentu tobat..”</p> <p>33) @azizpurnama3 “OWKWWOKWOK MAMPUS”</p> <p>34) @pandi_bagaskara “Pdhl tinggal jajan..lebih aman..paling Cuma ke grebek..tp aman..wkwk”</p> <p>35) @hindunthoyibi “Setiju sekali hukuman mati”</p>

Judul Berita	Banyak Komentar
	<p>36) @adiprasodjo “Kebiri 😂😂😂”</p> <p>37) @iam.audry “❤️❤️❤️ i love you pak hakim dan pak jaksa”</p> <p>38) @etw.chy “Yah kali manusia macam loe mau tetap hidup 😏”</p> <p>39) @roni_maliq “Bahkan hukuman matipun tdk setimpal dgn perbuatannya 😏”</p> <p>40) @ambarikmalukitawati “Hukuman sdh sesuai dg kesalahan.”</p>

BAB IV

ANALISIS KOMENTAR NETIZEN DI AKUN INSTAGRAM @DETIKCOM DAN @KOMPASCOM DITINJAU DARI ETIKA KOMUNIKASI

A. Analisis Komentar Netizen di Akun Instagram @detikcom ditinjau dari Etika Komunikasi

Berdasarkan data yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya dalam postingan akun Instagram @detikcom yang dipublikasikan pada tanggal 4 Januari 2023 dengan judul berita Herry Wirawan Tetap Divonis Hukuman Mati, Kemenag: Semoga Beri Efek Jera, peneliti akan menganalisis 40 komentar tersebut yang sudah dikategorikan kemudian ditinjau dari sudut pandang dua pendekatan etika komunikasi yaitu: etika deskriptif dan etika normatif serta teori etika deontologi dan etika teleologi.

Dilihat dari tabel 1, terdapat 7 data netizen memberikan komentar yang sesuai dengan sudut pandang etika komunikasi yaitu sebagai berikut:

- Netizen nomor 10 @jawijiwo *“Ini baru tepat karena berlapis.pemeriksaan.exploitasi anak dbawah umur+aborsi janin.”*
- Netizen nomor 21 @heni_wulandari0210 *“Alhamdulillah”*
- Netizen nomor 29 @marsule4 *“Sdh dinyatakan vonis... segera laksanakan tidak buang waktu dan tidak makan uang negara selama di dalam SEL. Begitu pula para tahanan yg lain nya dengan hukuman yg sama....LAKSANAKAN DNG SEGERA”*
- Netizen nomor 31 @liviuhodor99 *“Alhamdulillah adek2 mendapat keadilan, semoga g ada lg kasus serupa, amin”*
- Netizen nomor 33 @ikeverawati_ *“Sujud syukur. Alhmdulillah”*
- Netizen nomor 37 @nnyradite *“Setuju👏👏”*
- Netizen nomor 39 @deondoeloe *“Ini baru Hukum Indonesia, lanjutkan....”*

Jika dilihat berdasarkan pendekatan deskriptif, komentar netizen di atas menggambarkan komentar yang positif dan menggunakan kata atau kalimat yang baik. Disamping itu juga menggunakan bahasa yang sopan sehingga sesuai dengan etika deskriptif.

Dilihat berdasarkan pendekatan normatif, sudah sesuai dengan norma kesusilaan dan norma agama karena netizen di atas sudah menerapkan ucapan yang baik dan sopan dalam menuliskan pendapatnya di kolom komentar. Perintah untuk menjaga etika dalam berucap dan berperilaku sangatlah penting. Karena ucapan yang keluar dari lisan kita merupakan cerminan dari isi hati. Sebagaimana yang dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Muhammad ayat 21 yang berbunyi:

طَاعَةٌ وَقَوْلٌ مَّعْرُوفٌ فَإِذْ أَعَزَمَ الْأَمْرَ فَلَوْ صَدَقُوا اللَّهَ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ

Artinya: “(Yang lebih baik bagi mereka adalah) taat (kepada Allah) dan bertutur kata yang baik. Sebab apabila perintah (perang) ditetapkan (mereka tidak menyukainya). Padahal jika mereka benar-benar (beriman) kepada Allah, niscaya yang demikian itu lebih baik bagi mereka” (Departemen Agama RI, 2010).

Disamping itu, sudah sesuai norma hukum yang sudah diatur dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik atau UU ITE tentang etika bermedia sosial.

Ditinjau berdasarkan etika deontologi, terdapat 7 data komentar netizen di akun Instagram @detikcom yang sudah sesuai dengan menggunakan kata dan bahasa yang baik yaitu akun @jawijiwo, @heni_wulandari0210, @marsule4, @yogakevan, @ikeverawati_, @nnyradite, dan @deondoeloe. Sehingga dari komentar tersebut dianggap benar sebagaimana etika deontologi menekankan bahwa kewajiban manusia untuk bertindak akan dinilai baik berdasarkan tindakannya itu sendiri.

Sedangkan ditinjau berdasarkan etika teleologi, berpandangan bahwa baik buruknya tindakan manusia diukur berdasarkan tujuan yang ingin dicapai. Komentar netizen akun @jawijiwo, @heni_wulandari0210, @marsule4, @yogakevan, @ikeverawati_, @nnyradite, dan @deondoeloe

merupakan tindakan moral yang baik dan tentu sesuai dengan etika teleologi.

Adapun beberapa komentar yang peneliti temukan mengenai cara beretika netizen dalam media sosial Instagram @detikcom yang tidak sesuai dengan sudut pandang etika komunikasi diantaranya:

1. Komentar netizen yang mengandung sinisme

Sinisme merupakan sindiran yang berupa celaan atau ejekan yang ditujukan pada orang lain. Sinisme sendiri mengandung makna sebuah rasa kekecewaan dan biasanya digunakan untuk mengungkapkan emosi atau kebencian kepada seseorang. Dalam tabel 1, terdapat 19 data komentar netizen yang mengandung sinisme yaitu sebagai berikut:

- Nomor 1 @caphloq *“salahnya sih pake kasasi, malah di upgrade jd platinumkan”*.
- Nomor 2 @syawal_aryantono *“Yang korupsi, kasus berat bisa begini juga ndak ya?”*.
- Nomor 3 @agilafias *“Kebiasaan di Indonesia dihukum mati tapi nunggu belasan tahun lagi. Entar hakimnya keburu ganti, masyarakat udah pada lupa, dia bisa ngajukan kasasi lagi dan lolos lgi deh. Rian Jombang sampai sekarang aja masih hidup. Kenapa sih harus nunggu lama amat buat eksekusi?”*
- Nomor 4 @_shandue *“Harusnya kasi seragam napi pas siding. Jgn kasi peci, baju kemeja/koko”*
- Nomor 7 jr_famiily *“Kasus korupsi juga pak. Supaya ada efek jera bagi para koruptor. Keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia.”*
- Nomor 11 @rini_rini_rini_rini *“Alhamdulillah semoga jadi pelajaran juga buat yg lain juga kalo bertindak di pikir dulu, dan semoga sambo CS juga di kasih hukuman yg sama “mati” supaya jadi pelajaran buat yg merasa paling berkuasa”*
- Nomor 12 @rnd_seafood *“HUKUM UNTUK KORUPTOR JUGA HARUS TEGAS BIAR BUAT EFEK JERA KORUPSI DI BAWAH*

500 JUTA LANGSUNG HUKUM SEUMUR HIDUP DI ATAS 500 JUTA LANGSUNG HUKUM MATI.”

- Nomor 15 @mi_zafina “*Sambo gmn?*”
- Nomor 17 @hotmanmalau11 “*Harus disiksa dulu...🤔*”
- Nomor 18 @soet27 “*Bechi...tahan banting 🌟🌟🤔🤔🤔*”
- Nomor 22 @dentogarage “*Koruptor tuh diginiin..*”
- Nomor 23 @annasprayoga13 “*Pekerjaan bukan tolak ukur seseorang apakah orang itu berperilaku baik atau tidak ya ges ya*”
- Nomor 24 @trisupaksi “*Saya lebih mendukung untuk hukuman mati dan memiskinkan koruptor,jika tidak berani memvonis jangan jangan yang di atas budaya korup adalah gaya hidup.*”
- Nomor 26 @exsimp_krian “*Setuju bngt. Kalau bisa sambo cs donk*”
- Nomor 27 @slametriyadimamet “*Bukan jera lg itu mah*”
- Nomor 28 @nuridha_ahmad “*coba mana yang bilang “allah tidak akan meberi cobaan diluar batas kemampuan hambanya’ coba allah suruh nolong dong hukuman mati sudah di depan mata...🤔*”
- Nomor 32 @qi_uqi “*Piye leh wong dihukum mati kok semoga jera*”
- Nomor 35 @dhekakuncoro “*Eheem gas air mata*”
- Nomor 40 @buldankhan33 “*beeharap vonis ini bisa memberikan efek jera dan berharap tidak ada lg kasus pelecehan seksual yg serula terulang” Mudah2an ini jg berlaku untuk kaum koruptor..*”

Jika dilihat berdasarkan pendekatan deskriptif, beberapa komentar netizen tersebut menggambarkan sindiran langsung kepada Herry Wirawan yang mendapati vonis hukuman mati. Terdapat juga sindiran kasus orang lain pada komentar netizen akun @syawal_aryantono, @agilafias, @jr_family, @rini_rini_rini_rini, @rmd_seafood, @mi_zafina, @soet27, @deontogarage, @trisupaksi, @exsimp_krian, serta buldhankhan33. Kata “Korupsi”, “Rian Jombang”, “Sambo”, “Bechi”, “Koruptor”, dan “Sambo CS” merupakan sebagai sindiran pengganti kata frasa kepribadian.

Dilihat berdasarkan pendekatan normatif, komentar netizen di atas melanggar norma kesusilaan dimana norma ini berasal dari hati nurani atau akhlak manusia. Terdapat netizen yang menyindir langsung kepada Herry Wirawan dan menyindir kasus orang lain yang mengandung sinisme. Namun faktanya, berita yang dikomentari netizen tersebut merupakan berita tentang kejahatan seksual dimana terdakwa Herry Wirawan telah melakukan kejahatan yang sangat keji dan termasuk kejahatan yang sangat serius. Tindakan kejahatan yang telah dilakukan dapat membahayakan kesehatan anak-anak perempuan yang masih di bawah umur, tidak hanya menyerang kehormatan fisik anak-anak, melainkan juga mempengaruhi kondisi psikologis dan emosional para korban santri. Oleh karena itu, tidak sedikit netizen meluapkan emosi dengan menuliskan pendapatnya atas perbuatan kejahatan terdakwa yang sudah melewati batas dan kejahatan tersebut tentunya sangat tidak diinginkan oleh setiap orang.

Disamping itu juga melanggar norma agama yaitu tentang mencari kejelekan orang lain, dalam Al-Qur'an telah dijelaskan bahwa sesama manusia dilarang mencari-cari kejelekan orang lain dan membicarakan seseorang merupakan perbuatan tercela dan tidak terpuji. Membicarakan orang lain bisa disebut dengan menggunjing. Menggunjing satu sama lain sama halnya dengan memakan bangkai dari saudaranya sendiri. Hal ini terdapat dalam Surah Al-Hujurat ayat 12 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبَ

بَعْضُكُم بَعْضًا أَيَحِبُّ أَحَدُكُمْ أَن يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ

اللَّهُ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan perasangka buruk (kecurigaan), karena sebagian dari perasangka

buruk itu adalah dosa. Dan janganlah sebagian kalian mencari-cari keburukan orang dan menggunjingkan satu sama lain. Adakah seorang di antara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? maka tentulah kalian merasa jijik kepadanya. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Penerima Taubat lagi Maha Penyayang” (Departemen Agama RI, 2010).

2. Komentar netizen yang mengandung kata-kata kasar

Penggunaan kata kasar merupakan salah satu bentuk dari pelanggaran etika komunikasi. Bahasa kasar adalah ungkapan yang dilontarkan seseorang dengan menggunakan kata-kata yang tidak senonoh, seperti cacian, umpatan, penghinaan, dan lain-lain (Salim dan Iman, 2022). Saat menanggapi postingan di akun Instagram @detikcom, terdapat 7 data netizen menggunakan kata-kata kotor dan buruk yang seharusnya tidak digunakan dalam berkomunikasi di media sosial seperti berikut:

- Nomor 5 @yasofaryawicaksana *“Kasi juga ke korupsi, pembunuhan. Gausah banyak cingcong”*
- Nomor 6 @searchforwass *“Ajir kasus ini pdhl udh lama ya masi blm selesai” Matiin aja napa”*
- Nomor 9 @goaterroritual *“Modar anjinkk”*
- Nomor 16 @nadip.esp *“Mmpossss kau herr”*
- Nomor 20 @vian_al.v *“Gua gam au teriak2 HAM tapi mending jangan dihukum manti si. Orang yang ga percaya surge/neraka bakal mikir. Kok dia perkosa 13 santri tapi malah dihukum mati. Iya kalo pas mati. Iya kalo pas mati dia ga ada neraka gimana njir?. Mending jangan dihukum mati, banyak kejahatan yang dia lakukan malah dihukum mati. Dih.”*
- Nomor 25@ufichairani *“Plus kebiri biar adil, kan si “burung”nya bandel juga”*
- Nomor 34 @silvianarucky *“ampus dehlo, gara2 burung elo gk dpelihara, bikin ampus nyawa elu”*

Jika dilihat berdasarkan pendekatan deskriptif, komentar netizen diatas menyampaikan pendapatnya tidak baik terhadap Herry Wirawan pelaku pemerkosan 13 santriwati di Bandung, menggunakan kata kasar dalam berkomentar di media sosial Instagram tentu suatu yang tidak pantas.

Dilihat berdasarkan pendekatan normatif, kata “cincong”, “ajir”, “modar anjinkk”, “Mmmposss”, dan “burung” memiliki makna yang kasar dan tidak sopan sehingga melanggar norma kesopanan dan juga norma agama. Didalam Al-Qur’an, salah satu ayat yang menjelaskan larangan menggunakan kata kasar terdapat dalam Surah An-Nisa’ ayat: 148 yang berbunyi:

لَا يُحِبُّ اللَّهُ الْجَهْرَ بِالسُّوءِ مِنَ الْقَوْلِ إِلَّا مَنْ ضَلَّ وَكَانَ اللَّهُ سَمِيعًا عَلِيمًا

Artinya: “Allah tidak menyukai ucapan yang buruk, (yang diucapkan) dengan terus terang kecuali oleh orang yang dianiaya (dizalimi). Allah itu maha mendengar lagi maha mengetahui” (Departemen Agama RI, 2010).

Allah SWT tidak menyukai kata-kata yang buruk. Hal ini dikarenakan berkata kasar atau kotor tidak baik dan akan berdampak buruk pada kondisi mental dan pikiran kita.

3. Komentar netizen yang mengandung ujaran kebencian

Ujaran kebencian merupakan aktivitas komunikasi yang dilakukan seseorang atau kelompok dalam bentuk provokasi, hasutan, atau hinaan yang meliputi warna kulit, ras, etnis, agama, dan lain sebagainya (Ramadani, 2021). Dalam tabel 1 terdapat 7 data komentar netizen di akun Instagram @detikcom yang mengandung ujaran kebencian yaitu sebagai berikut:

- Nomor 8 @kiya1rz “*Said malaikat siksa kubur: ashiapp!*”
- Nomor 13 @12bintang_cahaya “*rasain lo biar pd jera iblis” yg udh merusak masa depan anak” yg tdk berdosa..”*

- Nomor 14 @alha.kim12 "*Nikmat membawa sensara*"
- Nomor 19 @yusniyosi "*KAPOK TIDAK KAU..OOH IA DIA KAN DIHUKUM MATI YAK . BAGUSLAH JGN BERSELIWERAN AJE TUH KONTIL KEMANA2 CARI MANGSA. 🤔🤔🤔🌟🌟🌟🌟*"
- Nomor 30 @juanda_rental_crane "*Jgn dimatiin. Kelaminnya diremuk aja, kalo sembuh, digeprek lagi. diGituin aja seumur hidup*"
- Nomor 36 @dietsehat_laela "*Enak sekali hukuman mati,,gak merasakan susah berpuluh tahun di penjara,, mati kan selesai,, tak menderita,, di akhirat wallohualam*"
- Nomor 38 @armany2707 "*Pakai hijab gak ngaruh kalo sudah ngaceng*"

Jika dilihat berdasarkan pendekatan deskriptif, dari beberapa komentar netizen diatas dalam menanggapi kolom komentar di akun Instagram @detikcom, menggambarkan komentar yang masuk dalam ungkapan kebencian hal ini membuat netizen lain ikut terbawa suasana emosi saat menanggapi berita kasus vonis hukuman mati Herry Wirawan.

Dilihat berdasarkan pendekatan normatif, hal tersebut telah melanggar norma hukum. Dalam etika bermedia sosial, mengenai tentang ujaran kebencian sudah diatur dalam UU ITE Nomor 11 Tahun 2008 Pasal 28 ayat 2 yang berbunyi "*Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu dan/ atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA)*" (DPR RI, 2008). Selain melanggar norma hukum, netizen diatas juga melanggar norma kesopanan dan norma agama, dengan menuliskan pendapat netizen yang mengandung hinaan dan ujaran kebencian kepada Herry Wirawan. Sebagai makhluk hidup, tidak semestianya mengahakimi orang lain dengan semena-mena karena

manusia pasti tidak luput dari kesalahan. Didalam Al-Qur'an sendiri sudah dijelaskan tentang larangan manusia menghina orang lain yang terdapat dalam surah Al-Hujurat ayat 11 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا يَسْخَرْ قَوْمٌ مِّنْ قَوْمٍ عَسَىٰ أَن يَكُونُوا خَيْرًا مِّنْهُمْ وَلَا نِسَاءٌ مِّنْ

نِسَاءٍ عَسَىٰ أَن يَكُنَّ خَيْرًا مِّنْهُنَّ وَلَا تَلْمِزُوا أَنفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَزُوا بِالْأَلْقَابِ بِئْسَ

الِاسْمُ الْفُسُوقُ بَعْدَ الْإِيمَانِ وَمَنْ لَّمْ يَتُبْ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah suatu kaum mengolok-olok kaum yang lain, (karena) boleh jadi mereka (yang diolok-olok) lebih baik dari mereka (yang mengolok-olok), dan jangan pula perempuan-perempuan (mengolok-olokan) perempuan lain, (karena) boleh jadi perempuan (yang diolok-olokan) lebih baik dari perempuan (yang mengolok-olok). Janganlah kamu saling mencela satu sama lain, dan janganlah kamu saling memanggil dengan gelar-gelar yang buruk. Seburuk-buruk panggilan adalah (panggilan) yang buruk (fasik) setelah beriman. Dan barang siapa tidak bertobat, maka mereka itulah orang-orang yang zalim” (Departemen Agama RI, 2010).

Dari ayat diatas menjelaskan bahwa setiap manusia dilarang untuk tidak menebarkan kebencian dan menghina orang lain. Tidak boleh merendahkan orang lain serta memberikan panggilan yang buruk kepada orang yang tidak kita sukai sehingga membuat tali persaudaraan tercerai-berai.

Etika deontologi berpandangan bahwa tindakan manusia bernilai baik sebab memiliki nilai yang baik bagi dirinya sendiri. Nilai baik ditunjukkan oleh kewajiban yang dilakukan tanpa pamrih. Jika ditinjau berdasarkan etika deontologi dari data komentar @detikcom di atas maka terdapat 3 macam komentar netizen yang melanggar etika berkomunikasi di media sosial, diantaranya: komentar netizen yang mengandung sinisme, komentar netizen yang mengandung kata-kata kasar, dan komentar netizen yang mengandung ujaran kebencian. Terkait itu bisa dilihat dari sudut pandang etika deontologi hal tersebut tentu salah, karena menurut etika

deontologi perbuatan manusia dikatakan baik berdasarkan tindakan itu sendiri yang berasal dari suatu kewajiban dan niat yang baik.

Sedangkan menurut etika teleologi berpandangan bahwa etika ini kebalikannya dari etika deontologi. Jika etika deontologi lebih memandang tindakan moral sebagai keharusan atau kewajiban yang universal dan objektif, maka etika teleologi lebih mempertimbangkan hasil akhir sebagai nilai dari tindakan moral tersebut. Apabila ditinjau berdasarkan etika teleologi terdapat 3 macam komentar @detikcom diantaranya: komentar netizen yang mengandung sinisme, komentar netizen yang mengandung kata-kata kasar, dan komentar netizen yang mengandung ujaran kebencian. Dari ketiga macam komentar tersebut tindakan moral yang buruk karena dengan tujuan untuk mengahikimi perbuatan Herry Wirawan pelaku pemerkosa santriwati yang tentu itu merupakan suatu tindakan yang tidak etis.

B. Analisis Komentar Netizen di Akun Instagram @kompascom ditinjau dari Etika Komunikasi

Sama halnya dengan akun Instagram @detikcom, pada postingan akun Instagram @kompascom juga dipublikasikan pada tanggal 4 Januari 2023 dengan judul berita Kasasi Ditolak, Herry Wirawan, Pemerkosa 13 Santriwati, Tetap Divonis Mati, peneliti juga akan menganalisis 40 komentar yang sudah dikategorikan kemudian ditinjau dari sudut pendekatan etika deskriptif dan pendekatan etika normatif serta etika deontologi dan etika teleologi.

Dilihat dari tabel 2, terdapat 14 data netizen memberikan komentar yang sesuai dengan sudut pandang etika komunikasi yakni sebagai berikut:

- Nomor 3 @agiell.anggara *“Pak hakim dan pak jaksa, sita pula asetnya seluruhnya untuk dibagikan kepada korban dan keturunan hasil perbuatannya. Agar kehidupan korban dan keturunannya lebih baik”*
- Nomor 4 @wiyantikakusuma *“Mantappp... segeralah”*

- Nomor 5 @zahra_yulia “Good job pak hakim..! Semoga anak2 Indonesia medapatkan perlindungan dan keadilan”
- Nomor 6 @mom_zihan_zidan “Bagus pak hakim.. ❄❄❄supaya tercipta rasa aman utk para orangtua yg menitipkan anak2nya di luaran sana unk belajar menimba ilmu.. ♡♡”
- Nomor 8 @bustandijamal “Saya kira keputusan itu sdh tepat agar tidak menjadi prededen buruk buat yg lain...”
- Nomor 10 @jeniapril76 “Setuju”
- Nomor 13 @andre_setiawan37 “Alhamdulillah..smoga menjadi contoh & membuat org lain berfikir ulang untuk berbuat kejahatan”
- Nomor 15 @widnesde “Hukum kebiri menurutku terbaik, karena anak korban nanti yang tanggung jawab siapa? Kalo ditanya ayahnya mana bagaimana? Hukum mati hanya melampiaskan rasa puas dari amarah.”
- Nomor 21 @eunikebarus.property “KEADILAN bagi Santriwati yg menjadi Korban Perkosaan”
- Nomor 22 @sdislambaledono “Alhamdulillah...Thx Alloh 🙏🙏”
- Nomor 27 @faniadewi65 “lanjutkan hukuman nya, biar jera untuk yg lainnya”
- Nomor 29 @s_nopiki “Setuju, Bravo Supremasi Hukum. Bagi Para Predator sex dan kekerasan seksual perusak generasi bangsa mesti dibasmi dihukum seberat-beratnya.”
- Nomor 35 @hindunthoyibi “Setiju sekali hukuman mati”
- Nomor 40 @ambarikmalukitawati “Hukuman sdh sesuai dg kesalahan.”

Jika dilihat berdasarkan pendekatan deskriptif, komentar netizen di atas menggambarkan kata atau kalimat yang baik dan bijak dalamanggapi berita vonis hukuman mati Herry Wirawan di akun Instagram @kompascom. Namun ada kata yang *typo* (salah ketik) seperti akun @hindunthoyibi “Setiju”.

Dilihat berdasarkan pendekatan normatif, komentar netizen tersebut sudah sesuai dengan norma kesusilaan dan norma agama karena telah menerapkan dan memperhatikan etika saat berkomunikasi di media sosial dengan menggunakan kalimat yang baik dan bijak serta tidak memancing emosi saat berkomentar. Allah juga memerintahkan untuk bertutur kata yang baik yang sudah dijelaskan dalam Al-Qur'an pada Surah Muhammad ayat 21.

Ditinjau berdasarkan etika deontologi, terdapat 14 data komentar netizen yang sesuai etika berkomunikasi di media sosial sehingga di lihat dari sudut pandang etika deontologi hal tersebut itu benar.

Sedangkan ditinjau etika teleologi, komentar netizen akun @wiyantikakusuma, @zahra_yulia, @mom_zihan_zidan, @bustandijamal, @jeniapril76, @andre_setiawan37, @eunikebarus.property, @sdislambaledono, @faniadewi65, @s_nopiki, @hindunthoyibi, serta @ambarikmalukitawati sudah melakukan tindakan moral yang baik dan sesuai dengan etika teleologi.

Adapun beberapa komentar yang peneliti temukan mengenai cara beretika netizen dalam media sosial Instagram @kompascom yang tidak sesuai dengan sudut pandang etika komunikasi diantaranya:

1. Komentar netizen yang mengandung sinisme

Dalam berkomentar yang baik tidak sepatasnya menggunakan kata atau kalimat sindiran yang mengandung ejekan yang tidak membangun. Namun dilihat tabel 2, terdapat 16 data komentar netizen yang mengandung sinisme diantaranya sebagai berikut:

- Nomor 1 @mihayasa *“Kematian dia pun tidak dapat mengganti kerugian dan masa depan para korban, tapi setidaknya masyarakat tidak perlu khawatir lagi karena ia tidak akan pernah kembali dan menghirup udara bebas.”*
- Nomor 2 @otto_jawir *“Apa kabar nanti puyusan Sambo ya?”*
- Nomor 7 @jadi.turis.di.kota.sendiri *“Sudah tepat. daripada kayak kmrn yg barulepas penjara malah nyulik anak orang?”*

- Nomor 9 @suchyusrin “*Alhamdulillah masih ada hakim yg waras hati dan fikirannya*”
- Nomor 11 @irwanansori86 “*Justru orang seperti ini yang doanya sangat amat besar. Krn dia tau hukum dan ajaran Islam. tapi dia tetap melarangnya dan mengorbankan banyak orang demi kepuasan hawa nafsunya.*”
- Nomor 12 @ muarif_alfalah “*Gini cepat tanggap giliran sambo digoreng2 mulu*”
- Nomor 14 @yek_tenggara “*Sy gay akin dihukum mati, Krn kita tau gimn pengadilan kita,*”
- Nomor 16 @fajar_marinengineer “*Ini lah penista agama yg sesungguhnya*”
- Nomor 17 @iqbal.aji.daryono “*mas bechi menunggu*”
- Nomor 18 @nunoutara “*Menurutku sih sangat pantas. Jahatnya ga ketulungan. Bayangin, motifnya melakukan pencabulan bukan semata buat ena-ena doang. Tapi buat menghamili korbannya sampai melahirkan, terus bayi-bayi yang lahir itu nantinya bisa dia gunakan sebagai alat untuk minta-minta donasi... Belum pernah ada manusia sejahat ini setauku...*”
- Nomor 19 @pensil.gambar “*ketika anak2nya tanya: bu ayah dimana?! dengan senang hati ibunya bilang: UDAH MATI!*”
- Nomor 30 @didi.furqon “*Takdir her terima aja*”
- Nomor 31 @rizqyauliaputra “*emang gapantas jadi manusia sih*”
- Nomor 34 @pandi_bagaskara “*Pdhl tinggal jajan..lebih aman..paling Cuma ke grebek..tp aman..wkwk*”
- Nomor 36 @adiprasodjo “*Kebiri 🤔🤔🤔*”
- Nomor 37 @iam.audry “*💕💕💕 i lope you pak hakim dan pak jaksa*”

Jika dilihat berdasarkan pendekatan deskriptif, netizen di atas menuliskan pendapatnya di kolom komentar akun Instagram

@kompascom dengan kata atau kalimat yang mengandung sinisme langsung kepada Herry Wirawan. Namun terdapat juga netizen yang menyindir kasus orang lain yang sifatnya tidak membangun seperti @otto_jawir, @jadi.turis.di.kota.sendiri, @suchyusrin, @muarif_alfalah, serta @iqbal.aji.daryono.

Dilihat berdasarkan pendekatan normatif, komentar yang mengandung sinisme tentu melanggar norma kesusilaan dan norma agama. Karena perbuatan untuk menyindir atau membiacarkan orang lain dilarang Allah swt. sebagaimana yang dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Hujurat ayat 12.

2. Komentar netizen yang mengandung kata-kata kasar

Dalam bermedia sosial kata kasar atau kotor merupakan suatu pelanggaran dalam etika komunikasi. Dalam tabel 2, terdapat 4 data komentar netizen yang mengandung kata kasar diantaranya:

- Nomor 20 @honey_fanisiabrien "*Mampus.*"
- Nomor 26 @thk1234c "*Tamat lah loe...mampuslah cepet..*"
- Nomor 28@febrianaghita "*Uhuyyy cepetan mamposs 😊*"
- Nomor 33 @azizpurnama3 "*OWKWWOKWOK MAMPUS*"

Jika dilihat berdasarkan deskriptif, komentar netizen di akun Instagram @kompascom menggambarkan komentar yang mengacu pada kata kasar yakni "mampus". Kata mampus artinya mati. Tentu saja kata tersebut tidak baik dan tidak sopan dalam berkomentar di media sosial.

Dilihat berdasarkan pendekatan normatif, kata "mampus" tentu tidak sesuai pada norma kesopanan dan juga norma agama. Dalam agama dilarang mengucapkan kata kasar dan buruk dapat mengakibatkan sesuatu yang negatif kepada diri sendiri dan orang lain. Sebagaimana dalam Al-Quran Surah An-Nisa' ayat: 148. Selain ayat tersebut, juga terdapat Surah Al-Isra ayat 53 yang berbunyi:

وَقُلْ لِعِبَادِي يَقُولُوا الَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ الشَّيْطَانَ يَنْزِعُ بَيْنَهُمْ إِنَّ الشَّيْطَانَ كَانَ

لِلْإِنْسَانِ عَدُوًّا مُّبِينًا

Artinya: “Dan Katakanlah kepada hamba-hamba Ku, “Hendakalah mereka mengucapkan perkataan yang lebih baik (benar). Sungguh, setan itu (selalu) menimbulkan perselisihan di antara mereka. Sungguh, setan adalah musuh yang nyata bagi manusia” (Departemen Agama RI, 2010).

Dari ayat di atas Allah memerintahkan kita sebagai manusia harus mengucapkan kata-kata yang baik dan kalimat yang menyenangkan kepada siapa saja. Jika mengucapkan kata-kata yang buruk, maka pastinya setan akan membakar emosi kita sehingga terjadi pertengkaran antar manusia.

3. Komentar yang mengandung ujaran kebencian

Etika memberikan batasan kepada manusia untuk melakukan tindakan yang agresif dan semena-mena seperti mencaci maki dan memberikan hasutan yang berupa kebencian. Dalam tabel 2, terlihat bahwa ada 6 data komentar netizen yang mengandung ujaran kebencian diantaranya sebagai berikut:

- Nomor 23 @ka_eb09 “*Hukuman mati dgn cara: masukan ke dalam sangkar Buaya...trus buaya suruh makan burung dia...sampai mati.*”
- Nomor 24 @pesta.krishi.exaudi.h “*Binatang aja gak sebejat itu... ❄*”
- Nomor 25@agus_susilo_08 “*rasain lo kena batuh nya cabul*”
- Nomor 32 @boy_anwar17 “*Enak amat hidupny kl sampe ga dihukum mati, setelah bebas dr penjara blm tentu tobat..*”
- Nomor 38 @etw.chy “*Yah kali manusia macam loe mau tetap hidup 🤔*”
- Nomor 39 @roni_maliq “*Bahkan hukuman matipun tdk setimpal dgn perbuatannya 😊*”

Jika dilihat berdasarkan pendekatan deskriptif, komentar netizen di akun Instagram @kompascom menggambarkan ungkapan tersebut masuk dalam ungkapan ujaran kebencian. Hal ini akan membuat netizen lainnya ikut terpancing suasana emosi dan mencaci maki Herry Wirawan.

Dilihat berdasarkan pendekatan normatif, komentar di atas tidak sesuai norma agama dan norma hukum. Dalam norma agama kita diperintahkan untuk berpegang teguh dengan perkataan yang baik dan dilarang untuk membenci, mencaci maki, dan menghina orang lain sebagaimana dalam Al-Qur'an Surah Al-Hujurat ayat 11. Sedangkan dalam norma hukum tentu saja komentar tersebut sudah melanggar aturan dalam etika bermedia sosial yakni terdapat UU ITE Nomor 11 Tahun 2008 Pasal 28 ayat 2 tentang ujaran kebencian.

Jika ditinjau berdasarkan etika deontologi dari data komentar @kompascom sama dengan @detikcom juga terdapat 3 macam komentar netizen yang melanggar etika berkomunikasi di media sosial, diantaranya: komentar netizen yang mengandung sinisme, komentar netizen yang mengandung kata-kata kasar, dan komentar netizen yang mengandung ujaran kebencian. Terkait itu bisa dilihat dari sudut pandang etika deontologi hal tersebut tentu salah, karena menurut etika deontologi perbuatan manusia dikatakan baik berdasarkan tindakan itu sendiri yang berasal dari suatu kewajiban dan niat yang baik.

Sedangkan ditinjau etika teleologi juga terdapat 3 macam komentar @kompascom yang melanggar etika berkomunikasi di media sosial diantaranya: komentar netizen yang mengandung sinisme, komentar netizen yang mengandung kata-kata kasar, dan komentar netizen yang mengandung ujaran kebencian. Dari ketiga macam komentar tersebut tindakan moral yang buruk karena dengan tujuan untuk mengahikimi perbuatan Herry Wirawan pelaku pemerkosa santriwati yang tentu tidak sesuai dengan etika teleologi.

C. Komparasi Komentar Netizen dalam Akun Instagram @detikcom dan @kompascom Berita Vonis Hukuman Mati Herry Wirawan Tanggal 4 Januari 2023 ditinjau dari Etika Komunikasi

Setelah melakukan analisis komentar netizen pada 80 komentar yang menjadi unit analisis dengan rincian 40 komentar di akun Instagram @detikcom dan 40 komentar di akun @kompascom, peneliti menemukan persamaan dan perbedaan etika komunikasi netizen dari kedua akun media tersebut dalamanggapi berita vonis hukuman mati Herry Wirawan pada tanggal 4 Januari 2023.

Komentar netizen dalam akun Instagram @detikcom dan @kompascom jika ditinjau dari etika komunikasi yaitu pendekatan etika deskriptif, pendekatan etika normatif, etika deontologi, serta etika teleologi maka netizen di kedua akun tersebut sama-sama melanggar etika dan tidak sesuai sudut pandang etika komunikasi. Peneliti menemukan 3 macam komentar netizen yang melanggar etika berkomunikasi di media sosial Instagram diantaranya: komentar netizen yang mengandung sinisme, komentar netizen yang mengandung kata-kata kasar, dan komentar netizen yang mengandung ujaran kebencian.

Pada akun Instagram @detikcom, terdapat jumlah keseluruhan 33 data komentar netizen yang melanggar etika berkomunikasi di media sosial yang terdiri dari: komentar netizen yang mengandung sinisme (19 data), komentar netizen yang mengandung kata-kata kasar (7 data), dan komentar netizen yang mengandung ujaran kebencian (7 data). Namun terdapat komentar netizen yang sesuai dengan etika berkomunikasi di media sosial Instagram yakni terdapat 7 data.

Sedangkan akun Instagram @kompascom, terdapat jumlah keseluruhan 26 data komentar netizen yang melanggar etika berkomunikasi di media sosial yang terdiri dari: komentar netizen yang mengandung sinisme (16 data), komentar netizen yang mengandung kata-kata kasar (4 data), dan komentar netizen yang mengandung ujaran kebencian (6 data). Namun terdapat komentar netizen yang sesuai dengan etika berkomunikasi

di media sosial Instagram yakni terdapat 14 data. Perbandingan pelanggaran etika komunikasi netizen akun Instagram @detikcom dan @kompascom secara lebih jelas dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.

Perbandingan Pelanggaran Etika Komunikasi Netizen @detikcom dan @kompascom

Bentuk Pelanggaran Etika Berkomunikasi	@detikcom	@kompascom
Sinisme	19	16
Kata-Kata Kasar	7	4
Ujaran Kebencian	7	6
Jumlah	33	26

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis di atas, adapun hasil komentar netizen dari data sebanyak 80 komentar dengan rincian 40 komentar di akun @detikcom dan 40 komentar di akun @kompascom berita vonis hukuman mati Herry Wirawan pada tanggal 4 Januari 2023 ditinjau dari etika komunikasi yaitu pendekatan etika deskriptif, pendekatan etika normatif, etika deontologi, serta etika teleologi masih banyak komentar netizen yang tidak sesuai dengan etika yaitu terdapat 33 data komentar di akun Instagram @detikcom dan 26 data komentar di akun Instagram @kompascom. Peneliti menemukan bentuk pelanggaran etika komunikasi di media sosial Instagram pada akun @detikcom dan @kompascom seperti: komentar netizen yang mengandung sinisme, komentar netizen yang mengandung kata-kata kasar, dan komentar netizen yang mengandung ujaran kebencian. Namun, ada beberapa komentar yang sesuai dengan etika berkomunikasi dengan jumlah lebih banyak di akun @kompascom daripada akun @detikcom.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang etika komunikasi netizen dalam komentar terhadap berita vonis hukuman mati Herry Wirawan pada akun Instagram @detikcom dan @kompascom ditinjau dari etika komunikasi, peneliti memberikan beberapa saran:

1. Sebagai pengguna media sosial tentunya kita harus lebih memperhatikan penggunaan bahasa, baik itu dalam penggunaan *caption* maupun memberikan komentar pada postingan akun orang lain. Jangan menuliskan komentar yang mengandung ke hal-hal negatif yang sifatnya menghasut orang lain untuk ikut serta memberikan komentar yang buruk.

2. Untuk pengguna media sosial khususnya Instagram harus tetap mematuhi aturan dan senantiasa menghormati setiap keputusan melalui sikap sesuai dengan norma dan nilai yang berlaku di masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, M. H. 2003. *Komunikasi Interpersonal & Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Kanisius.
- Al-Ghifari, S. 2022. “Ini Penjelasan Fatwa MUI Terkait LGBT”, dalam <https://mui.or.id/berita/35232/ini-penjelasan-fatwa-mui-terkait-lgbt/> diakses pada 07 Oktober 2022.
- Baryadi, I. P. 2012. *Bahasa, Kekuasaan, dan Kekerasan*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Bertens, K. 2022. *Pengantar Etika Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Burhan, A. 2019. *Buku Ajar Etika Umum*. Yogyakarta: PENERBIT DEEPUBLISH.
- Departemen Agama RI. 2010. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: CV. Diponegoro.
- Dewantara, A. W. 2017. *Filsafat Moral Pergumulan Etis Keseharian Hidup Manusia*. Yogyakarta: PT Kanisius.
- Dewi, M. S. R. 2019. “Islam dan Etika Bermedia (Kajian Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial Instagram Dalam Perspektif Islam)”. *Research Fair Unisri*, 3(1).
- DPR RI. 2008. “Regulasi UU. No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik”, dalam <https://www.dpr.go.id/doksetjen/dokumen/-Regulasi-UU.-No.-11-Tahun-2008-Tentang-Informasi-dan-Transaksi-Elektronik-1552380483.pdf> diakses pada 17 September 2022.
- Febriyanti, S. N., & Tustiari, R. P. 2018. “Etika komunikasi Netizen di Media Sosial (Studi Etnografi Virtual Terhadap Etika Berkomunikasi Netizen dalam Menerima Berita dan Informasi pada Halaman Facebook E100 Radio Suara Surabaya)”. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1).
- Ginting, R., Yulistiono, A., Rauf, A.,...& Effendy, F. 2021. *Etika Komunikasi dalam Media Sosial: Saring Sebelum Sharing* (Vol.1). Cirebon: Penerbit Insania.
- Haris, A. 2007. *Pengantar Etika Islam*. Sidoarjo: Al-afkar.
- Haryatmoko. 2007. *Etika Komunikasi: Manipulasi Media, Kekerasan dan Pornografi*. Yogyakarta: Kanisius.
- Ibrahim. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Ikhsan, M. 2021. “Netizen di Indonesia Paling Tak Sopan se-Asia Tenggara”, dalam <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20210225115954-185-610735/riset-netizen-di-indonesia-paling-tak-sopan-se-asia-tenggara> diakses pada 2 Februari 2022.

- Iswara, A. J. 2021. “6 Bukti Netizen Indonesia Tidak Sopan se-Asia Tenggara, Akun Luar Pun Diserang”, dalam <https://www.kompas.com/global/read/2021/04/14/100430270/6-bukti-netizen-indonesia-tidak-sopan-se-asia-tenggara-akun-luar-pun> diakses pada 10 Oktober 2021.
- Kamila, N. S. 2022. Komparasi Portal Berita Pada Pemberitaan Kasus Herry Wirawan Pemeriksa 13 Santriwati di Bandung (Analisis Framing Detik.com dan Kompas.com Periode Januari-April 2022). *Skripsi*. Malang: Universitas Muhammadiyah.
- Keraf, G. 2010. *Argumen Dan Narasi*. Jakarta: Gramedia.
- Khairunnisa, D. 2022. Etika Komunikasi Ade Armando Dalam Media Sosial Instagram. *Skripsi*. Curup: IAIN Curup.
- Kurniati, D. P. Y. 2016. *Modul Komunikasi Verbal dan Nonverbal*. Fakultas Kedokteran: Universitas Udayana
- Kusno, A., & Abd, R. 2016. “Bentuk-Bentuk Pelanggaran Prinsip Kesopanan Dalam Ceramah Keagamaan”. *Lingua*, 11(2), 104-115.
- Kusumaningrat, H & Purnama K. 2016. *Jurnalistik Teori & Praktik*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Leli, N. N. 2020. Budaya Komentar Dalam Praktik Pemberitaan Di Media Sosial Instagram Mojokdotco (Perspektif Komunikasi Islam). *Skripsi*. Semarang: UIN Walisongo.
- Moleong, L. J. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mufid, M. 2009. *Etika dan Filsafat Komunikasi*, Ed.1 Cet.1, Jakarta: Kencana.
- Mukhtar. 2010. *Bimbingan Skripsi, Tesis dan Artikel Ilmiah: Panduan Berbasis Penelitian Kualitatif Lapangan dan Perpustakaan*. Jakarta: GP Press.
- Mulyana, D. 2005. *Ilmu Komunikasi: Studi Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Musyafak, N. 2015. *Islam dan Ilmu Komunikasi*. Semarang: CV. Karya Abdi Jaya.
- Nasir, M. 2019. *Etika Dan Komunikasi Dalam Bisnis*. Makasar : Cv. Social Politic Genius.
- Nasrullah, R. 2015. *Media Sosial*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nazir, M. 2005. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nurrida, D. 2019. Komparasi Frame Berita Tentang Kasus Ustadz Abdul Somad dalam Republika dan Detik.com. *Skripsi*. Salatiga: IAIN Salatiga.

- Nuruddin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Nurudin. 2016. *Ilmu Komunikasi: Ilmiah dan Populer*, Ed.1. Cet.1, Jakarta: Rajawali Pers.
- Oktarina, Y & Yudi A. 2017. *Komunikasi dalam Perspektif Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Polagon, A. D. 2020. Etika Komunikasi Antara Mahasiswa dan Dosen di Media Sosial (Studi Analisis Wacana pada Pesan *WhatsApp*). *Skripsi*. Lampung: UIN Raden Intan Lampung.
- Prastowo, A. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif: dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Prastya, D. 2022. "Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia Capai 191,4 Juta Per 2022", dalam <https://amp.suara.com/teknologi/2022/02/23/191809/jumlah-pengguna-media-sosial-indonesia-capai-1914-juta-per-22> diakses pada 23 Februari 2023.
- Rakhmat, J. 1994. *Islam Aktual: Refleksi Seorang Cendekiawan Muslim*. Bandung: Mizan.
- Ramadani, F. 2021. "Ujaran Kebencian Netizen Indonesia dalam Kolom Komentar Instagram Selebgram Indonesia: Sebuah Kajian Linguistik Forensik". *Aksara*, 22(1), 1-19.
- Romli, A. S. M. 2018. *Jurnalistik Online Panduan Mengelola Media Online*, Cet. III. Ed. II, Bandung: Nuansa Cendekia.
- Rukiyati. 2018. *Etika Pendidikan*. Yogyakarta: Andi.
- Rustan, A. S & Nurhakki H. 2017. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Saefullah, U. 2013. *Kapita Selekta Komunikasi: Pendekatan Budaya Dan Agama*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Salim, M. F., & Iman, T. 2022. "Penggunaan Bahasa Kasar Oleh Remaja Laki-Laki BTN Karang Dima Indah Sumbawa dalam Pergaulannya". *KAGANGA KOMUNIKA: Journal of Communication Science*, 42(2), 87-101.
- Similarweb. 2022. "Category Rank News & Media Publishers in Indonesia", dalam <https://www.similarweb.com/> diakses pada 09 Oktober 2022.
- Sudaryono. 2017. *Metodologi Penelitian*, Ed. 1. Cet. 1, Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. 2013. *Metodelogi Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Tahrifudin. 2021. Analisis framing Pemberitaan Media Online Mengenai Berita Rancangan Undang-Undang Haluan Ideologi Pancasila di Media

Kompas.com dan Republika Online. *Skripsi*. Purwokerto: IAIN Purwokerto.

Tanzeh, A. 2011. *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras.

Wafda, I. K. 2020. "Etika Komunikasi Islam Mahasiswa Organisasi PMII (Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia) dalam Menangkal Berita Hoaks di Facebook". *Islamic Communication Journal*, 5(2), 155-74.

Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo.

Wulandari, H. 2020. Pengaruh Intensitas Penggunaan Instagram dan Motif Penggunaan Instagram Terhadap Eksistensi Diri pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Ponorogo Tahun Akademik 2019/2020. *Skripsi*. Ponorogo: IAIN Ponorogo.

Yosephus, L. S. 2010. *Etika Bisnis: Pendekatan Filsafat Moral Terhadap Perilaku Pebisnis Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Naghma Rangella Latta Chornela
Tempat, Tanggal Lahir : Pati, 22 Oktober 1999
Alamat : Desa Tambahmulyo RT 001/RW 004,
Kecamatan Jakenan, Kabupaten Pati
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
No. Hp : 081326384172
Email : rangellanaghma@gmail.com
Riwayat Pendidikan :

1. RA Tarbiyatul Islamiyah
2. SD Negeri Tambahmulyo 02
3. MTs Tarbiyatul Islamiyah Tambahmulyo
4. MA Darul Ma'la Winong