

ETIKA KOMUNIKASI DALAM PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK SEBAGAI SARANA MEDIA INTERAKSI

Sri Desti Purwatiningsih

Riski Inayah

Solten RadjaGukguk

Abstrak

Tujuan penelitian untuk mengetahui dan mendeskripsikan secara kuantitas etika komunikasi dalam penggunaan media sosial Facebook sebagai sarana media berinteraksi bagi mahasiswa FISIP USNI dengan memperhatikan 10 etika berkomunikasi melalui internet, khususnya media sosial facebook, antara lain: 1) mengingat kita adalah manusia, 2) Mematuhi standar perilaku online, 3) Mengetahui berada di dunia maya, 4) Menghormati waktu dan bandwidth orang lain, 5) Buatlah diri kita terlihat baik secara online, 6) Menyebarkan pengetahuan yang berguna, 7) Membantu menjaga tidak terjadi permusuhan, 8) Menghormati privasi orang lain, 9) Jangan menyalahgunakan kekuatan kita, 10) Memaafkan kesalahan orang lain. Dan hasilnya diketahui sebanyak 43% menyatakan setuju, dan 42% menyatakan sangat setuju perlu adanya penerapan etika komunikasi dalam penggunaan media sosial facebook sebagai sarana media interaksi.

Keyword : Etika Komunikasi, Penggunaan Media Sosial, Facebook, Media Interaksi.

Pendahuluan

Penggunaan internet saat ini merupakan hal yang menjadi kebutuhan penting bagi setiap orang di seluruh dunia, karena dengan adanya internet kita diberi kemudahan dalam menggunakan berbagai macam aplikasi yang ditawarkan sehingga semua bidang kehidupan manusia menjadi sangat mudah dan cepat. Menurut Laquey (1997), internet merupakan jaringan dari ribuan komputer yang menjangkau jutaan orang di seluruh dunia. Saat ini internet telah berkembang menjadi ajang

komunikasi yang sangat. Internet telah tumbuh menjadi sedemikian besar dan berdaya sebagai alat informasi dan komunikasi yang tak dapat diabaikan (Ardianto, 2004: 140- 141).

Penggunaan internet di Indonesia pada awalnya sebenarnya hanya menjadi media komunikasi internal beberapa universitas untuk kegiatan penelitian, tetapi kini menjadi media baru yang sangat dibutuhkan kehadirannya bagi setiap orang, hal ini disebabkan internet sebagai media baru yang sangat populer begitu mudah diterima oleh

generasi muda. Tapscott's dalam Buckingham (2009: 32) menyatakan bahwa mereka yang lahir di tahun 1980-an layak untuk disebut sebagai digital generation karena mereka menggunakan media baru di setiap aktivitas yang mereka lakukan. (Wahyuni 2013: 68-69)

Pada media internet juga tersedia fasilitas situs jejaring sosial yang dapat digunakan sebagai sarana berinteraksi dan bersosialisasi dengan orang lain baik perorangan, kelompok maupun massa serta untuk mendapatkan beragam informasi yang dibutuhkan secara cepat seperti WA, LINE, INSTAGRAM, FACEBOOK, TWITTER dan sebagainya. Dengan adanya kebutuhan akan informasi mendorong manusia untuk lebih mengerti dan menguasai kecanggihan teknologi komunikasi melalui media internet yang hadir saat ini. Informasi yang dibutuhkan tersebut mencakup banyak hal mulai dari kesehatan, ekonomi, sosial politik, bisnis, olah raga, pendidikan dan sebagainya.

Dari sudut pandang interaksi sosial, media sosial menciptakan pemahaman baru mengenai

komunikasi pribadi yang interaktif. Media sosial tidak seperti interaksi langsung (face to face), akan tetapi memberikan bentuk interaksi baru yang membawa penggunaannya kembali pada hubungan interpersonal yaitu dalam bentuk interaksi termediasi atau disebut dengan Computer Mediated Communication (CMC). Melalui media sosial, individu satu sama lain dapat berinteraksi secara realtime. Beragam keuntungan dan kerugian yang diperoleh dari interaksi termediasi, media baru mungkin memberikan waktu yang fleksibel dalam penggunaan, tetapi juga menciptakan tuntutan waktu yang baru. Sebagai contoh, pengguna media sosial dapat berinteraksi melalui aplikasi chat kapan saja dan dimana saja, tetapi mereka akan cenderung banyak menghabiskan waktu untuk hal yang sama setiap harinya. (Solihah, 2015, 7)

Media sosial berdasarkan sudut pandang integrasi sosial tidaklah berbeda dengan media televisi. Media sama-sama dijadikan sebagai bentuk ritual. Artinya, manusia tidak menggunakan media hanya sebatas pemberitahuan akan

informasi, tetapi karena menggunakan media sudah menjadi kebiasaan. Misalkan, setelah bangun tidur seseorang langsung memeriksa smartphone dan membuka aplikasi media sosial yang sering dipantau setiap harinya, hal itu mungkin saja dilakukan bukan bertujuan untuk mencari informasi, tetapi merupakan bentuk refleks yang sudah menjadi kebiasaan (Soliha, 2015, 7).

Media sosial yang berkembang pesat saat ini dan menjadi sarana interaksi antar manusia antara lain instagram, facebook, twitter, WA, line, dan sebagainya. Dari keseluruhan media sosial yang berkembang, salah satu media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat sebagai sarana berinteraksi adalah facebook, dengan menggunakan media sosial Facebook sebagai sarana berkomunikasi dan berinteraksi sangat memudahkan bagi penggunanya untuk menginformasikan berbagai macam hal-hal penting dan darurat secara cepat dengan daya jangkau yang luas, berbagai macam informasi dari yang sangat penting sampai informasi yang tidak penting dapat

dicari dan ditemukan melalui media sosial.

Sangat disayangkan saat ini penggunaan media sosial selain untuk memudahkan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan oleh penggunanya, juga sudah banyak disalahgunakan oleh beberapa penggunanya, dengan menyebarkan informasi-informasi yang tidak jelas dan menyesatkan atau hoax, menyebarkan informasi-informasi yang bersifat sara, penghasutan, pelecehan dan informasi-informasi lain yang sangat merugikan dan bersifat negatif atau merusak.

Saat ini kebebasan berekspresi melalui media sosial Facebook menurut pengamatan penulis sudah sangat mengkhawatirkan karena sering terjadi pelanggaran-pelanggaran etika berkomunikasi dalam penyampaian pesan-pesan informasi dalam media sosial, dimana penggunanya dengan bebas dan sekehendak hatinya untuk menuangkan tulisan-tulisan atau informasi-informasi yang dapat menyebarkan kebencian atau penghinaan pada orang atau

golongan tertentu, dapat bebas dalam menyebarkan fitnah atau isu-isu yang dapat memecah-belah persatuan dan kesatuan bangsa. Banyak orang yang menganggap bahwa situs jejaring sosial adalah tempat yang tepat untuk mengungkapkan segala kesedihan, kemarahan, membuat status dengan berkata-kata kotor, menghina dan mengisi konten-konten di situs jejaring sosial dengan luapan emosi.

Belum lagi informasi-informasi atau foto-foto, gambar, porno yang dengan mudahnya diupload dan diakses oleh penggunanya lewat media sosial Facebook, yang mana isinya dapat saja merusak nilai etika dan moral penggunanya, jika tidak bijak dalam penggunaannya. Dalam hal ini perlu adanya etika yang mengatur dalam berkomunikasi melalui media sosial, sehingga meminimalisir terjadinya penyalahgunaan dan pelanggaran etika komunikasi dalam penggunaan media sosial.

Masih banyak pengguna media sosial yang belum menyadari akan dampak dari pengiriman pesan-pesan maupun gambar-gambar yang bersifat merusak seperti mencaci maki orang-orang yang tidak

disukainya dengan kata-kata yang sangat tidak pantas, mengupload gambar-gambar yang sangat bersifat pribadi agar dapat dikonsumsi secara luas oleh masyarakat luas, menyebarkan kabar-kabar bohong yang mendiskreditkan seseorang yang tidak disukainya, menyebarkan fitnah dan hasutan serta pesan-pesan negatif lainnya.

Pembahasan

Media Baru

Menurut McQuail (1992), media baru adalah tempat dimana seluruh pesan komunikasi terdesentralisasi; distribusi pesan lewat satelit meningkatkan penggunaan jaringan kabel dan komputer, keterlibatan audiens dalam proses komunikasi yang semakin meningkat. New media atau media baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20.

New media atau media baru didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama dengan computer digital (Creeber

dan Martin, 2009). Definisi lain media baru adalah media yang di dalamnya terdiri dari gabungan berbagai elemen. Itu artinya terdapat konvergensi media di dalamnya di mana beberapa media dijadikan satu (Lievrrouw, 2011). Definisi lain mengemukakan, media baru merupakan digitalisasi yang mana sebuah konsep pemahaman dari perkembangan zaman mengenai teknologi dan sains, dari semua yang bersifat manual menjadi otomatis dan dari semua yang bersifat rumit menjadi ringkas. Digital adalah semetode yang complex dan fleksibel yang membuatnya menjadi sesuatu yang pokok dalam kehidupan manusia.

McQuail (2011) menjelaskan, ciri utama utama media baru yaitu: a) Adanya saling keterhubungan (interkonektivitas), b) Aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, c) Interaktivitasnya, d) Kegunaan beragam sebagai karakter yang terbuka dan e) Sifatnya yang ada di mana-mana.

Internet

Internet merupakan sebuah media dengan segala karakteristiknya. Internet memiliki teknologi, cara penggunaan, lingkup layanan, isi, dan image sendiri. Internet tidak dimiliki, dikendalikan atau dikelola oleh sebuah badan tunggal tetapi merupakan sebuah jaringan komputer yang terhubung secara intensional dan beroperasi berdasarkan protocol yang disepakati bersama. Sejumlah organisasi khususnya provider dan badan telekomunikasi berperan dalam operasi internet (McQuail, 2009).

Pengertian lain internet menurut Mac Bride (1995) adalah jaringan komunikasi global yang terbuka dan menghubungkan jaringan komputer, melalui sambungan telepon umum maupun pribadi. Secara individual, komponen jaringannya dikelola oleh agan-agen pemerintah, universitas, organisasi komersial, serta sukarelawan. Dengan kata lain Internet dapat diartikan sebagai jaringan komputer yang luas dan besar yang mendunia yaitu menghubungkan pengguna komputer dari suatu negara ke negara lain di

seluruh dunia, yang di dalamnya terdapat berbagai sumber daya informasi dari mulai yang statis hingga yang dinamis dan interaktif.

Media Online didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital (Creeber and Martin, 2009). Definisi lain media online adalah media yang di dalamnya terdiri dari gabungan berbagai elemen. Itu artinya terdapat konvergensi media di dalamnya, dimana beberapa media dijadikan satu (Lievrouw, 2011). Media online merupakan media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif, dan dapat berfungsi secara privat maupun secara publik (Mondry, 2008).

Media online memiliki jangkauan yang luas yaitu menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet. Hal ini memiliki arti bahwa konten-konten yang terdapat dalam Media Online dapat dengan mudah disebarkan dan dipertukarkan antar pengguna melalui jaringan internet yang tersedia. Karakteristik ini dapat kita sebut sebagai kelebihan, karena

media online membuat setiap orang dapat terkoneksi dan memberi solusi terhadap kendala jarak dan waktu antar pengguna.

Pada tahun 1990, Mark Potes meluncurkan buku besar *The second Media Age* yang menandai periode baru dimana teknologi interaktif dan komunikasi jaringan, khususnya dunia maya akan mengubah masyarakat (Littlejohn: 2009).

Media Online memiliki karakteristik yang berbeda dengan media konvensional (cetak/elektronik), berikut karakteristik media online: (1) Multimedia, dapat memuat atau menyajikan berita/ informasi dalam bentuk teks, audio, video, grafis, dan gambar secara bersamaan. (2) Aktualisasi, berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian. (3) Cepat, begitu diposting atau di unggah, langsung bias diakses semua orang. (4) Update, pembaruan (updating) informasi dapat dilakukan dengan cepat baik dari sisi konten maupun redaksional, misalnya kesalahan ketik/ejaan. (5) Kapasitas luas, halaman web bias menampung naskah sangat panjang. (6) Fleksibilitas, pemuatan dan editing

naskah bisa kapan saja dan dimana saja, juga jadwal terbit (update) bias dilakukan setiap saat. (7) Luas, menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet. (8) interaktif, dengan adanya fasilitas kolom komentar dan chat room (9) Terdokumentasi, informasi tersimpan di “bank data” dan dapat ditemukan ketika diperlukan dan (10) Hyperlinked, terhubung dengan sumber lain (links) yang terkait dengan informasi tersaji (Syamsul, 2012).

Social Media

Social media menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain : Blog, Twitter, Facebook dan Wikipedia. Definisi lain dari social media juga di jelaskan oleh Antony Mayfield (2008). Menurutnya social media adalah media dimana penggunaanya dengan mudah berpartisipasi di dalamnya, berbagi dan menciptakan pesan, termasuk blog, jejaring sosial, wiki/ensiklopedia online, forum-

forum maya, termasuk virtual worlds (dengan avatar/karakter 3D).

Media sosial merupakan media yang berjalan secara online dimana setiap pengguna dapat dengan mudah untuk berbagi dan bercerita diantaranya dapat berupa blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Tidak hanya lewat komputer saja, bahkan media sosial pun dapat diakses melalui perangkat komunikasi lain seperti telepon genggam android dan telepon blackberry.

Menurut Kaplan dan Haenlein (2010) media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 , dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran isi pengguna yang dihasilkan”. Media sosial adalah manusia biasa yang saling berbagi ide, saling bekerja sama dan berkolaborasi yang intinya adalah menggunakan media sosial sama saja dengan menjadikan kita menjadi diri sendiri (Mayfield, 2008).

Komunikasi di social media kini bersifat interaktif, terbuka dan memungkinkan setiap orang untuk

ikut berpartisipasi di dalamnya. Beberapa situs social media yang populer sekarang ini antara lain: Blog, Twitter, Facebook, Wikipedia, dan YouTube.

Perkembangan Facebook sebagai salah satu situs yang paling mencolok dibandingkan dengan layanan lain yaitu jejaring sosial atau social network. Jejaring sosial pada umumnya selalu dikaitkan dengan nilai-nilai, visi, ide, teman dan lainnya (Tamburaka, 2013). Facebook itu sendiri awalnya didirikan oleh seorang mahasiswa dari Universitas Havard, Mark Zuckerberg dengan tujuannya membuat sebuah jejaring sosial tersebut yang pada mulanya hanya terbatas pada mahasiswa havard saja, namun kemudian keanggotaan diperluas hingga ke perguruan lain seperti Boston, Ivy League, dan Universitas Stanford. Seiring dengan kepopulerannya di berbagai perguruan tinggi, kemudian menerima keanggotaan dari mahasiswa di universitas lain (Hidayat, 2009).

Menurut Wati dan Rizky (2009), Ada beberapa kelebihan dari keberadaan Facebook yaitu: a). Informatif Pada Facebook telah

tersedia fasilitas yang berbeda dengan jejaring sosial yang lain diantaranya fasilitas News, feed, update status. Sehingga pengguna Facebook dapat mengikuti apa yang sedang terjadi di Facebook. b). Mudah nya berkomunikasi dengan orang lain di Facebook. c). Dapat mengganti foto profil atau informasi lain yang dapat dilihat oleh orang lain. d). Sebagai berkumpulnya komunitas, media promosi untuk kepentingan dan tujuan lain yang sesuai dengan kepentingan bersama. e). Sistem proteksi untuk menghindari para hacker agar akun pengguna Facebook yang di buka paksa tersebut tidak bisa mengaksesnya kecuali harus konfirmasi terlebih dahulu ke alamat e-mail yang lama.

Etika Komunikasi

Pengertian etika secara umum adalah niat, apakah perbuatan itu boleh dilakukan atau tidak sesuai pertimbangan niat baik atau buruk sebagai akibatnya, dan etika adalah nurani (bathiniah), bagaimana harus bersikap etis dan baik yang sesungguhnya timbul dari kesadaran dirinya. Etika bersifat absolut,

artinya tidak dapat ditawar-tawar lagi, kalau perbuatan baik mendapat pujian dan yang salah harus mendapat sanksi. Etika berlakunya, tidak tergantung pada ada atau tidaknya orang lain yang hadir (Bartens, 1991). Sedangkan pengertian dari komunikasi itu sendiri menurut Effendy (2009) “komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu, mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara lisan (langsung) ataupun tidak langsung (melalui media).”

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa etika komunikasi adalah norma, nilai, atau ukuran tingkah laku baik dalam kegiatan komunikasi di suatu masyarakat. Sedangkan untuk penerapan etika dalam berkomunikasi di dunia maya, Shea (1994) menjelaskan dalam etika berkomunikasi di internet (cyberspace) memberikan 10 peraturan ketika berinteraksi. Intinya sama dengan etika komunikasi dalam dunia nyata, seperti jangan menyakiti, jangan menyinggung perasaan, berbicara efektif, jangan sungkan minta maaf jika keliru, dan

sebagainya. Berikut ini etika komunikasi di internet Core Rule of Netiquette:

1. Remember the human. Jangan lupa, orang yang membaca email atau posting Anda adalah manusia juga yang punya perasaan, bisa tersinggung atau sakit hati. Jadi, jangan menyakiti hati orang lain. Jangan kirim email atau posting yang sekiranya mempermalukan.
2. Adhere to the same standards of behavior online that you follow in real life. Standar etika komunikasi internet sama saja dengan etika komunikasi di dunia nyata, seperti etis, menghargai pendapat orang lain, dan jangan melanggar hukum (breaking the law is bad Netiquette).
3. Know where you are in cyberspace. Setiap situs atau forum online biasanya punya aturan main. Maka, taati aturan itu. Baca dulu aturan sebelum bergabung. “Intai dulu sebelum melompat” (Lurk before you leap). Sadari Anda ada di forum apa dan bagaimana.

4. Respect other people's time and bandwidth. Posting pesan yang sesuai dengan grup diskusi. Jangan ajukan pertanyaan bodoh. Baca dokumen FAQ (Frequently Asked Questions) atau "Yang Sering Ditanyakan" (YSD). Jangan posting hal yang sekiranya sudah diketahui anggota grup (don't waste expert readers' time by posting basic information).
 5. Make yourself look good online. Cek grammar dan ejaan (tata bahasa) sebelum posting. Pahami yang Anda katakan dan pastikan ia masuk akal. Know what you're talking about and make sense.
 6. Share expert knowledge. Bagi pengetahuan dan wawasan Anda. Jawab pertanyaan yang ada jika Anda tahu.
 7. Help keep flame wars under control. Kendalikan emosi Anda. Jangan posting apa pun dalam keadaan marah. Jangan posting atau kirim komentar yang bernada amarah tinggi.
 8. Respect other people's privacy. Hargai privasi orang. Jangan baca email, pesan, atau inboks pribadi orang lain.
 9. Don't abuse your power. Jangan menyalahgunakan kekuasaan. Makin besar kekuasaan yang Anda miliki, kian penting bagaimana menggunakannya.
 10. Be forgiving of other people's mistakes. Jika orang lain salah, maafkan. Kepatuhan atau pelanggaran atas netiket di atas akan menjadi cermin beradab-tidaknya seseorang di dunia maya, mungkin juga sekaligus cermin moralitas dan perilakunya di dunia nyata. (UIN Jurnal Online, 2013).
- Berdasarkan pendapat dari beberapa ahli di atas maka yang dimaksud dengan penerapan etika komunikasi dalam penelitian ini adalah etika komunikasi yang harus diterapkan dengan menjaga etiket, tata krama dan sopan santun dalam berinteraksi melalui facebook dengan memperhatikan antara lain: 1) mengingat kita adalah manusia, 2) Mematuhi standar perilaku online, 3) Mengetahui berada di dunia maya, 4) Menghormati waktu dan bandwidth orang lain, 5) Buatlah diri kita

terlihat baik secara online, 6) Menyebarkan pengetahuan yang berguna, 7) Membantu menjaga tidak terjadi permusuhan, 8) Menghormati privasi orang lain, 9) Jangan menyalahgunakan kekuatan kita, 10) Memaafkan kesalahan orang lain.

Media Sosial Facebook Sebagai Media Interaksi

Media sosial adalah sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content" (Kaplan, Andreas M.; Michael Haenlein [2010] "*Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*". *Business Horizons* 53(1): 59–68).

Gamble, Teri, dan Michael dalam *Communication Works* menyebutkan, media sosial mempunyai ciri - ciri sebagai berikut :

1. Pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa keberbagai banyak orang contohnya pesan melalui SMS ataupun internet

2. Pesan yang di sampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu Gatekeeper
 3. Pesan yang di sampaikan cenderung lebih cepat di banding media lainnya
 4. Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi
- Menurut Sosiawan (2011)

karakteristik Facebook dalam proses komunikasi adalah (1) memfasilitasi komunikasi dan interaksi secara virtual tanpa batas ruang dan waktu. (2) menjalin komunikasi secara lebih efisien dari segi waktu, tenaga, dan biaya. (3) dapat digunakan untuk bertukar pikiran dengan sangat mudah. (4) karena bersifat virtual dalam berkomunikasi, maka situs jejaring sosial menisbikan konflik diantara para peserta interaksi di dalamnya.

Metode Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang diteliti, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode deskriptif melalui pendekatan kuantitatif. Menurut Masyhuri (2008) penelitian yang bersifat deskriptif merupakan penelitian yang memberi

gambaran secermat mungkin mengenai suatu individu, keadaan, gejala atau kelompok tertentu. Sedangkan pendekatan kuantitatif dijelaskan oleh Sugiyono (2011) bahwa metode kuantitatif berlandaskan pada filsafat positivisme; metode yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu; teknik pengambilan sampel biasanya dilakukan dengan perhitungan teknik sampel tertentu yang sesuai; pengumpulan data kuantitatif/statistik.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek /subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011:80)

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa/i yang aktif di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Satya Negara Indonesia tahun akademik 2016/2017, yang berjumlah 155 Mahasiswa.

Teknik Sampling

Teknik sampling adalah cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representatif. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. (Margono, 2004: 125). Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik *probability sampling* dengan alasan karena penulis memberi kesempatan yang sama kepada semua mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP USNI tahun akademik 2016/2017 yang aktif kuliah untuk diteliti. Sesuai dengan pernyataan dari Sugiyono (2001; 57) Probability sampling adalah teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Untuk mendapatkan sampel dari populasi mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP USNI yang berjumlah 155 orang, Untuk

menentukan ukuran sampel dengan rumus:

$$n = \frac{N}{N d^2 + 1}$$

$$n = \frac{155}{155 (0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{155}{1,55 + 1}$$

$$n = \frac{155}{2,55}$$

$$n = 60,784 \text{ dibulatkan}$$

menjadi $n = 61$ mahasiswa

Ket:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

d = Nilai Presisi / Tingkat Kesalahan
(10% = 0,1)

Untuk menyebarkan kuesioner ke 61 sampel, penulis menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan metode *accidental sampling*.

Definisi Operasional

Yang dimaksud dengan “etika komunikasi” dalam penggunaan media sosial facebook sebagai sarana media interaksi adalah etika komunikasi yang harus diterapkan dengan menjaga etiket,

tata krama dan sopan santun dalam berinteraksi dengan menggunakan facebook dengan memperhatikan antara lain:

1) Mengingat kita adalah manusia

Orang yang memposting dan yang membaca postingan kita adalah manusia juga yang punya perasaan, bisa tersinggung atau sakit hati.

2) Mematuhi standar perilaku online

Standar etika komunikasi internet sama dengan etika komunikasi di dunia nyata, seperti etis, menghargai pendapat orang lain, dan jangan melanggar hukum

3) Mengetahui berada di dunia maya

Pengguna Facebook harus menyadari berada di forum apa dan bagaimana karena setiap situs atau forum online punya aturan main sendiri.

4) Menghormati waktu dan bandwidth orang lain

Posting pesan yang sesuai dengan grup diskusi. Tidak mengajukan pertanyaan bodoh dan menyimpang.

- 5) Buatlah diri kita terlihat baik secara online
Memberikan pesan-pesan atau informasi yang bermanfaat dan berguna bagi orang lain dengan menggunakan kalimat-kalimat yang baik dan sopan
- 6) Menyebarkan pengetahuan yang berguna,
Menyebarkan informasi-informasi yang berisi pengetahuan yang dapat menambah ilmu dan pengetahuan orang lain di facebook
- 7) Membantu menjaga tidak terjadi permusuhan
Ikut dalam menjaga hubungan baik dalam pertemanan di facebook dengan memposting hal-hal yang menyejukkan hati.
- 8) Menghormati privasi orang lain
Tidak menshare, memposting atau mengeluarkan kata kata yang mengungkit atau mencela pribadi seseorang di facebook
- 9) Jangan menyalahgunakan kekuatan kita
Makin besar kekuasaan yang Anda miliki, kian penting bagaimana menggunakannya.
- 10) Memaafkan kesalahan orang lain.
Jika orang lain salah, maafkan. Kepatuhan atau pelanggaran atas etiket di atas akan menjadi cermin beradab-tidaknya seseorang di dunia maya, mungkin juga sekaligus cermin moralitas dan perilakunya di dunia nyata.

Teknik Analisa Data

Teknik analisa data yang digunakan adalah analisa univariat. Pada umumnya dalam analisis ini hanya menghasilkan distribusi dan persentase dari tiap variabel (Notoatmodjo, 2005). Dalam penelitian ini analisa univariat digunakan untuk menjelaskan atau mendeskripsikan angka atau nilai karakteristik responden berdasarkan pada penggunaan satu variabel saja yaitu penerapan etika komunikasi dalam menggunakan media dengan penggunaan rumus penentuan besarnya presentase menurut Budiarto (2001) sebagai berikut:

$$P = F/N \times 100\%$$

P = Besar Persentase Jawaban

X = Hasil presentase

F = Frekuensi hasil pencapaian

N = Total seluruh observasi
100% = Bilangan genap

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik yang didirikan dengan SK Pendirian Fakultas : No 0284/O/1989 Tanggal 15 Mei 1989, dan terakreditasi dengan Nilai B berdasarkan SK No 157/SK/BAN-Pt/Ak-XVI/S/VII/2013, Tanggal 20 Juli 2013. dikampus Universitas satya negara Indonesia yang

beralamat di Jl. Arteri Pondok undah No 11 Jakarta Selatan 12240

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan diketahui bahwa sebagian besar (lebih dari 50%) mahasiswa menyatakan sangat setuju menerapkan etika dalam berkomunikasi melalui media sosial facebook sebagai media sarana berinteraksi mereka. Hasil survey di lapangan untuk setiap dimensi dari etika berkomunikasi melalui media sosial Facebook dapat dijelaskan sebagai berikut:

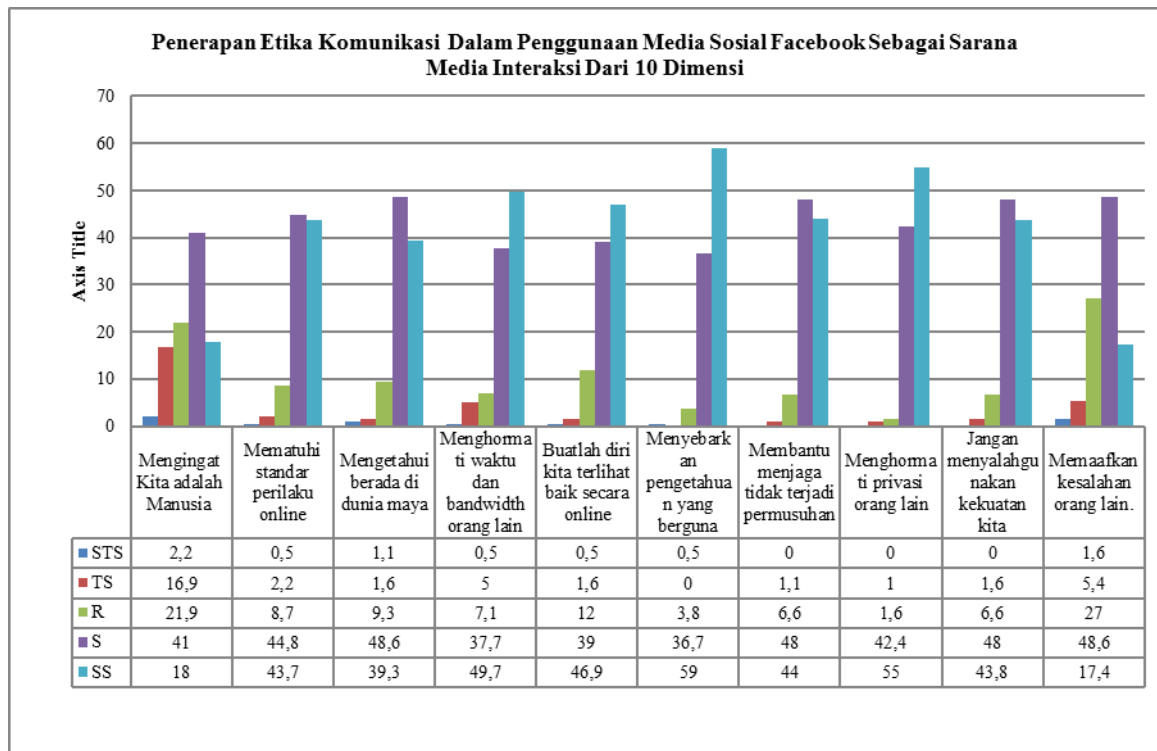
Tabel . 1
Penerapan Etika Komunikasi Dalam Penggunaan Media Sosial Facebook
Sebagai Sarana Media Interaksi

No	Pernyataan	Frekuensi (n = 61)					Jumlah
		1 (ST S)	2 (TS)	3 (Ragu)	4 (S)	5 (SS)	
1	Mengingat Kita adalah Manusia	4	31	40	75	33	183
2	Mematuhi standar perilaku online	1	4	16	82	80	183
3	Mengetahui berada di dunia maya	2	3	17	89	72	183
4	Menghormati waktu dan bandwidth orang lain	1	9	13	69	91	183
5	Buatlah diri kita terlihat baik secara online	1	3	22	71	86	183
6	Menyebarkan pengetahuan yang berguna	1	0	7	67	108	183

7	Membantu menjaga tidak terjadi permusuhan	0	2	12	88	81	183
8	Menghormati privasi orang lain	0	1	3	78	101	183
9	Jangan menyalahgunakan kekuatan kita	0	3	12	88	80	183
10	Memaafkan kesalahan orang lain.	3	10	49	89	32	183
Jumlah		13 (1 %)	66 (4 %)	191 (10%)	796 (43%)	764 (42%)	1830 (100 %)

Tabel 1. di atas terlihat bahwa keseluruhan dimensi dari Penerapan Etika Komunikasi Dalam Penggunaan Media Sosial Facebook Sebagai Sarana Media Interaksi, sebanyak 43% jawaban dari 61 responden menyatakan setuju bahwa kita harus menerapkan etika berkomunikasi dalam menggunakan media sosial facebook sebagai sarana media interaksi. Dalam setuju bahwa kita harus menerapkan etika berkomunikasi dalam menggunakan media sosial facebook sebagai sarana media interaksi, 4% menyatakan tidak setuju, 10 % menyatakan ragu-ragu, dan hanya 1% saja yang menyatakan sangat tidak setuju dalam penggunaan media sosial facebook sebagai sarana media interkasi harus menerapkan etika berkomunikasi

Sebanyak 42 % jawaban dari 61 responden menyatakan sangat



Berdasarkan diagram batang di atas diketahui, sebanyak 41% dari 61 responden menyatakan setuju bahwa dalam menggunakan media social facebook harus mengingat kita adalah manusia yang berarti setiap pengguna facebook adalah sama-sama manusia yang memiliki karakter yang berbeda satu sama lain. Dan hanya 2,2% saja yang menyatakan sangat tidak setuju. diketahui sebanyak 45% responden menyatakan setuju bahwa dalam menggunakan media social facebook kita harus mematuhi standart perilaku online dengan baik. Dan

hanya 1 responden (0,5%) saja yang menyatakan sangat tidak setuju.

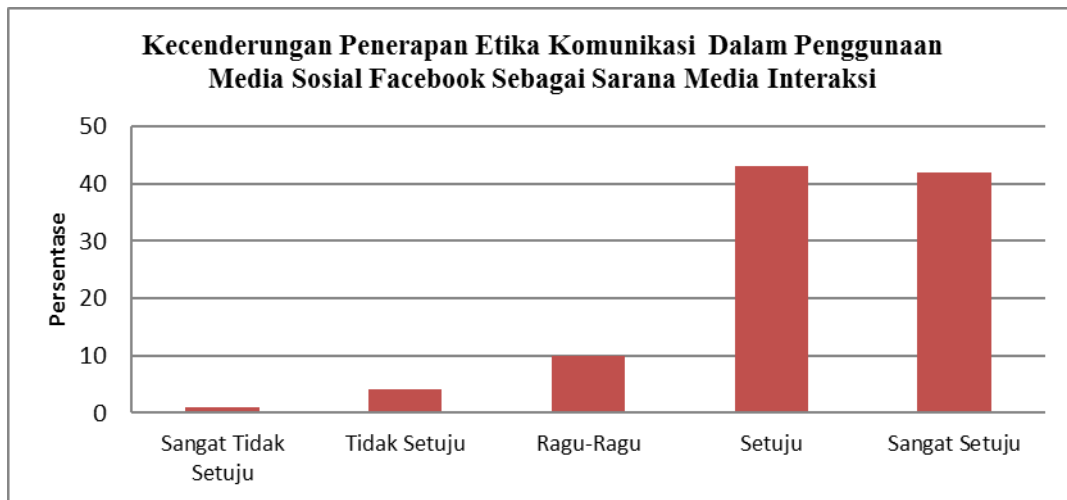
Diketahui sebanyak 49% dari 61 responden menyatakan setuju bahwa dalam menggunakan media social facebook kita harus harus mematuhi aturan-aturan dengan yang baik. Dan hanya 2 responden (1%) saja yang menyatakan sangat tidak setuju. Diketahui sebagian besar (50%) jawaban dari 61 responden menyatakan sangat setuju bahwa dalam menggunakan media social facebook kita harus menghormati waktu dan bandwidth orang lain Dan hanya 1 (0,5%) responden menyatakan sangat tidak setuju.

Sebanyak 47% jawaban dari 61 responden menyatakan sangat setuju bahwa dalam menggunakan media social facebook, kita harus selalu menjaga diri dan nama baik dalam menggunakan secara online. Dan hanya 1 responden (0,5%) saja yang menyatakan sangat tidak setuju. Dari pernyataan menyebarkan pengetahuan yang berguna, 59% jawaban dari 61 responden menyatakan sangat setuju bahwa dalam menggunakan menyebarkan di dunia maya harus memberikan manfaat dengan memberikan atau menyampaikan pengetahuan yang benar dan tidak menyesatkan, dan hanya 1 responden (0,5%) yang menyatakan sangat tidak setuju.

Pernyataan dari dimensi membantu menjaga tidak terjadi permusuhan 48% dari 61 responden menyatakan setuju bahwa dalam menggunakan media social online kita harus ikut menjaga toleransi dan saling menghargai satu sama lain agar tidak terjadi konflik atau permusuhan di facebook, dan hanya 2 responden (1,1%) yang menyatakan ragu-ragu. Sedangkan jawaban responden yang terkait dengan menghormati privasi orang

lain, sebanyak 55% jawaban dari 61 responden menyatakan sangat setuju bahwa dalam menggunakan media social facebook harus menghormati privasi orang lain agar menjaga hubungan baik dengan sesama pengguna facebook, dan hanya 0,5% saja jawaban responden yang menyatakan tidak setuju.

Dengan demikian dari 3 (tiga Pernyataan) dimensi Jangan menyalahgunakan kekuatan kita sebanyak 48% jawaban dari 61 responden menyatakan setuju bahwa dalam menggunakan media social facebook jangan menyalahgunakan kekuatan kita, dan hanya 2% jawaban responden menyatakan tidak setuju. Dengan demikian dari 3 (tiga Pertanyaan) dimensi memaafkan kesalahan orang lain, sebanyak 49% jawaban dari 61 responden menyatakan setuju bahwa dalam menggunakan media social facebook harus bisa saling memaafkan agar tidak terjadi permusuhan di dunia maya dan hanya 2% jawaban responden yang menyatakan sangat tidak setuju.



Kesimpulan

Dengan demikian berdasarkan hasil penelitian di atas diketahui sebanyak 43% jawaban setuju perlu adanya penerapan etika komunikasi dalam penggunaan media sosial facebook sebagai sarana media interaksi.

Sebanyak 42% jawaban sangat setuju diberikan oleh 61 responden yang menyatakan perlu adanya penerapan etika komunikasi dalam penggunaan media sosial facebook sebagai sarana media interaksi.

Terdapat 4% jawaban tidak setuju, 10% jawaban ragu-ragu dan hanya 1% jawaban dari 61 responden, yang menyatakan sangat tidak setuju adanya penerapan etika komunikasi dalam penggunaan

media sosial facebook sebagai sarana media interaksi.

Adapun etika komunikasi yang harus diterapkan dalam menggunakan media sosial facebook sebagai sarana media interaksi adalah dengan selalu mengingat bahwa kita adalah manusia yang harus mematuhi standar perilaku online, karena kita mengetahui berada di dunia maya sehingga harus menghormati waktu dan bandwidth orang lain. Buatlah diri kita terlihat baik secara online dengan berpartisipasi dalam menyebarkan pengetahuan yang berguna bagi pengguna facebook lainnya serta membantu menjaga agar tidak terjadi permusuhan atau konflik antar sesama pengguna facebook. Berusaha untuk selalu menghormati privasi orang lain

dengan tidak ikut campur atau memberi komentar yang tidak perlu, dan jangan pernah menyalahgunakan kekuatan kita melalui facebook untuk mengintimidasi atau menyudutkan orang lain, dan berusaha untuk selalu memaafkan kesalahan orang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E.L. 2004. Komunikasi Massa: Suatu Pengantar. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto. 2006. Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktik. Jakarta : Rineka Cipta.
- Bartens K. 1991. Etika. Jakarta Gramedia Pustaka Utama.
- Creeber G. and Martin R. 2009. Digital Cultures. New York: Open University Press.
- Effendy, O U. 2009. Komunikasi teori dan praktek. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Hidayat, T. 2009. Lebih Dekat Dengan Facebook. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Johnson, B. & Christensen, L. (2012) Educational Research 4th Ed.: Quantitative, qualitative, and mix-methods approaches. California: SAGE Publication
- Kaplan A. dan Haenlein M. 2010. user of the world, unite the challenges and opportunities of social media". Business Horizons 53(1):59- 68. (online) id.wikipedia.org/wiki/media_sosial
- Kriyantono, Rachmat. 2007. Penggunaan Situs Jejaring Sosial sebagai Media Interaksi dan Komunikasi di Kalangan Mahasiswa.
- Lievrouw, L.A. 2011. Alternative and Activist New Media. Cambridge: Polity Press.
- Littlejohn, Stephen W., Karen A. Foss. 2009. Teori Komunikasi, Theories of Human Communication. Salemba Humanica: Jakarta.
- Mayfield, A. (E-book) What is Social Media?. London: iCrossing. 2008.
- Margono,S. 2004. Metodologi Penelitian Pendidikan. Jakarta : Rineka Cipta.
- Mashuri. 2008. Metode Analisis Verifikatif dan Cara Menentukanya. Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM

- McQuail, Dennis. 2009. *Mass Communication Theory*. London : Stage Publication, Ltd
- McQuail, D. 2011. *Teori Komunikasi Massa* McQuail. Jakarta: Salemba Humanika
- Mondry, 2008. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Notoatmodjo, S. 2005. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Shea, V. 1994. [The Core Rule of Netiquette](#). published by Albion Books, San Francisco (info@albion.com).
- Rizky & Wati. (2009). *5 Jam Belajar Cepat Menggunakan Facebook*. Bandung: CV.Yrama Widya.
- Solihah S F. Tingkat Ketergantungan Pengguna Media Sosial Dan Kecemasan Sosial. *Jurnal Interaksi*, Vol. 4 No. 1, Januari 2015 : 1 – 10.
- Sosiawan, E A. *Teknik Praktis Riset komunikasi*. Jakarta: Kencana 2011.
- Sukmadinata. 2006. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif DAN R&D* (cetakan ke- 14). Bandung: Alfabeta.
- Syamsul, A, Romli M. 2012. *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Tamburaka, Apriadi.2013. *Literasi Media: Cerdas Bermedia* Khalayak Media Massa. Jakarta: Rajawali Pers.
- Wahyuni, H I. 2013. *Kebijakan Media Baru di Indonesia*. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press.
- Pustaka Lainnya
- Jurnal Online*. 2013. <http://komunikasi.uinsgd.ac.id/netiket-etika-komunikasi-diinternet/2013>
- KBBI.<http://kbbi.web.id/terap-2>. 2017