
PERSEPSI NETIZEN TERHADAP NETIKET DI SOSIAL MEDIA (Studi Terhadap Persepsi Mahasiswa di Kota Banda Aceh)

Fitrianti

Sekolah Tinggi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (STISIP) Al-Washliyah, Banda Aceh, Indonesia

Email Koresponden: vi3yanti@gmail.com

Diterima: 24 Februari 2023

Direvisi: 18 Maret 2023

Disetujui: 31 Maret 2023

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji persepsi mahasiswa di Banda Aceh terhadap etiket di media sosial. Sebanyak 13 mahasiswa di Kota Banda Aceh terlibat dalam penelitian ini. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dimana pengumpulan data dilakukan melalui wawancara menggunakan snowball sampling technique. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki persepsi positif terhadap pentingnya penerapan etiket di media sosial. Narasumber setuju bahwa penerapan etiket di media sosial sama penting dengan penerapan etiket di dunia nyata. Namun, sebaliknya memiliki persepsi negatif terhadap pelanggaran netiket bermedia sosial. Beberapa jenis pelanggaran netiket yang sering dijumpai adalah hoax/prank, perundungan (bullying), penyalahgunaan hak cipta, dan tindakan tabu atau tidak sopan. Netizen menyarankan agar pengguna media sosial lebih bijak dalam menggunakan media sosial. Penelitian ini juga menunjukkan rendahnya literasi mahasiswa mengenai netiquette di media sosial, oleh karenanya, disarankan agar pihak perguruan tinggi memberikan materi khusus mengenai pentingnya menjaga etiket dalam bermedia sosial.

Kata Kunci: Mahasiswa, Media Sosial, Netiket, Netizen, Persepsi.

Abstract

This research aims to study the perception of students toward the etiquette on the social media usage. There were 13 students from various universities in Banda Aceh involved in the study. This descriptive qualitative research is using interview as data collection method and applying snowball sampling technique in determining respondents. The study found that students have positive perception of the urgency to apply and abide to etiquette both in real life and online. On the other hand, the students have negative perception on the social media users/account that post, promote content that constraint the etiquette commonly known in society. There are several types of netiquette violation that often encountered by students are hoax/prank, copyright violation, bullying and taboo acts (pornography). Therefore, students in Banda Aceh have low literacy on netiquette, so that it is suggested that the universities should provide proper information regarding netiquette on social media.

Keywords: Netizen, Netiquette, Perception, Social Media, Students.

PENDAHULUAN

Semua kita sepakat bahwa internet merupakan salah satu kemajuan dunia abad ini dan kehadirannya telah memberi banyak dampak bagi kehidupan manusia khususnya dalam kegiatan berkomunikasi, baik itu dampak positif maupun dampak negatif. Proses kegiatan komunikasi yang selama ini memiliki keterbatasan seperti terbatas waktu dan geografis, namun dengan kehadiran internet kegiatan komunikasi jarak jauh sudah menjadi sesuatu yang lumrah dan terjadi tanpa kendala yang berarti. Internet ini telah menjadikan dunia dalam jangkauan atau genggamannya manusia, *the world is flat* adalah istilah yang digunakan oleh ilmuwan Thomas Friedman (2005) untuk menggambarkan betapa cepatnya jangkauan dan kemudahan yang disajikan teknologi internet dalam kehidupan manusia hari ini. Selain itu, ada istilah *World without secret* yang dipopulerkan oleh Hunter (2002) yang memaparkan bahwa dengan kehadiran internet kita hidup di dunia yang serba terbuka dan transparan, dimana seakan-akan tidak ada lagi batasan dan rahasia yang tersembunyi diantara manusia. Segala informasi dan data yang sudah diunggah ke internet dapat tersebar dengan mudah hanya dalam hitungan detik dengan sekali klik atau *touch* di *engine search google* atau sejenisnya. Memang begitulah kenyataannya, bahwa sejak kehadiran internet dalam kehidupan kita, dunia terasa lebih terjangkau jika tidak disebut 'sempit' dan manusia senantiasa terhubung tanpa terhalang jarak geografis dan melampaui perbedaan demografis. Singkatnya, teknologi internet hari ini telah memberi kesempatan dan kebebasan kepada setiap untuk mengunduh dan mengakses apa saja

yang diinginkan, kapan dan dimana saja tanpa terikat waktu dan tempat, sehingga berdampak kepada berubahnya perilaku tau cara manusia dalam berkomunikasi.

Sebenarnya jika kita merunut ke belakang, hari-hari yang kita jalani saat ini sudah jauh-jauh hari diprediksikan oleh McLuhan (1962) dengan istilahnya yang populer yaitu *global village*. Ia menyakini bahwa suatu saat nanti akan hadir sebuah kecanggihan teknologi media yang mampu menyatukan antar manusia tanpa dibatasi waktu dan jarak sehingga jarak antar benuapun terasa dekat seperti tinggal sekampung. Dan lihatlah apa yang kita alami hari ini, prediksi McLuhan (1962) tersebut sama persis seperti yang kita alami hari ini, bukan? Kemampuan dan kecerdasan visualisasi McLuhan beberapa decade lalu itu telah terjadi hari ini. Dimana orang-orang saling terhubung satu sama lain tanpa harus berada di tempat dan zona waktu yang sama sehingga dunia global yang luas tak terbatas ini seakan-akan hanya sebuah desa atau kampung yang semuanya dekat dan terjangkau. Kemampuan teknologi internet hari ini telah mampu menciptakan hubungan dan konektivitas antar manusia dengan kecepatan ritme yang tinggi sehingga banyak hal dapat sukses kita lakukan dengan bantuan koneksi internet tanpa kita harus beranjak dari tempat duduk. Sebut saja misalnya, kita dapat menyelesaikan pesanan atau bertransaksi dalam sekali klik dari tetikus komputer kita atau dalam sekali *touch* dari *smartphone* digenggaman tanpa ada batasan waktu dan tempat selama 24 jam. Pendek kata, kehadiran internet telah

money) dan menghemat energi atau tenaga (*save energy*).

Kemudian, seiring berjalannya waktu kemajuan teknologi internet juga berpengaruh memberi dampak pada meningkatnya tren dan jumlah pengguna internet di dunia dari tahun ke tahun termasuk juga di negeri kita tercinta, Indonesia. Media cncbindonesia.com melansir bahwa per Januari 2021 sebanyak 202,35 juta atau 76,8% dari total penduduk Indonesia yang sudah dapat mengakses internet (Novina Bestari, 2022), dan angka ini terus meningkat selama masa pandemik karena kebutuhan akses digital yang juga meningkat selama masa pandemic covid-19 (N.M, 2020). Peningkatan akses internet yang semakin menjangkau semua lapisan masyarakat berdampak kepada meningkat pula jumlah pengguna media sosial. Sejauh ini, jumlah pengguna media sosial di Indonesia sendiri telah mencapai 191 juta di tahun 2022 yaitu meningkat dari jumlah 170 juta pada tahun 2021 atau naik 12,35 % sebagaimana laporan Hootsuite (We Are Social) yang dikutip dataindonesia.id (M Ivan Mahdi, 2022).

Table 1: Jumlah pengguna media sosial di Indonesia

No.	Nama Media Sosial	Persentase
1.	WhatsApp Facebook	88,7%
2.	Instagram	84, 8%
3.	Facebook	81, 3%
4.	Tiktok	63,1%
5.	Telegram	62,8

Sumber: <http://dataindonesia.id>

Dari jumlah tersebut, rata-rata usia pengguna adalah didominasi oleh generasi Y dan Z yaitu mereka yang berumur antara 17 sampai 35 tahun, dimana kita tahu bahwa generasi dengan *range* umur tersebut mayoritas berstatus mahasiswa. Disebabkan generasi *range* umur tersebut sangat intent berinteraksi dengan media sosial, sehingga pakar menyematkan beberapa istilah khusus bagi generasi ini. Diantara sebutan yang populer adalah *net-generation* atau generasi internet (Tapscott, 2013), ada yang menamakan *home zappiens* (Win & Ben, 2006) atau ada juga yang melabel dengan nama *digital natives* (Dijk, 2006), dan berbagai sebutan lainnya.

Media sosial sendiri dapat didefinisikan sebagai segala jenis media yang hanya dapat diakses dengan bantuan penggunaan koneksi internet, dengan karakteristiknya adalah media berisikan teks, foto dan suara (Amalia & Setiaji, 2018). Andreas Kaplan dan Haenlein mendefinisikan (Bhanot, 2012) media sosial sebagai seperangkat aplikasi jaringan internet yang dibangun berdasarkan teknologi web 2.0 memiliki fungsi untuk saling tukar menukar isi atau kontennya. Sementara Mawarti (2018) sebagaimana dikutip (Agushar & & Sukendro, 2022) menyebutkan sosial media sebagai jenis media komunikasi yang berbasis internet bersifat interaktif virtual melalui teknologi multimedia. Sebagai media baru yang konektivitasnya bergantung kepada internet yang memiliki karakteristik unik yaitu multimedia dan interactivity (Wood & Smith, 2004), maka media sosial menawarkan banyak keunggulan dalam berkomunikasi dan berinteraksi antar pengguna.

Interaksi dan keterhubungan yang terbangun melalui koneksi internet di media sosial telah membentuk sebuah komunitas baru di dunia virtual yang dikenal dengan *cyber community* (Vandijk, 2012). Dalam komunitas maya ini orang-orang dari berbagai negara yang berbeda dan waktu yang tidak sama dapat saling berkomunikasi dan berinteraksi dalam waktu yang sama dan membangun relasi yang saling terikat, yang oleh disebut dengan istilah *hyper-connected* oleh Christakis dan Flower (2010). Perubahan atau evolusi atas perkembangan internet ini sudah juga merubah perilaku penggunanya khususnya pengguna media social dari yang selama ini sebagai *passive user* terhadap media menjadi *active user*.

Sebelumnya, kita sebagai *user* hanya menjadi penikmat isi media, sebagai *passive* atau *silent reader* saja. Namun, sekarang pengguna media sosial dapat berkontribusi menciptakan konten atau isi media sesuai dengan yang diinginkan.

Kehadiran internet khususnya media sosial telah mengubah peran pengguna internet yang dulunya hanya sebagai *receiver* dan *silent reader*, namun saat ini selain menjadi *receiver dan sender* pada saat yang sama untuk medianya yang dapat dinikmati siapa saja dimanapun dan kapanpun. Dengan kata lain, kita sedang hidup dalam dunia konvergensi dengan bersatunya media dengan telekomunikasi. Kekuatan antara kedua hal di atas yakni teknologi media dan telekomunikasi telah mengubah cara kita hidup dan bekerja, mengubah persepsi, keyakinan, dan institusi atau lembaga-lembaga yang ada (Briggs & Peter, 2006).

Namun disebalik itu, hal yang perlu kita ingat adalah bahwa internet dan khususnya media sosial pada hakikatnya hanya merupakan *tool* atau alat. Ia merupakan seperangkat medium yang digunakan untuk berkomunikasi, sehingga penggunaannya sangat bergantung kepada kita sebagai pengguna bagaimana menggunakannya. Jika bijak menggunakannya tentu akan memberi dampak baik atau positif, begitupun sebaliknya jika tidak digunakan dengan baik maka iapun akan membawa dampak buruk. Pendeknya, internet memberikan kita kesempatan-kesempatan baru sekaligus juga menciptakan tantangan-tantangan baru. Oleh karena itu, selain memiliki sisi teknis yang memudahkan pengguna dalam proses komunikasi, media sosial seperti Facebook, Instagram, TikTok, Twitter Telegram, bahkan dalam aplikasi Whatsapp sekalipun juga memiliki sisi etis yang sayangnya sering kali diabaikan bahkan dilupakan oleh khalayak atau penggunanya (Fahrimal, 2018). Layaknya berinteraksi dan berkomunikasi di dunia nyata, berinteraksi di dunia maya juga memiliki etika tersendiri yang harus dipatuhi. Etika berkomunikasi di dunia maya dikenal dengan istilah *cyber ethic* dan populer juga dengan istilah *netiqueet* atau netiket.

Pengertian etika dalam kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI) disebutkan sebagai ilmu tentang apa yang baik dan yang diburukan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak). Menurut Nasrullah (2016), *netiqueet* dapat dipahami sebagai serangkaian nilai-nilai yang diterapkan dalam komunikasi di dunia maya atau dunia

siber (Nasrullah, 2017). Pada hakikatnya, kehidupan di dunia maya merupakan

Sedangkan persepsi adalah tanggapan yang sebaliknya yaitu persepsi yang menggambarkan pengetahuan dan

replika dari kehidupan dunia nyata karena yang terjadi di dunia maya juga dapat ditemui di dunia nyata, sehingga sebagaimana interaksi di dunia riil, interaksi di kehidupan online juga memiliki etika dan aturannya. Hal-hal yang layak menjadi *consent* di dunia nyata seharusnya juga menjadi hal yang perlu diperhatikan di dunia maya, seperti nilai-nilai yang terkait dengan norma kesopanan, kesusilaan, norma-norma sosial dan keagamaan, juga beberapa nilai-nilai moral yang diketahui umum di dunia nyata sama berlaku di dunia maya dalam penggunaan media sosial sehari-hari. Maka dari itu, agar tidak menjadi senjata makan tuan atau *boomerang* bagi penggunanya maka, alangkah baiknya jika kita sebagai pengguna harusnya mengetahui etika yang online sebagai bentuk kehati-hatian dan waspada terhadap efek negatif yang ditimbulkan.

Persepsi diartikan sebagai sebuah kegiatan atau proses kognitif yang dilakukan seseorang untuk menafsirkan informasi yang diterima indera-inderanya baik itu melalui indera penglihatan, pendengaran, pengamatan dan lain-lain. Jaluluddin Rakhmat memberikan definisi persepsi sebagai sebuah pengalaman mengenai objek, peristiwa-peristiwa yang diperoleh dengan cara menyimpulkan informasi dan memaknai pesan-pesan (Rakhmat, 2007). Kemudian, Irwanto (2002) mengkategorikan persepsi menjadi persepsi positif dan persepsi negatif. Persepsi positif adalah persepsi yang menunjukkan penerimaan dan dukungan terhadap objek yang dipersepsikan.

tanggapan yang tidak sesuai atau tidak selaras dengan apa yang dipersepsikan.

Proses pembentukan persepsi tidak terjadi serta merta, namun melalui tiga aktivitas sebagaimana disebutkan oleh Kenneth, K dan Pearson yaitu seleksi, organisasi dan interpretasi (Rakhmat, 2007). Pada tahapan pertama yaitu proses seleksi terhadap stimuli dari sensasi yang diterima indera manusia. Kita akan memilih mana stimuli yang mendapatkan atensi kita karena sebagai manusia yang memiliki batasan, manusia tidak mungkin bisa memberikan atensi terhadap semua stimuli yang diterima. Setelah menyeleksi stimulus dan informasi yang diterima, maka tahapan selanjutnya adalah mengelompokkan atau mengorganisasikan informasi tersebut sesuai dengan kebutuhan yang yang diperlukan setiap orang. Tahapan selanjutnya adalah dengan menilai atau menginterpretasi stimuli atau informasi yang sudah di kelompokkan tadi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk mengkaji persepsi mahasiswa sebagai generasi muda yang paling banyak menggunakan internet terhadap etika bermedia sosial. Penulis merasa penting menulis mengenai netiket di media sosial karena etiket di dunia maya sama pentingnya dengan etiket di dunia nyata. Mahasiswa sebagai generasi penerus harus *aware* (sadar) akan hal ini sehingga nanti dapat meminimalisir pelanggaran etiket di media sosial. Ketidaksadaran akan pentingnya etika dalam bermedia sosial ini melahirkan banyak kekacauan dan kesalahpahaman. Akhirnya, semoga studi

ini menjadi kontribusi keilmuan dan menjadi sumbangan dan referensi tambahan bagi dunia pendidikan khususnya untuk

yaitu reduksi data dan terakhir penarikan kesimpulan dan

rumpun ilmu komunikasi maupun aspek-aspek praktis sehari-hari.

METODE PENELITIAN

Kajian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif dapat dipahami sebagai sebuah penelitian yang dilakukan dengan menekankan, atau memfokuskan pada makna dan pemahaman mendalam dari suatu situasi tertentu, atau dalam istilah (Sugiyono, 2016) penelitian kualitatif adalah penelitian naturalistik sebab dilakukan dilaksanakan pada *setting* yang natural/alami. Ciri lain sebuah penelitian kualitatif adalah karena cara atau prosedur pemecahan masalah penelitian ini melalui pemaparan atau pendeskripsian objek yang diteliti berdasarkan data dan fakta-fakta actual (Hadari & Martini, 1994).

Data diperoleh melalui wawancara yang dilakukan pada bulan Juli dan Agustus 2022. Teknik penentuan narasumber dilakukan menggunakan teknik *snowball sampling* yaitu teknik penentuan sampel yang awalnya berjumlah kecil kemudian berkembang semakin banyak dan proses berakhir ketika peneliti merasa data sudah mencapai jenuh, maka data dianggap sudah mencukupi karena tidak ditemukan lagi hal-hal baru dalam wawancara yang dilakukan (Krisyantono, 2014). Kemudian, data yang diberikan oleh informan dicatat dan direkan dengan sistematis. Selanjutnya, penulis melakukan analisis terhadap data yang diperoleh. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman (Sugiyono, 2016) yang meliputi 3 tahapan

verifikasi terhadap data yang sudah terkumpul.

Proses pereduksian data dilakukan dengan merangkum dan memilah data kebudian memfokuskan pada hal-hal yang penting lalu dikategorikan berdasarkan tema dan polanya. Tahapan kedua adalah menyajikan data yang telah direduksi yaitu dengan cara menguraikannya secara singkat dan menghubungkan antar tema atau kategori data. Terakhir adalah penarikan kesimpulan terhadap keseluruhan data yang ada. Kesimpulan dapat bersifat sementara dan bisa berubah-ubah apabila kemudian dikemudian hari pada pengumpulan data selanjutnya ditemukan bukti-bukti lain yang lebih kuat dan akurat. Namun, kesimpulan juga dapat bersifat final apabila kesimpulan yang didapat pada tahapan awal sudah konsisten sehingga kesimpulan yang dibuat sudah valid dan kredibel.

Mengenai data asal mahasiswa dan mahasiswi sebagai narasumber dalam yang terlibat dalam studi ini berjumlah 13 mahasiswa dan mahasiswi. Ketigabelas responden tersebut berasal dari kampus Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry, Perguruan Tinggi Al-Washliyah Banda Aceh, Universitas Syiah Kuala (Unsyiah), Universitas Iskanda Muda (UNIDA), Universitas Muhammadiyah Banda Aceh, Universitas Bina Bangsa GetSempena (BBG), dan Universitas Serambi Mekkah.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Preferensi Jenis Media Sosial, Waktu dan Tujuan Penggunaan Media Sosial oleh Netizen

Berdasarkan hasil wawancara penulis secara tatap muka dengan mahasiswa di Banda Aceh pada bulan akhir bulan Juli dan awal bulan Agustus didapati

bahwa dari keseluruhan data yang diperoleh, peneliti mendapati bahwa dari 13 mahasiswa yang terlibat dalam penelitian ini, semua nasasumber memiliki paling sedikit 3 atau lebih akun media sosial. Akun media yang paling banyak di miliki adalah WhatsApp, Instagram dan Tiktok. Artinya dari semua media sosial yang ada, ketiga media sosial ini merupakan aplikasi media sosial yang paling populer di kalangan mahasiswa. Motif narasumber lebih tertarik memilih ketiga media sosial tersebut dibandingkan aplikasi lain adalah karena kemudahan dalam penggunaannya dan sesuai dengan kebutuhan yang dicari, seperti aplikasi WhatsApp yang sudah menjadi sebuah aplikasi wajib karena memang sangat dibutuhkan dalam mendapatkan informasi-informasi dari orang-orang terdekat seperti keluarga dan teman dan juga *update-update* informasi mengenai perkuliahan yang banyak disampaikan melalui group di aplikasi ini.

Sedangkan media sosial yang paling jarang digunakan oleh mahasiswa sebagai narasumber yang terlibat dalam penelitian ini adalah Twitter dan Telegram. hal ini disebabkan karena menurut narasumber informasi dan diskursi-diskursi yang beredar di Twitter adalah lebih bersifat serius seperti politik dan ekonomi, dan hal lain yang kurang ‘masuk’ ke dunia anak muda mereka dan kurang menghibur. Alasan lainnya adalah karena pengguna Twitter juga lebih banyak dari kalangan

orang-orang seperti pejabat dan pembisnis sehingga penggunaan kata-kata ketika memposting juga lumayan formal.

Studi ini juga menemukan bahwa frekuensi penggunaan media sosial mahasiswa-mahasiswi di kota Banda Aceh

rata-rata adalah antara 7-8 jam perhari. Frekwensi penggunaan dan waktu yang dihabiskan bermedia sosial sangat dipengaruhi oleh kesibukan mereka sehari-hari. Jika hari yang dilalui tidak padat dengan aktivitas maka narasumber dapat menghabiskan menghabiskan 10–12 jam di media sosial. Tetapi sebaliknya, jika jadwal kuliah yang padat atau tugas yang harus diselesaikan, maka waktu yang dihabiskan untuk media sosial hanya antara 5 sampai 7 jam saja.

“Sebagai mahasiswa perantau dan tinggal di kos, saya tidak banyak kesibukan selain kuliah. Jadi, saya sangat aktif di medsos, kadang-kadang tidak terasa sudah sejam saya scrolling Tik Tok, Instagram, atau nonton podscast di Youtube. Jika di kalkulasi mungkin sehari sampai 10-12 jam saya bermedsos.” (Mahasiswa N.H, Banda Aceh, Juli 2022).

Sementara, tujuan penggunaan media sosial oleh narasumber adalah beragam dan berbeda-beda antar setiap mahasiswa. Namun, secara umum tujuan penggunaannya adalah untuk tujuan atau sarana menjalin komunikasi dan silaturahmi dengan keluarga dan teman, keperluan studi seperti untuk mencari informasi dan referensi sumber-sumber ilmu, hiburan, dan sebagai alat untuk eksistensi dan aktualisasi diri. Di samping itu, beberapa narasumber juga menyebutkan bahwa tujuan lain media sosial juga digunakan sebagai sarana promosi atau marketing untuk

mempromosikan usaha kecil-kecilan yang dimiliki.

“Kalau saya, tujuan yang paling utama bermedia sosial untuk silaturahmi, hiburan dan bantuan belajar. Keperluan silaturahmi seperti untuk menghubungi orang

tua/keluarga di kampung, cari bahan kuliah atau update berita terbaru. Dan tentunya untuk hiburan, sudah capek seharian ya kan? Makanya perlu cuci mata sebentar di medsos,(Mahasiswa A.B, Banda Aceh, Juli 2022)

B. Persepsi Mahasiswa Terhadap Netiquette

1. Pengetahuan Netizen Mengenai Netiquette

Dari wawancara yang penulis lakukan, penulis mendapati bahwa hanya 20% mahasiswa atau narasumber yang pernah mendengar istilah netiket/netiquette, dan 80% selebihnya tidak pernah mendengar istilah netiket sebelumnya.

“Saya baru dengar ada istilah netiket, yang saya tahu hanya istilah netizen saja. Terima kasih Buk, sekarang saya baru mengerti apa maksud netiket itu. Berarti dalam bermedia sosial pun kita harus memperhatikan adab atau etika ya.” (Mahasiswa A.B, Banda Aceh, Juli 2022)

“Aduh, ga pernah dengar saya kata itu (netiket) bu, yang saya tahu kata etika saja. Baru ini lah saya dengarnya, tadi sudah ibu jelaskan, jadi sudah paham saya maksud netiket itu.” (Mahasiswa S, Banda Aceh, Agustus 2022).

Dari sini dapat kita pahami bahwa literasi dan pengetahuan narasumber terhadap kata/istilah netiket masih sangat rendah, dan bagi mereka istilah netiket

merupakan hal yang baru.

demikian, setelah penulis jelaskan secara singkat arti dan definisi dari netiket, maka semua narasumber mengerti apa yang dimaksud dengan netiket atau etiket bermedia sosial dan mengutarakan

persepsinya terhadap netiket yaitu sebagai berikut;

“Iya, seharusnya etika itu selalu kita pegang dan lestarikan kapanpun. Apalagi sekarang sudah ada UU ITE yang mengatur mengenai penggunaan media sosial, jadi ketika bermedsos juga harus hati-hati dan memperhatikan etika atau etiket.” (Mahasiswa S, Banda Aceh, Agustus 2022).

“Sebenarnya yang namanya etika atau moral itu ya memang harus selalu dijaga dan dipraktikkan, tanpa mengenal tempat atau dengan siapa kita berhadapan, termasuk ketika bermedia sosial.” (Mahasiswa K.Z, Banda Aceh, Agustus 2022)

Dari paparan diatas dapat kita ketahui bahwa persepsi narasumber terhadap netiket itu sendiri adalah positif. Mahasiswa memiliki pandangan baik mengenai etiket ketika bersosial media.

2. Pengalaman Netizen Terhadap Pelanggaran Neutiquette di Media Sosial

Berdasarkan pengalaman narasumber dalam studi ini didapati bahwa jenis-jenis penyalahgunaan atau pelanggaran etika yang sering dijumpai narasumber di media sosial yaitu penyebaran informasi/berita yang tidak benar/hoax, perundungan (*bullying*), *copyright issue* (penyalahgunaan hak cipta), perbuatan yang tidak layak/keluar dari norma kesopanan (termasuk pornografi) dan SARA. Namun, dari semua jenis penyalahgunaan tersebut, *hoax*, *bullying*

dan penyalahgunaan hak karya cipta (*copyright*) adalah pengalaman pelanggaran yang paling banyak didapati atau dialami narasumber berkaitan dengan etiket di media sosial.

Berkaitan dengan informasi *hoax* yang sering kali dijumpai adalah

penyebaran informasi-informasi yang berkaitan dengan kehidupan para artis dan selebritis tanah air, kemudian diikuti dengan berita-berita tentang penyebaran covid-19 atau kejadian-kejadian lainnya yang terlalu dilebih-lebihkan. Beberapa narasumber mengungkapkan bahwa penyebaran berita tidak benar di media sosial sudah sangat meresahkan karena baik itu penulisan atau foto dan video yang tersebar nampak seperti apa adanya atau benar, namun setelah beredar sekian lama ternyata berita yang tidaklah benar namun merupakan *prank* semata dari para artis.

“Kesel! Hoax di sosmed sekarang ini sudah parah banget, kebanyakan berkaitan dengan info artis/public figure dan cerita korban covid19 yang terlalu berlebihan.” (Mahasiswa P, Banda Aceh, Juli 2022).

“Iya, asli banyak banget hoax di sosmed sekarang. Liat ini ternyata ujung-ujungnya hoax atau prank, liat itu hoax, sampai bingung kita yang mana informasi yang benar.” Mahasiswa S, Banda Aceh, Agustus 2022)

Pelanggaran *ethic* di media sosial lainnya yang sering ditemui oleh narasumber adalah mengenai penyalahgunaan hak cipta atau *copyright issue*. Pelanggaran etiket yang berkaitan dengan *copyright* yang banyak ditemui adalah penyalahgunaan karya orang lain tanpa memberi credit atau mencantumkan

sumber aslinya, atau *content* baik itu yang berbentuk foto, video, tulisan dari media sosial orang/organisasi lain tanpa mencantumkan sumber asli.

“Isi sosmed sekarang juga banyak hasil pencurian, seperti meng-upload konten sosmed padahal itu hasil karya orang

lain. Contohnya mengutip quotes, lagu, meme, foto/video tanpa mencantumkan sumber aslinya. Nah, ini artinya mereka sama saja dengan mencuri karya orang lain. Makanya, tidak boleh langsung upload-upload aja”. Mahasiswa A, Banda Aceh, Agustus 2022)

Sementara pelanggaran yang bersifat perundungan atau *bullying* banyak ditemui dengan pelaku dan korbannya adalah anak-anak usia sekolah baik itu setingkat Sekolah Dasar (SD) dan Sekolah Menengah Pertama (SP).

“Saya sering banget dapat konten bullying. Biasanya bullying ini paling sering terjadi pada anak-anak sekolah khususnya SD dan SMP, yang lucunya lagi udah membully orang malah diviralkan lagi, kan aneh.” (Mahasiswa U, Banda Aceh, Agustus 2022)

Selain ketiga penyalahgunaan diatas, pelanggaran lain yang juga cukup sering dijumpai di media sosial narasumber adalah pelanggaran norma kesopanan seperti perbuatan atau tindakan yang tidak sepatutnya dibagikan ke media sosial. Tindakan-tindakan yang tidak layak di unggah ke media sosial tersebut menurut netizen adalah seperti gerakan goyang-goyang yang tidak wajar dengan pakaian yang minim atau dengan pakaian tertutup seperti memakai baju panjang dan berjibab namun bergoyang dan bertingkah tidak sepatutnya. Yang dimaksud goyangan yang tidak wajar di sini menurut narasumber adalah seperti atau gerakan-gerakan vulgar

yang mengarah kepada pornografi dan dianggap asusila jika hal dilakukan di publik di dunia nyata.

“Banyak juga perempuan berbaju Muslimah dan berjilbab, namun goyang- goyang tidak jelas, lalu mengupload ke media sosial. Padahal

aktivitas begitu justru merendahkan nilai jilbab.” (Mahasiswa F, Banda Aceh, Agustus 2022).

“Harusnya video-video yang terlalu vulgar jangan disebar, karena kan tidak semua orang yang melihat konten seperti itu bisa berfikir bijak. Bagaimana kalau yang nonton itu anak-anak bawah umur atau remaja lalu mereka ikut-ikutan, tentu sangat bahaya.” (Mahasiswa N, Banda Aceh, Juli 2022).

Berdasarkan pengalaman narasumber terhadap pelanggaran-pelanggaran netiket yang terjadi di media sosial seperti yang tersebut diatas merupakan salah satu faktor yang membentuk persepsi negatif narasumber terhadap pelanggaran netiket di media sosial. Pengalaman narasumber yang merasa tidak nyaman dengan konten-konten pelanggaran etika yang ditemui di media sosial telah berkontribusi terhadap pembentukan persepsi negatif mereka terhadap pelanggaran etiket karena dinilai tidak selaras dengan nilai-nilai etika yang seharusnya dijaga sebagaimana di dunia nyata.

3. Solusi dari Netizen Terhadap Pelanggaran Netiqueete Bermedia Sosial

Sebagai generasi muda dan merupakan generasi penerus bangsa ini, narasumber merasa khawatir dan ambil peduli terhadap sikap-sikap netizen atau pengguna sosial media yang kurang

memperhatikan etika di dunia maya berselancar di media sosial. Oleh karena itu, naeasumber juga memberikan beberapa pendapat dan saran sebagai bentuk kontribusi mereka agar netizen termasuk diri mereka sendiri dapat meminimalisir

atau mengurangi elanggaran etika dalam bermedia sosial.

“Bijak lah bermedia sosial. Ingat bahwa dampak dari sesuatu yang kita tulis, atau posting itu besar. Jadi, harus berhati-hati.” (Mahasiswa K.Z, Banda Aceh, Agustus 2022)

“Lebih berhati-hati aja sih, dan dipikir-pikir dulu matang-matang, karena apa yang kita share di sosial media itu sudah bukan lagi dalam jangkauan kita. Orang-orang bebas mengambil foto atau video kita di medsos dan bayangkan kalau sampai disalahgunakan untuk aksi penipuan atau kejahatan misalnya, itu akan merugikan diri kita sendiri juga. Medsos itu ada 2 sisi, positif dan negative, tergantung penggunaan kita.” (Mahasiswa R, Banda Aceh, Juli 2022).

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan studi ini dapat penulis simpulkan bahwa mahasiswa memiliki persepsi positif terhadap pentingnya netiket di sosial media dan mereka paham bahwa etiket sudah seharusnya selalu dijaga, dilestarikan dan dipatuhi ketika berselancar di sosial media. Namun demikian, responden memiliki persepsi negatif terhadap berbagai jenis pelanggaran yang sering ditemui di dunia sosial. Jenis-jenis isu netiket yang tidak sesuai etiket di media sosial yang paling sering muncul dan

ditemui oleh netizen adalah penyebaran informasi/berita yang tidak benar/hoax dan *prank*, perundungan (*bullying*), *copyright issue* (penyalahgunaan hak cipta), perbuatan yang tidak layak/terkait dengan pornografi) dan SARA.

Sementara itu, tujuan dari penggunaan media sosial sendiri oleh narasumber adalah di dominasi oleh kebutuhan untuk tujuan komunikasi dan silaturahmi dengan keluarga, teman belajar dan sahabat, serta juga tujuan yang tidak kalah pentingnya adalah untuk memenuhi kebutuhan hiburan. Kemudian, Aplikasi WhatsApp (WA), Instagram dan Tiktok merupakan media sosial yang paling populer dikalangan mahasiswa di Aceh, sementara aplikasi medsos Twitter adalah yang paling tidak banyak digunakan diantara mahasiswa di Aceh. Rata-rata mahasiswa menggunakan 7-9 jam dari waktu mereka untuk berselancar di dunia maya, bahkan ada yang menghabiskan 12 jam perhari di medsos.

Penelitian ini belum komprehensif, oleh karena itu penulis berharap di masa yang akan datang akan ada peneliti yang menggunakan metode yang berbeda untuk penelitian sejenis dan dapat meng-cover ruang lingkup penelitian yang lebih besar. Dari penelitian ini juga kita ketahui bahwa literasi mahasiswa di Kota Banda Aceh mengenai netiket masih sangat rendah, oleh karenanya penulis berharap agar ada pihak-pihak (baik dari universitas maupun dari pemerintah) yang dapat memberikan literasi yang lebih baik mengenai etika penggunaan media sosial bagi generasi muda umumnya dan mahasiswa dan pelajar di Aceh khususnya.

Selain itu, diharapkan juga agar hasil penelitan ini dapat dijadikan bahan

renungan sebagai netizen dan *internet users*, khususnya kepada para *content creator* dimanapun berada agar selalu dapat memperhatikan dan mempraktikkan *netiquette* atau etika-etika bermedia sosial sehingga dapat menciptakan konten-konten

yang lebih baik dan bermanfaat kepada masyarakat luas. Pada akhirnya, semoga penelitian ini memberi manfaat dan *insight* baru bagi pembaca budiman semuanya. Terima kasih.

UCAPAN TERIMA KASIH

Studi ini tentu tidak akan terlaksana tanpa bantuan pihak-pihak yang terlibat didalamnya. Oleh karena itu, penulis menghanturkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan berkontribusi sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.

Terima kasih secara khusus saya sampaikan kepada adik-adik mahasiswa yang sudah berkenan penulis wawancarai sebagai narasumber untuk penelitian ini. Semoga Allah membalas semua bantuan dan amal anda semua.

REFERENSI

- Agushar, K. B. Z., & Sukendro, G. G. (2022). Persepsi Remaja Kota Purwokerto terhadap Konten Dark Joke pada Media Sosial Youtube. *Journal Untar.Ac.Id*, 6(Vol. 6 No. 2 (2022): Koneksi), 236–245.
- Amaliya, L., & Setiaji, K. (2017). Pengaruh penggunaan media sosial instagram, teman sebaya dan status ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif siswa (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Semarang). *Economic Education Analysis Journal*, 6(3).

Bhanot, S. (2012). Use of social media by companies to reach their customers. In *SIES Journal of Management* (Vol. 8, Issue 1).

Wood, A. (2007). Online communication: Linking technology, identity, and culture. In *Online Communication: Linking Technology, Identity, & Culture*.
<https://doi.org/10.4324/9781410611321>

- Briggs, A., Burker, P., & Rahman Zainuddin, A. (2006). *Sejarah Sosial Media: Dari Gutterberg sampai Internet: Vol. I (I)*. Yayasan Obor Indonesia.
- Christakis, A. N., & Flower H. James. (2010). *Connected: Dahsyatnya Kekuatan Jejaring Sosial Mengubah hidup kita*. Gramedia Pustaka Utama.
- Fahrimal, Y. (2018). Netiquette: Etika Jejaring Sosial Generasi Milenial Dalam Media Sosial. *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 22(1).
<https://doi.org/10.46426/jp2kp.v22i1.82>
- M Ivan Mahdi. (2022, February 25). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022*. DataIndonesia.Id.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016.
- Novina Bestari. (2022, January 20). *76,8% Warga RI sudah Pakai Internet, Tapi banyak PR-nya*. CNBC Indonesia.
- Rakhmat, J. (2007). *Persepsi Dalam Proses Belajar Mengajar*. Rajawali Press.
- Sugiyono. (2016). *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Vandijk, J. (2012). *The Network Society* (3rd ed.). Sage Publications.
- WANTIKNAS. (2020). *Akses Digital Meningkat Selama Pandemi*. WANTIKNAS