

**ANALISIS ISI ETIKA KOMUNIKATOR PENGGUNA
INSTAGRAM @tekotok.official**

SKRIPSI

Diajukan Oleh

TIARA SITI RAHMA

NIM. 190401057

Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR – RANIRY
BANDA ACEH
AGUSTUS 2024**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 Dalam Ilmu Dakwah
Prodi Komunikasi Dan Penyiaran Islam**

Oleh

**TIARA SITI RAHMA
NIM. 190401057**

Disetujui Oleh:

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Zainuddin T, M.Si
NIP. 19701101042000031002


Syahril Furqany, M.I.Kom
NIP. 198904282019031011

SKRIPSI

**Telah Dinilai oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus serta Disahkan Sebagai
Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar
Sarjana S-1 dalam Ilmu Dakwah
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Diajukan Oleh

**Tiara Siti Rahma
NIM. 190401057**

**Jum'at, 23 Agustus 2024 M
18 Safar 1446 H**

di

**Darussalam, Banda Aceh
Panitia Sidang Munaqasyah**

Ketua,

**Zainuddin T, M.Si
NIP. 197011042000031002**

Sekretaris,

**Syahril Furqany, M.I.Kom
NIP. 198904282019031011**

Anggota I,

**Dra. Muhsinah, M.Ag
NIP. 196312311992032015**

Anggota II,

**Dr. Ade Irma, B.H.Sc., MA
NIP. 197309212000032004**



Mengetahui,

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry

**Prof. Dr. Kusnawati Hatta, M.Pd
NIP. 196412201984122001**

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya:

Nama : Tiara Siti Rahma
NIM : 190401057
Jenjang : Strata Satu (S-1)
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.

Banda Aceh, 22 Maret 2024
Yang Menyatakan



Tiara Siti Rahma
Tiara Siti Rahma
NIM 190401057

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya yang selalu menyertai penulis selama pengerjaan penulisan skripsi dan memberikan kelancaran kepada penulis dengan judul **Analisis Isi Etika Komunikator Pengguna Instagram @tekotok.official**, tujuan dari penulisan skripsi ini adalah sebagai bentuk pertanggungjawab untuk memenuhi syarat mendapatkan gelar sarjana dari Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Selain itu penulis juga hendak berterimakasih kepada beberapa pihak yang turut berpartisipasi dan mendukung penulis sehingga mampu menyelesaikan pengerjaan penulisan skripsi ini dengan baik, beberapa pihak tersebut diantaranya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kesehatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kepada kedua orang tua tercintai Ibunda Diana Rofika dan Ayahnda Abu Hanifa yang selalu memberikan dukungannya, nasehat, serta selalu mendoakan peneliti dari awal kuliah samapai hingga hari ini, juga kepada adik-adik yang peneliti sayangi Nizam Berilian dan Niki Stiawan.
3. Prof. Dr. Kusumawati Hatta M.Pd., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

4. Bapak Zainuddin T, M. Si selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Syahril Furqany, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberi saran dan bimbingan dalam proses penulisan skripsi yang peneliti lakukan.
5. Bapak Syahril Furqany, M.I.Kom selaku ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
6. Ibu Hanifah, S.sos. I., M.Ag selaku Sekretaris Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
7. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Dakwah dan Komunikasi khususnya Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang dalam hal ini peneliti tidak dapat menyebutkan satu persatu, yang telah membimbing, memberikan motivasi dan memberikan ilmu pengetahuan kepada peneliti.
8. Kepada Nenek Aisyiah, Tuwo Nur Afnah dan seluruh keluarga besar yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu terimakasih atas segala doa, dukungan moral dan material sehingga peneliti bisa menyelesaikan pendidikan strata satu.
9. Kepada Abangnda Muhammd Nazar yang suda meluangkan waktu mendukung dan menghibur dalam kesedihan memberikan semangat dan dorongan terus maju untuk meraih apa yang menjadi impian peneliti.
10. Kepada sahabat seperjuangan Maulinda Putri Sinatullah dan Syuja Aqilah Yarda yang selalu membantu peneliti dan sabar menghadapi

peneliti dalam proses penulisan skripsi ini. Juga kepada Hani Zafira, MohammadAnsar Anashri, Rahmad Darmawan dan Muhammad Khairi yang selalu memberika dukungan.

11. Kepada sahabat saya tercinta Serina Ayu, Fitriani Sara dan Cut Ayu Rosi Mandella yang selalu memberikan motivasi, nasehat dan dorongan kepada peneliti.

Berbagai usaha telah dilakukan untuk menyempurnakan penulisan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa ada kekurangan baik dari segi bahasa, penulisan atau dari segi lainnya. Oleh karna itu dengan lapang dada dan tangan terbuka penulis membuka selebar-selabarnya bagi pembaca yang ingin memberi kritik dan saran sebagai masukan untuk kesempatan dimasa mendatang. Segala sesuatu hanya datang dari manusia dan seluruh hal yang benar datangnya hanya dari agama berkat adanya nikmat iman dari Allah. Akhirnya kepada Allah jugalah penulis mohon do'a kiranya semua amalan dan bantuan yang telah diberikan oleh semua pihak kepada penulis akan dibalas oleh Allah Swt. Dengan pahala yang berlipat ganda. Aamiin ya Rabbal 'Alamin.

Banda Aceh, 24 Maret 2024
Peneliti,

Tiara Siti Rahma
NIM. 190401057

ABTRAK

Nama : Tiara Siti Rahma

NIM : 190401057

Judul Skripsi : Analisis Isi Etika Komunikator Pengguna Instagram @tekotok.official

Fakultas/Prodi : Dakwah Dan Komunikasi/Komunikasi Dan Penyiaran Islam

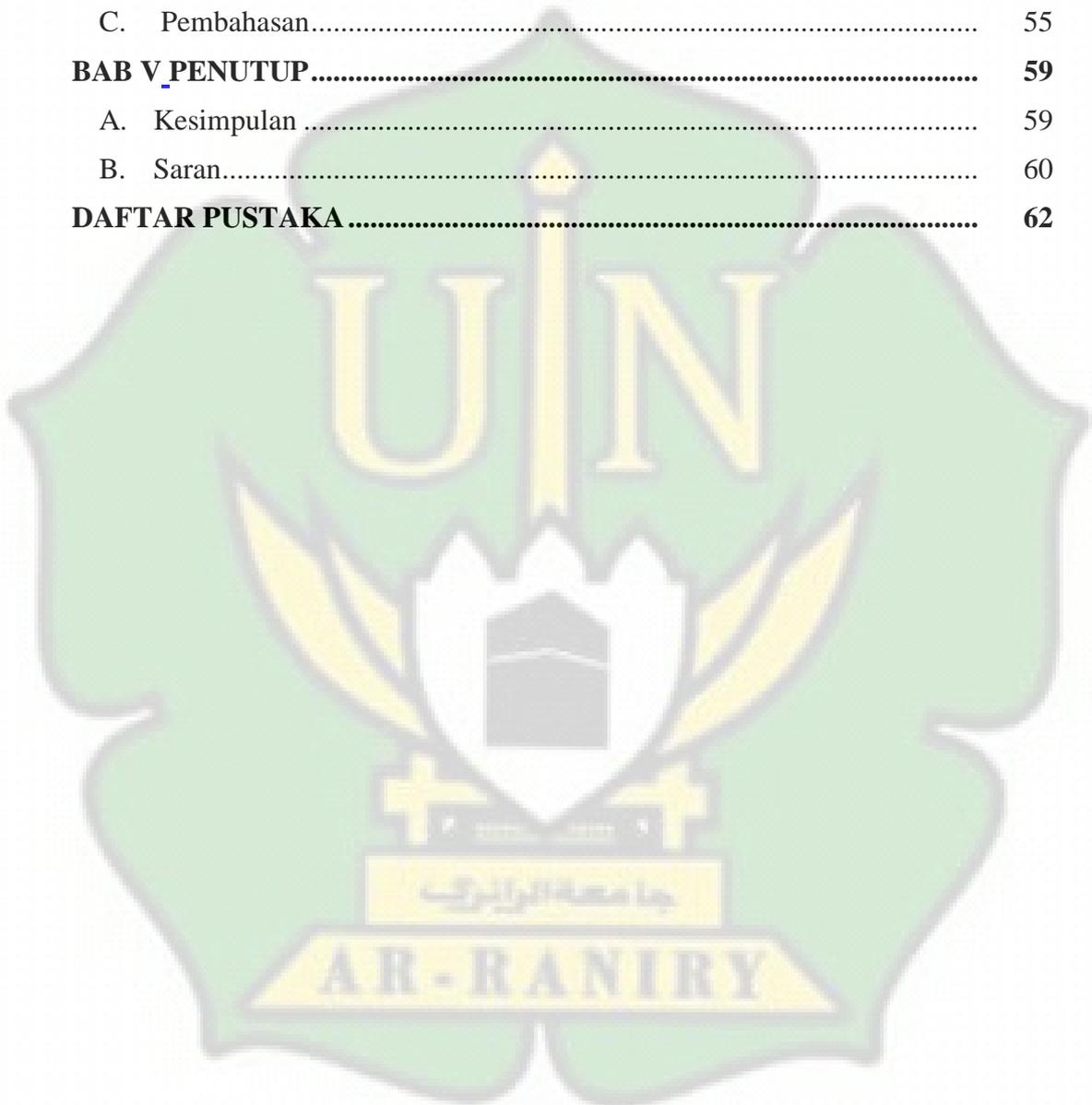
Etika komunikasi pada zaman sekarang banyak dipengaruhi oleh media sosial. Salah satunya instagram, yang dulunya bahasa gaul merujuk pada akronim sekarang berubah ke kata-kata gaul yang sudah beralih ke kata yang lebih kasar jika diucapkan namun memiliki banyak arti. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pelanggaran etika komunikasi oleh akun Instagram @tekotok.official. Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif untuk mengidentifikasi dan menganalisis jenis-jenis pelanggaran etika yang terjadi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa akun @tekotok.official sering menggunakan bahasa kasar dan tidak pantas dalam konten-kontennya, yang melanggar norma-norma etika komunikasi. Metode yang digunakan analisis isi deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun @tekotok.official sering melanggar etika komunikasi melalui penggunaan bahasa yang kasar dan tidak pantas. Beberapa contoh pelanggaran termasuk penggunaan kata-kata seperti "goblok", "bego", "anjing", "bangsat" dan kata kasar lainnya dalam berbagai video yang diunggah. Temuan ini menunjukkan bahwa konten yang dihasilkan oleh akun tersebut tidak sesuai dengan norma-norma etika komunikasi yang diharapkan dalam media sosial.

Kata kunci : Analisi Isi, Etika Komunikator, Instagram Tekotok.Official

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	iv
KATA PENGANTAR	i
ABTRAK	iv
DAFTAR ISI	v
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Definisi Operasional.....	11
F. Sistematika Pembahasan.....	13
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	18
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	18
B. Etika Komunikasi.....	22
1. Definisi Etika.....	24
2. Jenis-Jenis Etika.....	24
3. Indikator pelanggaran etika.....	26
4. Komunikasi lewat media.....	27
C. Media Sosial.....	30
D. Teori Media Equation.....	31
E. Instagram.....	31
F. Komunikator.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Jenis penelitian.....	37
B. Waktu dan Tempat Penelitian/ Durasi waktu.....	37
C. Sumber Data Penelitian.....	38
D. Teknik Pengumpulan Data.....	39
E. Teknik Analisis Data.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
A. Gambaran Umum.....	43

B. Hasil Analisis Data.....	44
1. Apa saja identifikasi pelanggaran etika komunikasi dalam akun @tekotok.official	44
a. Uint Fisik	44
C. Pembahasan.....	55
BAB V PENUTUP	59
A. Kesimpulan	59
B. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	62



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Seiring perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, perkembangan media di Indonesia saat ini sudah semakin maju. Hal tersebut semakin didukung dengan munculnya internet, semakin memudahkan masyarakat dalam mendapatkan informasi. Internet merupakan media komunikasi baru yang menawarkan kecanggihannya sebagai hasil inovasi teknologi. Sifatnya yang instan dan global menjadikannya sebagai sarana praktis untuk berbagi informasi.

Hal tersebut terbentuk berdasarkan latar belakang sosial dan pengetahuan seseorang terhadap media massa dan mengambil bentuk hubungan dari media tertentu, kesukaan dan kepentingan spesifik, kebiasaan penggunaan, pengharapan mengenai apa tujuan media dan seterusnya. Salah satu kategori utama media baru ialah media partisipasi kolektif (collective participatory media). Kategorinya khusus meliputi penggunaan internet untuk mengembangkan hubungan pribadi aktif.

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mereapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Salah satu hal unik dari Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti kamera Kodak *Instamatic* dan

Polaroid.5 Interaksi yang dilakukan dalam media sosial haruslah komunikatif dan sopan. Sebagai manusia dalam kehidupan sehari-hari kita tidak akan pernah terlepas dari komunikasi. Komunikasi selalu menjadi kegiatan utama kita, mulai dari bangun tidur hingga tidur kembali, entah itu komunikasi formal maupun non formal.

Ada beberapa fitur dalam media instagram diantaranya yaitu feed dan reels. Feed merupakan halaman utama akun instagram yang berisi foto profil, bio instagram, tautan, sorotan cerita, serta foto dan video yang diposting.¹ Sedangkan reels merupakan fitur yang memungkinkan para pengguna untuk membuat video singkat selama lima belas detik dengan pilihan audio, efek dan tool kreatif lainnya.² Tidak hanya itu fitur ini juga memungkinkan para penggunanya untuk dapat menggabungkan atau merekam beberapa klip untuk dapat menjadi satu video utuh.

Media sosial Instagram dapat digunakan dengan berbagai cara tergantung pada tujuan dan preferensi individu. Dewasa ini banyak masyarakat tidak lagi bijak dalam menggunakan media sosial bahkan sudah tidak beretika.³ Penggunaan media sosial memiliki dampak yang signifikan pada kehidupan individu, sehingga penting bagi kita untuk bijak dalam menanggapi pengaruhnya sehingga tidak mengabaikan tanggung jawab kita

¹ Sirclo, *5 tips membuat feed instagram bisnis yang menarik*, <https://store.sirclo.com/blog/tips-buat-feed-instagram/> diakses pada tanggal 23 September 2023.

² Eraspace, *Saingi tiktok, berikut 5 fitur reels instagram terbaru di 2023*, <https://eraspace.com/artikel/post/saingi-tiktok-berikut-5-fitur-instagram-reels-terbaru-di-2023> diakses pada tanggal 23 September 2023.

³ Maya Sandra Rosita Dewi, *ISLAM DAN ETIKA BERMEDIA (Kajian Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial Instagram Dalam Perspektif Islam)*, Vol. 3, No. 1, Januari 2019, hal. 140.

dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, menjaga etika dalam penggunaan media sosial sangat penting agar kita dapat mengambil manfaat yang positif dari platform ini, setidaknya sebagai sumber hiburan dan sumber informasi yang dapat dipercaya. Adanya kemajuan teknologi dan globalisasi yang semakin meluas telah menyebabkan perubahan dalam budaya timur dan norma-norma kesantunan, yang pada gilirannya dapat mengakibatkan penurunan etika dan moral dalam masyarakat.

Media instagram ini sudah tidak lagi memberikan sekat kepada para penggunanya sehingga menyebabkan para pengguna menjadi bebas dalam memposting berbagai hal tanpa memperdulikan etika bahkan mengenyampingkannya.

Kata "etika" secara etimologi berasal dari bahasa Yunani, yaitu kata "ethos". Bentuk tunggal dari kata "ethos" memiliki berbagai makna, seperti tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, akhlak, perasaan, dan cara berpikir. Saat digunakan dalam bentuk jamak, "ta etha" mengacu pada adat kebiasaan. Dalam istilah filsafat, etika berarti ilmu tentang apa yang biasa dilakukan atau ilmu tentang adat kebiasaan.⁴ Etika sering disebut juga dengan istilah etik. Etik mencerminkan pandangan masyarakat mengenai konsep baik dan buruk, serta membedakan perilaku atau sikap yang dapat diterima dari yang tidak dapat diterima untuk mencapai kebaikan dalam

⁴ Maya Sandra Rosita Dewi, *ISLAM DAN ETIKA BERMEDIA (Kajian Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial Instagram Dalam Perspektif Islam)*, Research Fair Unisri, Vol 3, No. 1, Januari (2019).

kehidupan bersama. Etika melibatkan nilai-nilai sosial dan budaya yang telah disepakati oleh masyarakat sebagai norma yang diikuti bersama.

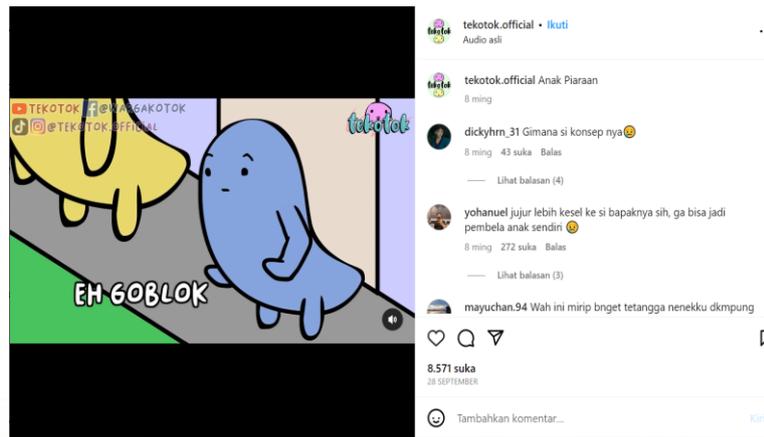
Pentingnya etika komunikasi dalam media sosial, terutama Instagram, sangat ditekankan, baik dalam konteks mengunggah foto atau gambar, menuliskan status, memberikan komentar, maupun mengunggah video. Instagram adalah platform media sosial yang berada dalam domain publik, memungkinkan akses dan memberikan hak kepada masyarakat umum untuk memberikan komentar, baik yang bersifat positif maupun negatif tanpa batasan. Dengan bijaksana, disarankan agar pemilik akun Instagram memeriksa dan mempertimbangkan kembali konten yang akan diunggah.

Etika dalam perkembangannya sangat mempengaruhi kehidupan manusia. Etika memberi manusia orientasi bagaimana ia menjalani hidupnya melalui rangkaian tindakan sehari-hari. Itu berarti etika membantu manusia untuk mengambil sikap dan bertindak secara tepat dalam menjalani hidup ini. Dengan berkembangnya teknologi internet, penting untuk memperhatikan isu etika dalam penggunaannya. Terutama dalam penggunaan media sosial yang semakin meluas, beragam etika muncul dari berbagai jenis pengguna. Kebebasan untuk mengekspresikan diri yang diberikan oleh media sosial mamba masyarakat cenderung mengabaikan prinsip-prinsip etika yang seharusnya dipegang dalam interaksi sosial. Banyak orang menjadi lebih berani dan arogan dalam interaksi melalui media sosial dibandingkan dengan interaksi langsung dalam masyarakat. Pemikiran bahwa interaksi tidak langsung melalui media sosial dapat mengurangi risiko dan tidak terikat oleh

hukum membuat beberapa orang mengabaikan etika dan norma-norma yang seharusnya diikuti. Selain itu, sebuah studi juga mengidentifikasi bentuk-bentuk etika bermedia sosial bagi generasi milenial, seperti penggunaan bahasa formal dan informal, serta pelanggaran etika dalam penggunaan kata-kata tidak sopan atau sarkastik.⁵

Peneliti menemukan akun instagram feed serta reels yang tidak beretika. Contohnya dapat dilihat pada akun @tekotok.official yang memiliki pengikut 876 ribu pertanggal 25 November 2023, dalam setiap postingan memiliki ribuan like dan ratusan komen. Hingga menampilkan postingan serta komentar dengan menggunakan bahasa yang tidak beretika. Dalam akun @tekotok.official dari 995 postingan pertanggal 25 November 2023, peneliti menemukan bahasa yang tidak beretika, serta komentar yang dilontarkan oleh para netizen dengan menggunakan bahasa kasar. Contohnya dalam salah satu postingan dengan judul “body shaming pada anak” yang banyak menggunakan kata – kata kasar seperti “*goblok, begek, anjir, bacot, tai kuda, tai kucing, tai anjing, tolol, anying*”.

⁵ Jagad Aditya Dewantara, “IMPLEMENTASI SIKAP NASIONALISME TERHADAP ETIKA BERMEDIA SOSIAL”, Jurnal Pendidika ;n Kewarganegaraan, Vol 6, No 2, Desember (2022), <https://www.semanticscholar.org/paper/Bentuk-Bentuk-Etika-Bermedia-Sosial-Generasi-Wijayanti-Sihotang/d84a64e4ac8311bfc82f6018b7045c2c0cf198f7>, akses 24 November 2023.



Gamabar 1.2

Potongan tayangan di atas merupakan bagian dari postingan akun @tekotok.official dengan judul "Anak Piaraan" yang diunggah pada 28 September 2023. Postingan tersebut telah mendapatkan 8.584 suka, 205 komentar, dan memiliki durasi konten selama 2 menit 43 detik.⁶ Sayangnya, postingan ini menyajikan konten yang mengandung kata-kata kasar. Dari gambar di atas, terlihat bahwa akun ini telah kehilangan etika dalam pembuatan kontennya. Sebagai contoh, terdapat penggunaan kata "goblok" dalam kontennya, yang diucapkan oleh karakter anak kecil. Meskipun seharusnya karakter ayah dalam konten tersebut memberikan teguran kepada anaknya, namun dalam konten tersebut terlihat bahwa karakter ayah tidak menghiraukan, seolah-olah kata "goblok" dianggap sebagai hal yang biasa.

⁶@tekotok.official, *Anak Piaraan*, November 2023.
<https://www.instagram.com/p/CxvQBAnvJDj/?hl=en>

Dari gambar diatas yang merupakan kata makian adalah kata goblok menurut KBBI berarti, bodoh⁷. Kata goblok termasuk kelas kata adjektiva, Adjektiva atau kata sifat adalah kata-kata yang menjelaskan atau mendeskripsikan kata benda dan kata ganti. . Dalam potongan tayangan di atas kata umpatakan goblok di ungkapkan karena karakter si anak kecil itu terkejut.



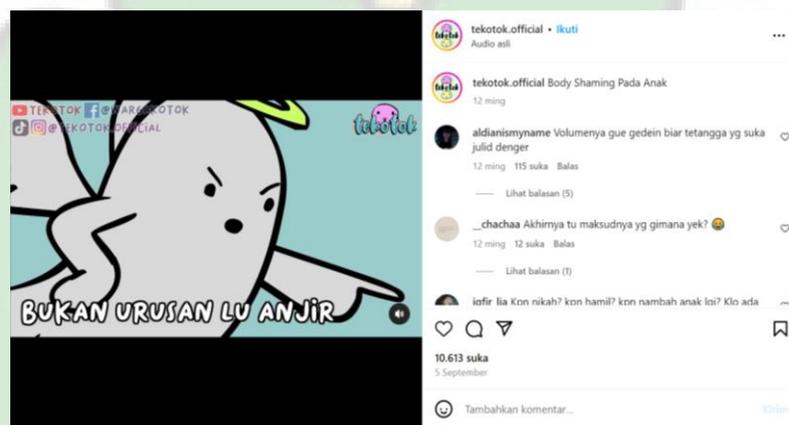
Gambar 1.3

Dari potongan tayangan di atas merupakan salah satu postingan dari akun @tekotok.official dengan judul "WFH" yang mengandung kata kasar seperti "bacot". Postingan ini diunggah pada 24 Agustus 2023 dengan jumlah suka sebanyak 10.208, komentar 165, dan durasi 4 menit 13 detik.⁸ Dalam unggahan video tersebut, karakter ayah mengeluarkan kata "bacot". Istilah bacot adalah singkatan dari banyak berbicara. Kata "berbicara" yang

⁷ Dina Amanda Winata Putri, *Maksud Kata Makian pada Media Sosial Twitter (Kajian Pragmatik)*, Jurnal Kajian Pendidikan FKIP Universitas Dwijendra, Vol 12 No 2, Oktober (2021), <http://ejournal.undwi.ac.id/index.php/widyaaccarya/index> , akses 1 Desember 2023

⁸ @tekotok.official, Anak Piaraan, November 2023 <https://www.instagram.com/p/CxvQBAnvJDi/?hl=en>

digunakan berasal dari bahasa Jawa yang berarti "mulut". Istilah "bacot" digunakan untuk menyindir seseorang yang terlalu berisik dan banyak berbicara tanpa makna.⁹ Dalam kontes potongan tayangan tersebut, karakter suami mengumpat karena merasa terganggu.



Gambar 1.4

potongan tayangan di atas merupakan postingan dari akun @tekotok.official dengan judul konten Body Shaming Pada Anak, yang diunggah pada 5 september 2023 dengan jumlah like 10.613, komen 172 dan durasi konten 2 menit 28 detik.¹⁰ Kata anjir merupakan kata serapan dari kata “Anjing” yang memiliki arti negatif.¹¹ Penggunaan kata "anjir" bersifat arbitrer, bergantung pada penutur yang menggunakannya, dan makna kata ini

⁹ Rury Margiyanti, *BAHASA SLANG DALAM AKUN INSTAGRAM @MOODRECEH.ID*, Vol 8 No 06, (2021), <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/bapala/article/view/42198>, akses 30 November 2023.

¹⁰ @tekotok.official, Anak Piaraan, Desember 2023 <https://www.instagram.com/p/CxvQBAnvJDj/?hl=en>

¹¹ Belinda Ekharisti Viklous, *Perubahan Bahasa dan Makna Kata “Anjir” di Social Media: Kajian Sosiolinguistik*, Jurnal Multidisiplin West Science, Vol. 01, No.02, Desember (2022), <https://wnj.westscience-press.com/index.php/jmws/article/view/53> akses 3 desember 20023.

tidak selalu memiliki konotasi negatif, melainkan dapat memiliki berbagai makna. Perubahan makna kata "anjir" juga terkait dengan kata-kata yang mendahuluinya. Oleh karena itu, penafsiran kata "anjir" tidak hanya bergantung pada konteks langsung, tetapi juga dipengaruhi oleh kata-kata yang disampaikan sebelum dan sesudahnya. Dari potongan tayangan di atas kata anjir digunakan oleh karakter yang berpenampilan seperti malaikat, karena tidak setuju dengan pendapat karakter orang lain.

Konsep etika berkaitan dengan studi mengenai apa yang dianggap benar atau salah, baik atau buruk, serta norma-norma moral yang mengatur perilaku manusia. Etika membahas pertanyaan-pertanyaan filosofis mengenai bagaimana kita seharusnya hidup dan berinteraksi dengan orang lain dalam masyarakat.

Berdasarkan UU No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, pasal 27 menjelaskan Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan yang melanggar kesusilaan. dimana dalam Undang-undang ini menjelaskan tentang aturan-aturan konten yang mematuhi norma-norma dan etika. Dari pengamatan yang sudah peneliti lakukan, dapat diambil kesimpulan bahwa kata-kata kasar yang muncul sekarang merupakan hasil dari perkembangan teknologi serta pergeseran bahasa gaul yang dulunya sering merujuk pada akronim namun sekarang berubah ke kata kasar yang lebih singkat namun memiliki makna yang banyak. Dalam akun

@tekotok.official isi kontennya mengandung kata-kata kasar, seolah kata-kata kasar yang di gunakan sudah menjadi hal biasa jika di gunakan dalam sehari-hari.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul *“Analisis Isi Etika Komunikator Pengguna Instagram @tekotok.official”*. Di mana fenomena ini menjadi suatu permasalahan yang harusnya menjadi perhatian khusus mengingat mahasiswa itu mencerminkan orang yang terpendidikan.

B. Rumusan Masalah

1. Apa saja identifikasi pelanggaran etika komunikasi oleh akun @tekotok.official?
2. Apa saja pelanggaran etika komunikator akun @tekotok.official?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Identifikasi pelanggaran etika komunikasi oleh akun @tekotok.official
2. Untuk mengetahui pelanggaran etika komunikator akun @tekotok.official

D. Manfaat Penelitian

1. secara teoritis

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam rangka pengembangan ilmu komunikasi. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat mampu menjadi bahan rujukan bagi mahasiswa yang ingin mengadakan penelitian lebih lanjut mengenai hal ini.

2. secara praktis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pembaca agar lebih memahami perihal makna dalam tanda dan mitos dalam sebuah media informasi, khususnya pada media sosial. Dengan penelitian ini juga pembaca diharapkan dapat mengetahui bahwa bermedia sosial juga memerlukan etika.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan penjelasan mengenai keseragaman pengertian dalam pengolahan dan analisis data. Penggunaan definisi ini diharapkan dapat menyederhanakan pemikiran dengan menjelaskan istilah yang di gunakan untuk memudahkan serta memahami dan menyamakan persepsi terhadap konsep-konsep ataupun definisi-definisi yang digunakan.

Definisi operasional dijabarkan dalam beberapa variabel berikut:

1. Etika

Etika berasal dari bahasa Yunani “Ethos” dalam bentuk tunggal yang berarti kebiasaan.¹² Etika merupakan dunianya filsafat, nilai, dan moral yang mana etika bersifat abstrak dan berkenaan dengan persoalan baik dan buruk. Pengertian ini menunjukkan bahwa, etika ialah teori tentang perbuatan manusia yang ditimbang menurut baik dan buruknya, baik dan buruk manusia. Etika dalam arti lain merupakan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan upaya menentukan perbuatan yang di lakukan manusia untuk dikatakan baik atau buruk, dengan kata lain aturan atau pola tingkah laku yang di hasilkan oleh akal manusia. Dengan adanya etika pergaulan dalam masyarakat akan terlihat baik dan buruknya.

2. Komunikator

Pengertian komunikator yang dikemukakan oleh para ahli, dimana komunikator diartikan seseorang atau sekelompok orang yang berinisiatif untuk menjadi sumber dalam sebuah hubungan. Seorang komunikator tidak hanya berperan dalam menyampaikan pesan kepada penerima, namun juga memberikan respons dan tanggapan, serta menjawab pertanyaan dan masukan yang disampaikan oleh penerima, dan publik yang terkena dampak dari proses komunikasi yang berlangsung, baik secara langsung maupun tidak langsung. Olehnya seorang komunikator diperlukan akan adanya kredibilitas.¹³ Kredibilitas ialah seperangkat

¹² Fahman, *Pengertian Akhlak Etika Dan Moral*, PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS ISLAM NEGERI UIN ALAUDDIN MAKASSAR, September (2021), <https://osf.io/preprints/osf/udk9h>, akses 6 Desembser 2023.

¹³ Baharuddin Dollah, *Analisis Isi Berita Prof. A. Amiruddin Sebagai Komunikator Dan Visioner Di Harian Fajar Makassar*, Jurnal Komunikasi, MEDIA DAN INFORMATIKA Vol 6,

persepsi tentang kelebihan-kelebihan yang dimiliki komunikator sehingga diterima atau diikuti oleh komunikan (penerima pesan).

3. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Instagram berdiri pada tahun 2010 dan didirikan oleh dua bersahabat Kevin Systrom dan Mike Krieger.¹⁴ Tujuan umum dari Instagram itu sendiri salah satunya yakni sebagai sarana kegemaran dari masing-masing individu yang ingin mempublikasikan kegiatan, barang, tempat atau pun dirinya sendiri kedalam bentuk foto.

4. @tekotok.official

@tekotok.official adalah akun hiburan, mulai bergabung dengan instagram pada Desember 2020. Akun instagram ini memiliki jumlah followers 878 ribu, following 193, dan 1.046 postingan.¹⁵

F. Sistematika Pembahasan

Penulisan skripsi ini sepenuhnya mengacu pada buku pedoman penulisan proposal dan skripsi. Teknik dalam penulisan skripsi atau tesis ini

No. 1, April (2017), <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/komunika/article/view/1013>, akses 7 Desember 2023.

¹⁴ Bimo Mahendra, *EKSISTENSI SOSIAL REMAJA DALAM INSTAGRAM (SEBUAH PERSPEKTIF KOMUNIKASI)*, Jurnal Visi Komunikasi/Vol 16, No.01, Mei (2017), <https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2510078&val=23922&title=EKSISTENSI%20SOSIAL%20REMAJA%20DALAM%20INSTAGRAM%20SEBUAH%20PERSPEKTIF%20KOMUNIKASI>, akses 6 Desember 2023.

¹⁵ @tekotok.official, Instagram, akses 7 Desember 2023.

dibagi menjadi tiga bagian utama. Pertama, bagian awal skripsi, yang mencakup sampul luar, sampul dalam, halaman persetujuan pembimbing, dan halaman pengesahan.

Tim penguji, halaman moto dan persembahan, halaman pertanggung jawaban, abstrak, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, dan daftar lainnya. Bagian kedua, yaitu inti dari skripsi, terdiri dari beberapa bab dengan format yang disesuaikan (tatanan/sistematika), penulisannya disesuaikan dengan karakteristik pendekatan penelitian kualitatif. Sedangkan bagian ketiga, merupakan bagian akhir dari skripsi, mencakup daftar referensi dan lampiran yang berisi foto atau dokumen terkait lainnya.

Penelitian ini terbagi dalam lima bab yang terhubung secara sistematis, dimana setiap bab saling terkait satu sama lain. Ini berarti pembahasan dari bab pertama hingga terakhir saling berhubungan. Keseluruhan skripsi harus dibaca secara berurutan, dimulai dari bab satu, kemudian bab dua, dan seterusnya hingga mencapai bab lima. Karena penelitian ini bersifat kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif, pendekatannya adalah induktif, yang menekankan pada proses pemaknaan dari perspektif subjek penelitian. Penelitian kualitatif umumnya disajikan dalam bentuk narasi kreatif yang menonjolkan keunikan dan sifat naturalistik.

Sistematika penulisan skripsi sesuai dengan penjabaran berikut ini:

1. Bab I pendahuluan, dalam bab ini menjelaskan tentang:

Bagian ini membahas latar belakang masalah, yang mencakup penjelasan tentang isu yang akan diselidiki dan penyebab penelitian tersebut dilakukan. Latar belakang masalah dapat berasal dari observasi lapangan atau dari penelitian yang sudah ada. Untuk memberikan landasan yang kuat bagi penelitian, diperlukan dukungan dari data yang relevan dan memadai. Pada akhir bagian latar belakang, topik atau judul penelitian yang akan dilakukan ditegaskan.

Kemudian, rumusan masalah menjadi pokok dari permasalahan yang akan dijelaskan dalam penelitian yang sedang dilakukan. Rumusan masalah dirangkai dengan singkat dan jelas dalam bentuk pertanyaan. Pertanyaan-pertanyaan ini harus konsisten dengan konteks yang telah dibahas dalam latar belakang. Tujuannya adalah agar rumusan masalah dapat memberikan gambaran tentang apa yang mungkin muncul di lapangan.

Tujuan penelitian adalah pemaparan mengenai target yang ingin dicapai dalam penelitian. Isi dan penjelasan tujuan merujuk pada inti rumusan masalah. Perbedaannya terletak pada cara penyajiannya. Masalah penelitian diajukan dalam bentuk pertanyaan, sementara tujuan penelitian disampaikan dalam bentuk pernyataan. Tujuan penelitian untuk mengetahui pelanggaran etika komunikator pada akun instagram @tekotok.official.

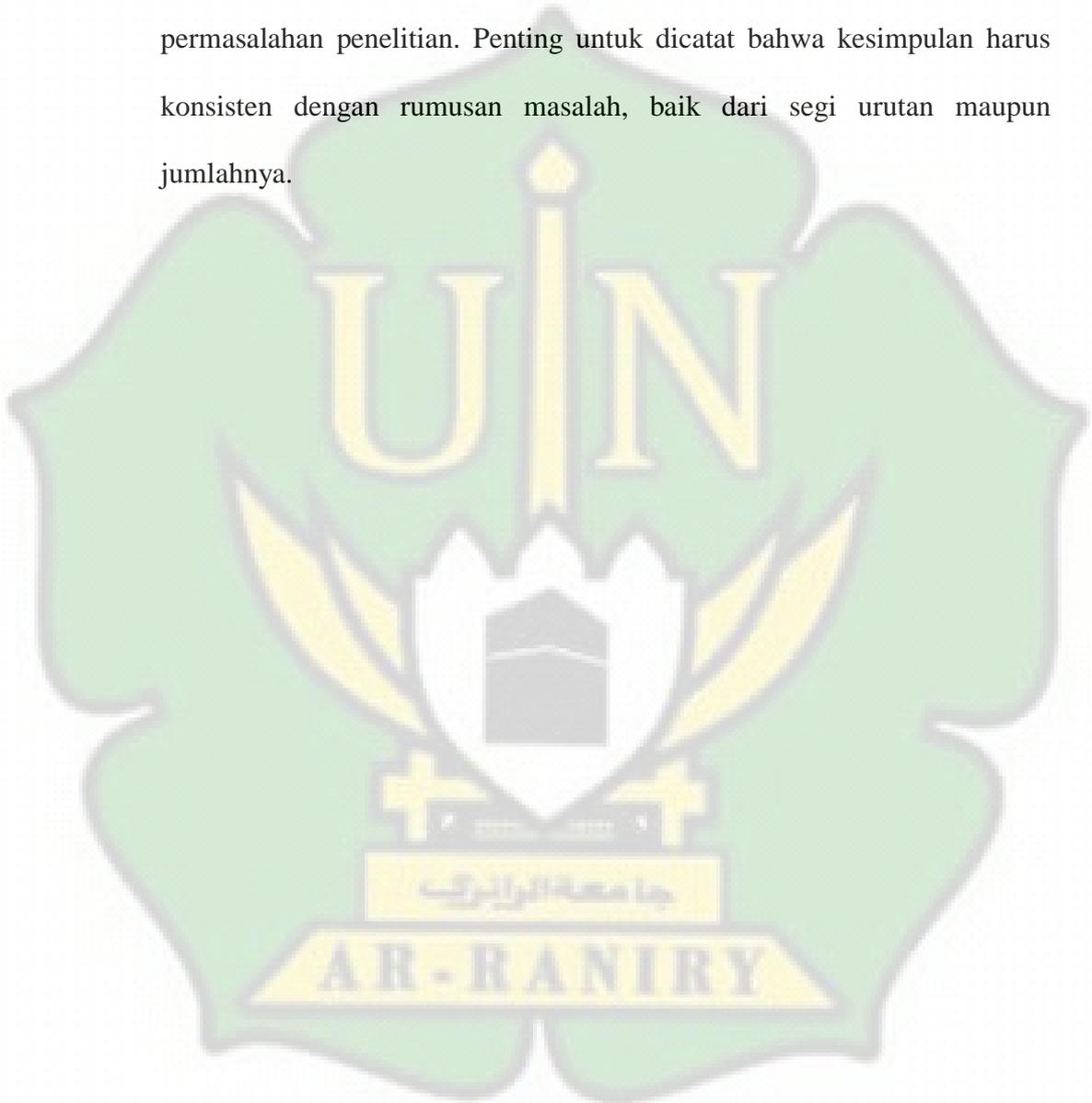
Manfaat penelitian mencakup pentingnya pelaksanaan penelitian dan digunakan untuk mengevaluasi apakah penelitian tersebut bermanfaat atau tidak layak untuk dilakukan.

Sistematika pembahasan mencakup deskripsi tentang urutan yang akan dibahas dalam skripsi, dimulai dari bagian awal karya tulis ilmiah, bagian inti yang terdiri dari bab I hingga bab V, dan berakhir dengan bagian akhir yang meliputi penulisan karya penelitian yang mencakup daftar referensi, daftar lampiran, dan dokumen lainnya.

2. Bab II, yang merupakan kajian pustaka, bertujuan untuk menjelaskan kerangka teoritis yang digunakan dalam penelitian serta penelitian terdahulu yang relevan. Dalam penelitian kualitatif, tinjauan pustaka ditujukan untuk menyajikan informasi yang mendukung deskripsi umum dari fokus penelitian. Teori yang dipelajari di dalamnya kemudian digunakan sebagai dasar untuk memahami temuan yang diperoleh dan sebagai fondasi untuk pengembangan teori baru.
3. Bab III tentang metode penelitian berfungsi untuk menjelaskan mengenai pendekatan dan jenis penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, serta analisis data. Dengan kata lain, bab ini merinci alasan di balik penggunaan penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif.
4. Bab IV tentang penyajian data dan temuan penelitian merangkum hasil penelitian dan presentasi data, serta mengeksplorasi temuan penelitian

yang sesuai dengan pertanyaan-pertanyaan penelitian dan hasil analisis data.

5. Bab V, yang merupakan bagian penutup, merangkum kesimpulan dari permasalahan penelitian. Penting untuk dicatat bahwa kesimpulan harus konsisten dengan rumusan masalah, baik dari segi urutan maupun jumlahnya.



BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Tinjauan Pustaka merupakan penganalisisan hasil dari penelitian sebelumnya dengan topik yang sama dan juga berguna untuk mendapatkan gambaran bahwa penelitian yang dilaksanakan bukanlah sebuah plagiat.

Dalam penulisan skripsi ini, peneliti membutuhkan daftar bacaan untuk dijadikan bahan rujukan penelitian. daftar bacaan yang dimaksud merupakan karya ilmiah berupa skripsi maupun jurnal yang sudah ada sebelumnya yang memiliki relasi dan relevansi yang sama dengan penelitian ini, yaitu sebagai berikut.

Pertama, jurnal dari Tuty Mutiah dengan judul *Etika Komunikasi Dalam Menggunakan Media Sosial* tahun 2019. Dalam penelitiannya, Tuty Mutiah meneliti terkait etika berkomunikasi dalam menggunakan media sosial. Tuty Mutiah menggunakan penelitian deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa dalam bermedia sosial masih banyak penggunaanya mengesampingkan etika ketika berkomunikasi di jagat maya.¹⁶

Perbedaan penelitian Tuty Mutiah dengan penelitian peneliti dapat dilihat dari objek yang digunakan. Meskipun sama-sama meneliti media sosial

¹⁶ Tuty Mutiah, *Etika Komunikasi Dalam Menggunakan Media Sosial*, Jurnal Global Komunika, Vol. 1, No. 1, (Desember 2019), <https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/290546/2-jurnal-etika-komunikasi.pdf> akses pada tanggal 26 Desember 2023.

instagram penelitian yang dilakukan oleh peneliti lebih spesifik mengarah kepada satu akun @tekotok.official.

Persamaan penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian Tuty Mutiah sama-sama meneliti etika bermedia sosial instagram.

Kedua, Jurnal Sri Hapsari Wijayanti dengan judul *Bentuk-Bentuk Etika Bermedia Sosial Generasi Milenial* tahun 2022. Dalam penelitiannya, Sri Hapsari Wijayanti meneliti terkait bentuk-bentuk etika bermedia sosial pada generasi milenial. Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa penggunaan bahasa di media sosial sangat ditentukan relasi di antara partisipan. Relasi dosen dengan mahasiswa cenderung menggunakan bahasa formal, sedangkan dengan teman sejawat non formal. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dan kuantitatif.¹⁷

Perbedaan penelitian Sri Hapsari Wijayanti dengan penelitian peneliti dari objek penelitiannya, Sri Hapsari Wijayanti meneliti Facebook, Instagram, WhatsApp, dan Line. Metode penelitian yang digunakan juga berbeda dengan penelitian peneliti, peneliti menggunakan metode kualitatif. Penelitian yang digunakan peneliti hanya meneliti media sosial instagram pada satu akun @tekotok.official.

¹⁷ Sri Hapsari Wijayanti, *Bentuk-Bentuk Etika Bermedia Sosial Generasi Milenial*, Jurnal Komunikasi, Vol. 16, No. 2, (April 2022), <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol16.iss2.art3>, akses pada tanggal 27 Desember 2023.

Persamaan penelitian yang di gunakan peneliti dengan penelitian Sri Hapsari Wijayanti sama-sama meneliti bahasa yang digunakan dalam bermedia sosial instagram, beretika atau tidak.

Ketiga Jurnal Kusnadi dengan judul *Etika Bermedia Sosial Dalam Era Globalisasi* tahun 2022. Dalam penelitiannya, Kusnadi meneliti terkait etika bermedia sosial dalam era globalisasi. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa untuk mengetahui etika-etika dalam bermedia sosial oleh di era globalisasi dan untuk mengetahui dan mempraktikkan perbuatan yang sesuai dengan etika dalam bermedia sosial di era globalisasi.¹⁸

Perbedaannya penelitian yang dilakukan Kusnadi bagaimana etika yang seharusnya diterapkan dalam semua media sosial. Sedangkan peneliti meneliti terkait etika komunikator pada akun instagram @tekotok.offical.

Persamaan penelitian yang di gunakan peneliti dengan penelitian Kusnadi sama-sama meneliti etika bermedia sosial dan bagaimana penerapan etika yang sesuai menurut Undang-undang.

Keempat skripsi dari M. Izzatul Siddiq dengan judul *Analisis Etika Sosial Dalam Pemanfaatan Instagram Oleh Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Unersitas Islam Riau (Studi Mahasiswa Audio Visual FIKOM)* tahun 2022. Dalam penelitiannya, M. Izzatul Siddiq meneliti mahasiswa dalam menggunakan media sosial khususnya instagram secara bebas. Berdasarkan

¹⁸ Kusnadi, *Etika Bermedia Sosial Dalam Era Globalisasi*, Jurnal Begawan Abioso, vol. 13, no. 2, (Desember 2022), <https://ejournal.hukumkris.id/index.php/abioso>, akses pada tanggal 27 Desember 2023.

hasil penelitian ada empat mahasiswa yang menjadi objek dari penelitian, telah menerapkan etika bermedia sosial sesuai dengan UU ITE.¹⁹

Perbedaannya antara penelitian yang dilakukan M. Izzatul Siddiq objek penelitiannya mahasiswa dengan berdasarkan UU ITE. Sedangkan peneliti objek penelitiannya akun istagram @tekotok.official.

Persamaan peneliti yang dilakukan M. Izzatul Siddiq sama-sama meneliti etikan dalam bermedia sosial instagram.

Kelima skripsi dari Aura Afifah Ratnadewati dengan judul *Cyberbullying Sebagai Pelanggaran Etika Komunikasi di Media Sosial (Analisis Kuantitatif Pada Kolom Komentar Channel Youtube Ricis Official)*.²⁰ Dalam penelitiannya Aura Afifah Ratnadewati menggunakan analisis isi deskriptif, dalam penelitiannya menemukan kecenderungan jenis *cyberbullying* yang terjadi dalam komentar di salah satu video dengan judul Rumah Baru Papa pada YuoTuber Ria Ricis.

Perbedaan penelitian yang dilakukan Aura Afifah Ratnadewati dengan penelitian yang peneliti teliti yaitu menggunakan objek yang berbeda dan metode yang berbeda. Peneliti meneliti terkait akun istagram, sedangkan Aura Afifah Ratnadewati meneliti postingan yang berjudul “rumah baru papa” pada *channel* YouTube Ria Ricis.

¹⁹ M. Izzatul Siddiq, Skripsi: *Analisis Etika Sosial Dalam Pemanfaatan Instagram Oleh Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Unersversitas Islam Riau (Studi Mahasiswa Audio Visual FIKOM)*, (YLPI, 2022), hal. 103.

²⁰ Aura Afifah Ratnadewati, skripsi: *CYBERBULLYING SEBAGAI PELANGGARAN ETIKA KOMUNIKASI DI MEDIA SOSIAL (ANALISIS KUANTITATIF PADA KOLOM KOMENTAR CHANNEL YOUTUBE RICIS OFFICIAL)*, (lampuang, 2022), hal. 1.

Persamaan penelitian yang dilakukan Aura Afifah Ratnadewati dengan penelitian yang dilakukan peneliti sama-sama menggunakan analisis isi deskriptif.

B. Etika Komunikasi

Komunikasi di media sosial sering *dilakukan* dengan menggunakan bahasa tidak baku. Salah satu penyebabnya yakni di dunia maya sering tidak jelas siapa lawan komunikasi kita dan di mana posisinya walaupun banyak juga orang yang sudah berinteraksi dan bertemu di dunia nyata, dan berlanjut komunikasi ke dunia maya (media sosial). Bahasa di media sosial bukanlah bahasa resmi sebagaimana menulis artikel karya ilmiah, makalah, jurnal, skripsi dan tesis. Sangat sedikit dan hampir tidak pernah ada pengguna media sosial menulis status sesuai dengan Ejaan Yang Disempurnakan (EYD) padahal penulisan yang baku sangat penting dilakukan karena terkait dengan etika dalam berkomunikasi sesama pengguna media sosial.

Media sosial tampil menjadi media baru yang melahirkan berbagai konsekuensi kehidupan. Pada dasarnya, media sosial bukanlah media baru bagi proses interaksi dan komunikasi dalam masyarakat. Yang membuat media sosial seakan menjadi media baru yakni saat kita meninjau media sosial masa lalu dan masa kini dari aspek orientasi penggunaan dan aspek kelas sosial penggunanya.

Ketika etika dikaitkan dengan komunikasi, maka etika itu menjadi dasar pijakan dalam berkomunikasi antar individu atau kelompok. Etika memberikan landasan moral dalam membangun tingkah laku terhadap semua

sikap dan perilaku individu atau kelompok dalam komunikasi. Dengan demikian, tanpa etika komunikasi itu dinilai tidak etis. dapat disimpulkan bahwa etika komunikasi adalah tata cara berkomunikasi yang sesuai dengan standar nilai moral atau akhlak dalam menilai benar atau salah perilaku individu atau kelompok.

Etika komunikasi dibangun berdasarkan petunjuk Alquran, Islam mengajarkan bahwa berkomunikasi itu harus dilakukan secara beradab, penuh penghormatan, penghargaan terhadap orang yang diajak bicara, dan sebagainya.²¹

mengajarkan bahwa berkomunikasi itu harus dilakukan secara beradab, penuh penghormatan, penghargaan terhadap orang yang diajak bicara. Sebagaimana yang dijelaskan dalam dalil di bawah ini:

إِنَّ مِنْ أَحَبِّكُمْ إِلَيَّ وَأَقْرَبِكُمْ مِنِّي مَجْلِسًا يَوْمَ الْقِيَامَةِ أَحْسَنُكُمْ أَخْلَاقًا

Sesungguhnya yang paling aku cintai di antara kalian dan paling dekat tempat duduknya denganku pada hari kiamat adalah mereka yang paling bagus akhlaknya di antara kalian. (HR Tirmidzi).

²¹Anita ariani, *Etika Komunikasi Dakwah Menurut Al-Quran*, (Jurnal Ilmu Dakwah), Vol, 11 No, 21, Januari – Juni 2012, hal 9.

1. Definisi Etika

Istilah etika berasal dari kata latin ethic, dalam bahasa ethic ialah kebiasaan, habit, custom²². Jadi, dalam pengertian aslinya, apa yang disebutkan baik itulah yang sesuai dengan kebiasaan masyarakat. Lambat laun pengertian etika itu berubah, seperti pengertian etika ialah suatu ilmu yang membicarakan masalah perbuatan atau tingkah laku manusia, mana yang dapat dinilai baik dan mana yang jahat.

2. Jenis-Jenis Etika

Etika sebagai salah satu cabang dari filsafat, hanya dapat memeberikan penilaian terhadap masalah baik dan jahat. Etika terjadi saat manusia merefleksikan unsur-unsur etis ke dalam pendapat-pendapat yang spontan. Kebutuhan akan refleksi tersebut bisa dirasakan, karena pendapat etis bisa saja berbeda dengan pendapat orang lain.

a. Etika Filosofis

Etika yang bersumber dari aktivitas berpikir yang dilakukan manusia adalah jenis etika filosofis. Selain itu, bisa juga disebut etika adalah bagian dari filsafat. Filsafat adalah salah satu bidang ilmu yang mengutamakan tentang pikiran manusia. Jadi filsafat ini dalam etika juga dapat dibagi lagi menjadi dua sifat yaitu empiris dan non empiris.

²² M. Izzatul Siddiq, Analisis Etika Bermedia Sosial Dalam Pemanfaatan Instagram Oleh Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau, Skripsi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Pekanbaru, 2022, hal. 15.

b. Etika Deskriptif

Etika Deskriptif merupakan usaha menilai tindakan berdasarkan pada ketentuan atau norma baik buruk yang tumbuh dalam kehidupan bersama di dalam masyarakat. Etika deskriptif menempatkan kebiasaan yang sudah ada di dalam masyarakat sebagai acuan etis. Adapun yang termasuk dalam etika deskriptif adalah pendirian-pendirian mengenai baik dan buruk, norma-norma kesusilaan yang pernah berlaku, dan cita-cita kesusilaan yang dianut oleh bangsa-bangsa tertentu apakah terjadi penerimaan dan bagaimana pengolahannya.

c. Etika Normatif

Etika normatif mendasarkan diri pada sifat hakiki kesusilaan bahwa di dalam perilaku serta tanggapan-tanggapan kesusilaannya, manusia menjadikan norma-norma kesusilaan sebagai panutannya.

Menganai hal ini diatur dalam Undang-undang yang dijadikan pedoman dalam bermedia sosial maupon dalam penyampaian setiap informasi elektronikyakni yang kita kenal sebagai Undang-undang ITE atau Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 yang adalah perubahan dari Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 yang mengatur tentang

Informasi dan Transaksi Elektronik yang terdiri atas lima pasal yang mengatur mengenai etika dalam sosial media.²³

3. Indikator pelanggaran etika

- a. Praktik cyber bullying, penyebaran hoax, dan komentar negatif

Sebuah penelitian menunjukkan bahwa pengguna Instagram, termasuk mahasiswa, kadang-kadang melakukan pelanggaran terhadap etika komputer, seperti praktik cyber bullying, penyebaran berita atau informasi hoax, dan memberikan komentar negatif.²⁴

- b. Oversharing dan Pelanggaran Privasi

Penggunaan media sosial, termasuk Instagram, sering kali melibatkan perilaku oversharing, yang dapat melibatkan pelanggaran privasi, seperti membagikan informasi pribadi secara berlebihan, seperti tanggal lahir, nama lengkap, dan foto KTP.²⁵

- c. Pelanggaran UU ITE

Dalam konteks hukum, terdapat indikasi pelanggaran UU ITE dalam etika komunikasi massa di media sosial, termasuk Instagram, seperti tampilan grafis dan struktur bahasa yang membingungkan.²⁶

²³ Indonesia, Undang – undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (LN No. 251 Tahun 2016, TLN No. 5952), Jakarta (2002).

²⁴ Cintami Prasista Wibowo, *Analisis Pelanggaran Etika Komputer Terhadap Ketidaketikan Penggunaan Pada Media Sosial Instagram*, Prosiding Seminar Nasional Teknologi dan Sistem Informasi (SITASI), (Surabaya: UPN Veteran, 2023). hal 519.

²⁵ Yulita Revica Vidianti, *Etika Penggunaan Media Sosial: Memahami Perilaku Oversharing Pada Aplikasi Instagram*, Prosiding Seminar Nasional Teknologi dan Sistem Informasi (SITASI), (Surabaya: UPN Veteran, 2023). hal, 538.

²⁶ Ruisah, *Pelanggaran UU ITE pada Media Sosial dalam Etika Komunikasi Massa*, Jurnal Interaksi Peradaban, Vol. 1, No. 1. (Juni 2022). hal, 69.

4. Komunikasi lewat media

seiring dengan melesatnya perkembangan teknologi, komunikasi melalui media bisa dibilang sebagai komunikasi yang paling sering kita lakukan. Berikut hal-hal yang perlu diperhatikan:

a. Perhatikan gaya tulis dan tanda baca

Komunikasi lewat media kebanyakan mengandalkan tulisan, kita harus lebih berhati-hati dengan gaya bahasa yang kita tulis. Penggunaan tanda baca juga sangat penting terutama tanda seru. Sebaiknya kita juga meminimalisir penggunaan tanda seru atau huruf besar semua, karena cenderung membuat orang berfikir kalau kita marah.

b. Pikirkan apa yang ingin ditulis.

Komunikasi lewat media memungkinkan kita untuk berfikir sedikit lebih lama mengenai apa yang akan kita komunikasikan. Gunakan kesempatan itu untuk menkomunikasikan hal-hal dengan lebih baik dengan menyortir kalimat yang tidak patut. Tidak perlu terburu-buru, orang juga tahu kalau mengetik itu membutuhkan waktu lebih lama daripada bicara langsung. Jangan membiarkan pesan orang tidak dibalas lama, karena itu akan membuat orang bertanya-tanya dan salah paham.

c. Etika bermedia sosial menurut UU ITE

Dalam menggunakan media sosial dituntut harus cerdas agar bermedia sosial juga tercantum pada undang-undang No. 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Ada beberapa pasal yang mengatur etika bermedia sosial, yang terantum pada pasal 27 hingga pasal 30 UU ITE, sebagai berikut:

1) Pasal 27:

- a) Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau membuat dapat diaksesnya informasi elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan yang melanggar kesusilaan.
- b) Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau dokumen elektronik yang memiliki muatan perjudian.
- c) setiap orang dengan sengaja, dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang memiliki muatan penghinaan dan/atau pencemaran nama baik.
- d) setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau membuat dapat diaksesnya informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang memiliki muatan pemerasan atau pengancaman.

2) Pasal 28:

- a) Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik.
- b) 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 antar golongan (SARA).

3) Pasal 29:

- a) Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mengirimkan informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang berisi ancaman kekerasan atau menakut-nakuti yang ditujukan secara pribadi.

4) Pasal 30:

- a) Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum mengakses komputer dan/atau sistem elektronik milik orang lain dengan cara apapun.
- b) Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum mengakses komputer dan/atau sistem elektronik dengan cara apapun dengan tujuan apapun untuk memperoleh informasi elektronik dan/atau dokumentasi elektronik.

- c) Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum mengakses komputer dan/atau sistem elektronik dengan cara apapun melanggar, menerobos, melampaui atau menjebol pengamanan.

C. Media Sosial

Media sosial adalah alat komunikasi yang digunakan untuk berinteraksi dengan sesama pengguna media sosial, bekerja sama, berbagi informasi serta merepresentasikan diri. Media sosial menawarkan kebebasan bagi penggunanya untuk menyebarkan informasi dan berinteraksi. Media sosial sangat mudah digunakan dan mudah dipelajari untuk pengguna baru. Media sosial memberikan akses yang mudah kepada para penggunanya untuk berinteraksi atau membagikan informasi. Media mempunyai peran penting dalam penyampaian sebuah pesan komunikasi. Media menjadi sarana pengirim pesan kepada penerima pesan dalam suatu proses komunikasi. Ketika pesan sudah tersampaikan, pengirim pesan berharap ada respon dan umpan balik dari si penerima pesan.

Penyebaran informasi melalui media sosial yang sering digunakan saat ini, salah satunya adalah instagram. Instagram menjadi sarana yang menjanjikan untuk berbagai akun, seperti akun informasi, berita, hiburan, kesehatan, online shop, dan ajang promosi. Pemanfaatan instagram sebagai

media promosi pemasaran online merupakan realita yang terjadi saat ini (Aprilya, 2017).

D. Teori Media Equation

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori media equation theory milik Byron Reeves dan Clifford Nass. Menurut asumsi teori ini, media diibaratkan manusia. Teori ini memperhatikan bahwa media juga bisa diajak berbicara. Media bisa menjadi lawan bicara individu seperti dalam komunikasi interpersonal yang melibatkan dua orang dalam situasi *face to face*. Media equation theory bahwa media dianggap sejajar dengan manusia. Teori ini mengibaratkan media dapat berbicara. Persoalan-persoalan hidup dapat dicurhatakan kepada media.²⁷

E. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbasis android yang memungkinkan penggunanya mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk Instagram sendiri. Instagram saat ini merupakan salah satu media sosial yang saat ini diminati oleh banyak orang terlebih generasi muda saat ini sebagai wadah sosialita mereka melalui dunia digital. Dampak dari kemajuan teknologi kemudian memberikan kemudahan kepada pengguna media sosial dalam hal

²⁷ Zaenal Mukarom, *Teori-Teori Komunikasi*, (Bandung: Jurusan Majemen Dakwah UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2020), hal 142.

berinteraksi, kita dapat menjangkau lebih luas relasi tanpa harus memberikan tenaga lebih untuk bertemu secara langsung, sehingga kemudahan inilah yang menjadi sebuah kelebihan dalam menggunakan media sosial, salah satunya Instagram.

Seiring dengan terus berkembangnya dan berinovasi media sosial yang ada, seperti Instagram, whatsapp, twitter, facebook, dan sebagainya, maka penggunaan Instagram pun perlahan bergeser yang awalnya sebagai media interaksi sosial dunia maya menjadi media pemasaran produk dan jasa dari sebuah bisnis yang berjalan. Melalui fitur-fiturnya yang menarik dan memberikan nilai lebih terhadap sebuah konten yang dimuat di Instagram, maka semakin banyak pula pengguna media sosial yang tertarik dan kemudian lebih aktif di Instagram. Hal inilah yang menjadi salah satu alasan untuk sebuah bisnis memasarkan produk dan jasanya di Instagram karena pasar penggunanya yang besar ditambah dengan kelebihan yang dimiliki Instagram melalui fitur-fiturnya dalam membuat sebuah konten. Atmoko (dalam ferlitasari, 2018:42) menjelaskan bahwa fitur-fitur yang disediakan oleh Instagram pun beragam diantaranya Hashtag#, Mentions, Follow, Share, Like dan Komentar.

1. Hashtag#

Fitur atau konten dari Instagram yang memudahkan untuk membubuhkan topik tertentu dalam bentuk tagar pada setiap update-an dan untuk mengkategorikan foto dan video yang sama. Fitur hashtag dapat memberikan sebuah pengaruh terhadap naiknya interaksi dalam sebuah

konten yang diposting di Instagram, dengan kita memakai hashtag dalam konten yang kita upload di Instagram, maka pengguna Instagram yang ingin mencari sebuah informasi dengan kategori yang sama melalui hashtag dengan hashtag yang kita gunakan, maka pengguna tersebut dapat menemukan konten kita dalam pencariannya.

2. Mentions

Mentions merupakan fitur ataupun konten dari Instagram yang memudahkan untuk memanggil dan menyapa pengguna lain untuk memberikan informasi tertentu baik dari akun kita maupun akun orang lain, juga untuk mempersingkat ketika kita ingin menyebut nama orang agar tidak terjadi kesalahan ketika ingin mencantumkan di caption ataupun saat menggunakannya di kolom komentar. Fitur mentions ini membantu kita untuk secara resmi menyebutkan orang lain yang terlibat dalam konten yang kita upload.

3. Follow

Follow merupakan fitur ataupun konten yang penting dari Instagram, karena Instagram adalah salah satu media komunikasi, dikatakan komunikasi jika ada interaksi antar pengguna lain di Instagram, untuk mendapatkan teman atau pengguna lain tersebut menggunakan follow. Dengan kita memfollow akun pengguna lain seperti teman atau kerabat di Instagram, maka kita dapat mengunjungi profil pengguna tersebut dan dapat mengikuti perkembangan informasi yang ditaruh di

instagramnya, sehingga kita dapat berinteraksi melalui chat, like, komen, dan sebagainya.

4. Like & komentar

Like & komentar merupakan fitur ataupun konten dari Instagram yang dari sini kita dapat mengetahui seberapa besar kualitas foto ataupun video yang kita bagikan tidak hanya dilihat dari kualitas gambarnya namun juga dari makna ataupun penjelasan dari gambar tersebut yang dituangkan dalam caption. Sedangkan komentar memudahkan untuk menjaga tali silaturahmi dengan komunikasi di dalamnya, karena komentar tidak hanya kritik dan saran dan pujian tetapi masukan sesuai konten apa yang kita bagikan. Like dan komentar adalah wujud dari respon pengguna Instagram terhadap konten yang dilihat dan dinikmati.

Masih ada beberapa lagi fitur-fitur lain dalam Instagram yang memberikan nilai lebih dan keunikannya tersendiri sebagai penunjang sebuah konten, seperti fitur location, Instagram reels, multiple image and video post, dan sebagainya. Adanya fitur-fitur tersebut dalam Instagram yang memberikan sebuah ketertarikan tersendiri diantara media sosial lainnya, sehingga Instagram bisa dibilang masih menjadi pilihan utama sebagai media sosial mayoritas pengguna media sosial.

F. Komunikator

Komunikator (sumber dari informasi), pesan, saluran atau media, komunikan (penerima informasi), umpan balik, gangguan.²⁸ Semua unsur dalam komunikasi hendaknya terpenuhi agar terjadi komunikasi yang efektif dan baik. Penyampaian informasi atau pesan yang jelas oleh komunikator kepada komunikan akan memberikan umpan balik sehingga komunikasi akan berjalan secara koheren.

Proses komunikasi terdapat tiga unsur penting dan berperan aktif dalam komunikasi. Pertama; komunikator bertugas dalam menyampaikan pesan dengan menggunakan media komunikasi verbal maupun non verbal. Kedua; komunikasi pribadi atau massa ialah pihak yang menerima hubungan atau pesan dari komunikator. Ketiga; unsur yang paling penting dan inti yang menentukan keberhasilan dari komunikasi yang menghubungkan antara komunikator dan komunikan.

Proses komunikasi terdapat tiga unsur penting dan berperan aktif dalam komunikasi. Pertama; komunikator bertugas dalam menyampaikan pesan dengan menggunakan media komunikasi verbal maupun non verbal. Kedua; komunikasi pribadi atau massa ialah pihak yang menerima hubungan atau pesan dari komunikator. Ketiga; unsur yang paling penting dan inti yang menentukan keberhasilan dari komunikasi yang menghubungkan antara komunikator dan komunikan.

²⁸ Nur Sarah, Analisis Wacana Kritis Perspektif Teun A. Van Dijk Terhadap Media Sosial Pada Akun Instagram @Indonesiatanpapacaran, Skripsi Studi Aqidah Dan Filsafat Islam, Fakultas Ushuluddin Dan Filsafat Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019, Hal. 16.

Komunikator adalah alat atau perangkat yang digunakan untuk memfasilitasi proses komunikasi antara individu atau kelompok. Perangkat ini dapat mencakup berbagai teknologi, mulai dari perangkat keras hingga perangkat lunak, yang dirancang untuk mentransfer informasi, ide, atau pesan antara pengguna. Komunikator dapat berupa telepon, aplikasi pesan instan, media sosial, atau bahkan perangkat lunak konferensi video. Fungsi utama komunikator adalah memungkinkan pertukaran informasi dengan cepat dan efisien, membantu membangun konektivitas antarindividu atau kelompok yang berjauhan. Keberagaman teknologi komunikator mencerminkan perkembangan zaman dan kebutuhan komunikasi yang terus berkembang.²⁹

²⁹ Komunikator juga dapat merujuk pada profesi atau individu yang memiliki keterampilan komunikasi yang baik dan berfungsi sebagai perantara efektif dalam hubungan antarmanusia.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian analisis isi deskriptif. Analisis isi deskriptif adalah analisis isi yang dimaksudkan untuk menggambarkan secara detail suatu pesan, atau suatu teks tertentu.³⁰ Dalam pendekatan analisis deskriptif peninjauan digunakan untuk mengetahui secara detail sebuah pesan tertentu. Penelitian analisis deskriptif tidak menggunakan hipotesis tertentu untuk menguji hubungan antar variabel untuk dapat menghasilkan sebuah data, tetapi semata-mata untuk menggambarkan aspek-aspek sebuah pesan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis isi dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Metode ini untuk mengkritisi isi konten di dalam akun istagram @tekotok.official yang sudah dipilih agar dapat menggambarkan secara detail pesan atau teks tertentu. Pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan secara kualitatif yaitu, unit fisik, unit sintaksis, unit referensial dan unit tematik.³¹

B. Waktu dan Tempat Penelitian/ Durasi waktu

Berdasarkan pemaparan metode penelitian yang akan digunakan, peneliti akan melakukan penelitian pada bulan Februari 2024 dan dilaksanakan secara daring, karena yang diteliti adalah akun media sosial

³⁰ Eriyanto, *Analisis Isi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hal 47.

³¹ *Ibid.* hal 240-245.

Instagram @tekoto.official. Durasi yang dipilih menggambarkan variasi konten yang diunggah oleh akun tersebut. Dalam penelitian ini, unit fisik yang dianalisis adalah aspek fisik dari isi konten, khususnya durasi video yang diunggah. Hal ini membantu mengidentifikasi dan menganalisis jenis pelanggaran etika yang terjadi pada berbagai durasi video. Penggunaan durasi video yang beragam memungkinkan peneliti untuk mengamati pola dan frekuensi pelanggaran etika dalam konten yang berbeda.

C. Sumber Data Penelitian

Sumber adalah subjek dari mana sebuah data dapat diperoleh. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil sumber data berupa data primer dan sekunder.

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari bahan penelitian.³² Berdasarkan pada hal itu, peneliti mengambil bahan data primer langsung dari akun Instagram @tekotok.official. Dalam penelitian ini peneliti mengambil unggahan video animasi dengan berbagai konteks yang sedang viral. Dengan ciri khas disisipkan kata kasar disetiap videonya.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapatkan peneliti dari sumber yang sudah tersedia. Data sekunder dalam penelitian ini berupa

³² Meita Sekar Sari, Pengaruh Akuntabilitas, *Pengetahuan, dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Pengelola Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura*, Jurnal Ekonomi, Vol. 21, No. 3, (Oktober 2019).

dokumentasi, jurnal, dan buku-buku yang berkaitan dengan penelitian peneliti.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pada bagian ini, peneliti aktif mengumpulkan data penelitian yang menggunakan pengumpulan data sesuai dengan tema penelitian. Data merupakan segala bentuk informasi yang berkaitan dengan tujuan penelitian.³³

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengamatan, dimana peneliti akan mengamati objek tertentu guna mendapatkan data yang dicari. Menurut Sutrisno Hadi observasi merupakan proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dalam penelitian ini peneliti akan mengobservasi postingan-postingan pada akun @tekotok.official. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil lima video sebagai data penelitian dikarenakan dari rentang waktu satu bulan, akun @tekotokofficial mengunggah dua puluh video. Namun peneliti lebih memilih lima video diantara semua video yang diunggah, karena dari semua video yang diunggah hanya lima video tersebut banyak mengandung kata-kata kasar dan tidak beretika.

2. Dokumentasi

Dokumentasi diarahkan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan,

³³ Sampoerna Universita, *Pengertian Data Penelitian, Jenis Besrta Syaratnya*, <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/jenis-data-penelitian/>, akses pada tanggal 2 januari 2024.

laporan kegiatan, foto-foto, video-video, data yang relevan dengan penelitian. Dalam penelitian ini peneliti akan mengambil dokumentasi berupa screenshot dari video yang diposting.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan sebuah cara dalam mengolah data mentah menjadi data atau informasi baru sesuai kebutuhan penelitian. Hal ini bertujuan agar karakteristik data dapat lebih mudah untuk dimengerti, serta sebagai jalan keluar untuk suatu permasalahan, terutama yang berhubungan dengan penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi (content analysis) atau analisis konten dari Krippendorff.

1. Pengertian Analisis Isi (content analysis)

Analisis isi merupakan teknik penelitian yang membahas secara mendalam mengenai isi dari suatu informasi, baik tertulis maupun cetak di media massa.

Analisis isi menurut Krippendorff, sebagaimana dikutip Eriyanto, adalah suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi yang dapat direplika (ditiru) dan data yang sah dengan memperhatikan konteksnya.³⁴

Kata isi dalam hal ini mencakup arti, kata, simbol, gambar, ide, tema, atau pesan yang dapat dikomunikasikan. Teknik analisis ini bisa digunakan untuk menganalisis seluruh bentuk komunikasi, diantaranya

³⁴ *Ibid.* hal 15.

berita radio, surat kabar, majalah, iklan televisi, ataupun seluruh media dokumentasi informasi yang lainnya.

2. Tahapan Teknik Analisis Isi

Untuk melakukan sebuah analisis terhadap suatu data penelitian tentu memerlukan perancangan atau tahapan dalam melakukannya, begitupun pada teknik analisis isi yang memiliki beberapa tahapan analisis sebagai berikut:

a. Unit Fisik

Unit fisik adalah unit yang berkaitan dengan aspek fisik dari suatu isi (durasi).³⁵ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan unit fisik karena menganalisis isi konten akun Instagram @tekotok.official.

b. Unit Sintaksis

Unit sintaksis adalah unit analisis yang menggunakan satuan sintaksis (kata dan kalimat).³⁶ Dalam penelitian yang dilakukan, peneliti menggunakan unit sintaksis karena menganalisis isi konten akun @tekotok.official.

c. Unit Referensial

Unit referensial adalah unit analisis yang menggunakan satuan referensial (kata, kalimat foto dan gambar).³⁷ Pada penelitian ini peneliti menggunakan unit referensial karena menggunakan isi konten akun @tekotok.official.

³⁵ *Ibid.* hal 240.

³⁶ *Ibid.* hal. 241.

³⁷ *Ibid.* hal. 242.

d. Unit Tematik

Unit tematik merujuk pada bagian-bagian dari data yang telah dikumpulkan yang memiliki tema atau topik yang sama atau serupa.³⁸ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan unit tematik karena menganalisis isi konten akun Instagram @tekotok.official.

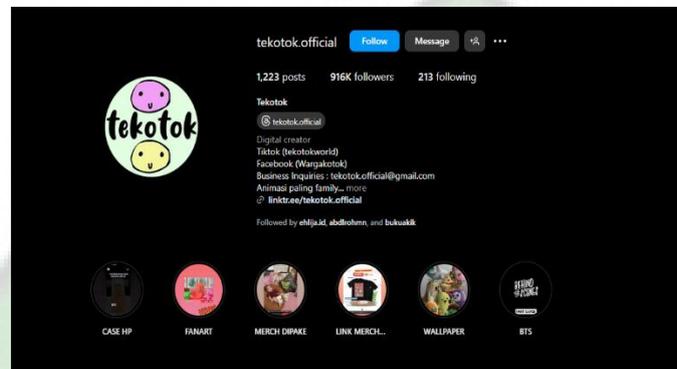


³⁸ *Ibid.* hal. 243.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum



Akun Instagram @tekotok.official merupakan sebuah akun animasi yang dikembangkan oleh Beto dan Bilal. Akun ini telah dibuat sejak awal Desember 2020. Konten dari Tekotok terdiri dari cerita-cerita singkat yang mencerminkan kehidupan sehari-hari, disertai dengan unsur pengetahuan, sindiran, pengibaratan, humor ringan, kritik terhadap isu-isu sosial, serta ekspresi perasaan pribadi dari para animatornya. Melalui videonya, Tekotok menyampaikan pesan-pesan yang unik dan mengkritisi berbagai aspek pemerintahan. Akun @tekotok.official telah memiliki 892 ribu pengikut, dan dengan 1.117 postingan.

B. Hasil Analisis Data

1. Apa saja identifikasi pelanggaran etika komunikasi dalam akun @tekotok.official

a. Uint Fisik

Unit fisik adalah unit yang berkaitan dengan aspek fisik dari suatu isi (durasi).

- 1) Dikerjain pas ultah, video ini diunggah pada 2 Februari 2024 dengan durasi 2 menit 40 detik. Pelanggaran etika pada video ini yaitu, anjing, tolol, mati, ngentot, bangsat, tai dan bacot.
- 2) Satu scroll lagi, video ini diunggah pada 3 Februari 2024 dengan durasi 2 menit 44 detik. Pelanggaran etika pada video ini yaitu, gila, makan tai anjing, madepaking dan kontol.
- 3) Wanmon notice, video ini diunggah pada 4 Februari 2024 dengan durasi 2 menit 38 detik. Pelanggaran etika pada video ini yaitu, anjir, bodo amat, kantor tai, kolor, monyet, dan gak punya otak.
- 4) Dibangunin fakta, video ini diunggah pada 12 Februari 2024 dengan durasi 2 menit 31 detik. Pelanggaran etika pada video ini yaitu, kayak manyat.
- 5) Gerogi depan cewek, video ini diunggah pada 13 Februari 2024 dengan durasi 2 menit 19 detik.

Dalam penelitian ini, unit fisik yang digunakan adalah aspek fisik dari suatu isi, khususnya durasi video yang diunggah di akun Instagram @tekotok.official. Penelitian ini mengidentifikasi

pelanggaran etika komunikasi dengan melihat konten video berdasarkan durasinya.

Unit fisik adalah unit yang berkaitan dengan aspek fisik dari suatu isi, seperti durasi video. Peneliti menggunakan unit fisik untuk menganalisis konten video di akun Instagram @tekotok.official karena fokus pada durasi setiap video yang diunggah.

Peneliti mencatat durasi setiap video dan kemudian mencatat pelanggaran etika yang terdapat dalam konten video tersebut. Metode ini membantu mengidentifikasi jenis dan frekuensi pelanggaran etika komunikasi pada setiap konten berdasarkan durasinya.

Penggunaan unit fisik dalam penelitian ini sangat penting untuk memahami bagaimana durasi video berhubungan dengan jenis pelanggaran etika yang terjadi. Dengan menganalisis durasi, peneliti dapat mengidentifikasi pola dalam konten yang diunggah dan jenis pelanggaran etika yang sering terjadi pada durasi tertentu. Analisis ini memberikan wawasan lebih mendalam tentang perilaku komunikator dan respons audiens terhadap konten tersebut di media sosial.

b. Unit Sintaksis

Unit sintaksis adalah unit analisis yang menggunakan satuan sintaksis (kata dan kalimat). Sintaksis dalam linguistik merujuk pada studi tentang struktur kalimat dan aturan yang mengatur cara kata-kata digabungkan untuk membentuk frasa dan kalimat yang bermakna. Sintaksis mencakup aspek-aspek seperti urutan kata, struktur frasa,

hubungan antar kata dalam sebuah kalimat, dan pola-pola yang membentuk tata bahasa sebuah bahasa.

Penelitian ini menggunakan analisis sintaksis untuk mendeteksi kata dan kalimat yang mengandung unsur pelanggaran etika, seperti kata-kata kasar dan tidak senonoh yang digunakan dalam konten video yang diunggah.

No	Penggunaan Kata Kasar	Judul Video
1.	Goblok	Dikerjaiin Pas Ultah, Satu Scrol Lagi, Wanmon Notice, Dibangunin Fakta, Grogi Depan Cewek.
2.	Begok	Satu Scrol Lagi, Wanmon Notice, Dibangunin Fakta, Grogi Depan Cewek.
4.	Bacot	Wanmon Notice.
5.	Anjing	Dikerjaiin Pas Ultah
6.	Tolol	Dikerjaiin Pas Ultah, Satu Scrol Lagi, Grogi Depan Cewek.
7.	Mati	Dikerjaiin Pas Ultah, Satu Scrol Lagi, Dibangunin Fakta.
8.	Ngentot	Dikerjaiin Pas Ultah, Satu Scrol Lagi.
9.	Bangsat	Dikerjaiin Pas Ultah, Wanmon Notice.
10.	Tai	Dikerjaiin Pas Ultah.
11.	Gila	Dikerjaiin Pas Ultah, Satu Scrol Lagi, Wanmon Notice.
12.	Makan Tuh Tai Anjing	Satu Scrol Lagi.
13.	Kontol	Satu Scrol Lagi.
14.	Bodo Amat	Wanmon Notice.
15.	Kantor Tai	Wanmon Notice.
16.	Monyet	Wanmon Notice.

17.	Gak Punya Otak	Wanmon Notice.
18.	Kaya Mayat	Dibangunin Fakta.

Pada unit sintaksis dalam penelitian ini menunjukkan pelanggaran etika melalui penggunaan kata-kata kasar dan tidak senonoh dalam konten video yang diunggah oleh akun Instagram @tekotok.official. Kata-kata seperti "goblok," "bego," "anjing," "tolol," "ngentot," "bangsat," dan "tai" sering muncul dalam beberapa video. Misalnya, video "Dikerjain Pas Ultah" mengandung banyak kata-kata kasar dan tidak senonoh. Dalam konteks etika komunikasi di media sosial, penggunaan bahasa yang sopan sangat penting untuk menjaga reputasi komunikator dan menghindari dampak negatif pada audiens.

c. Unit Referensial

Proses coding dalam unit referensial tidak jauh berbeda dengan unit sintaksis, yang membedakan keduanya adalah unit referensial mencari referensi dari setiap kata atau kalimat yang digunakan. Sedangkan unit sintaksis hanya menggunakan kata atau kalimat tanpa mencari referensi dari setiap kata atau kalimat yang digunakan.

Unit referensial dalam analisis isi mengacu pada elemen-elemen yang digunakan sebagai referensi dalam suatu teks atau komunikasi, termasuk kata, kalimat, foto, dan gambar. Dalam konteks penelitian ini, unit referensial digunakan untuk menganalisis isi konten akun Instagram @tekotok.official. Pendekatan ini membantu memahami bagaimana kata-kata, kalimat, dan elemen visual dalam

postingan digunakan untuk menyampaikan pesan tertentu dan bagaimana hal ini berkaitan dengan pelanggaran etika komunikasi.

No.	Kata Asli	Kata Pelesetan	Judul Video
1.	Anjing	Anjir	Wanmon Notice, Dibangunin Fakta, Sisi Gelap tawar Menawar, Buzzer VS Buzzer.
2.	Anjing	Anjay	Bos Fak Boy.
3.	Fuck you	Fak you	Paket Bini.
4.	Stupid	Stupit	Satu Scrol Lagi

Penggunaan kata kasar pada tabel unit referensial pada unggahan video dari akun instagram @tekotok.official dalam penelitian ini mengacu pada elemen-elemen seperti kata, kalimat, foto, dan gambar yang digunakan dalam konten untuk menyampaikan pesan tertentu dan mengidentifikasi pelanggaran etika komunikasi. Penggunaan pelesetan dari kata-kata kasar tetap mempertahankan makna asli yang dapat dianggap tidak pantas, namun mungkin digunakan untuk mengurangi kesan vulgar atau untuk menciptakan efek humor. Pendekatan ini membantu dalam memahami bagaimana penggunaan kata-kata pelesetan dapat tetap mengandung referensi kasar yang berdampak pada pelanggaran etika komunikasi.

d. Unit Tematik

Kompleksitas proses pengkodean meningkat dalam unit tematik karena fokusnya adalah pada item-unit pengamatan. Dalam unit tematik, coder (orang yang mengisi lembar codingan) perlu

mengamati keseluruhan isi konten video, baru kemudian mengkode ke dalam kategori yang sesuai.

Tematik dalam konteks analisis isi merujuk pada tema atau topik yang menjadi fokus dalam sebuah teks atau konten. Analisis tematik bertujuan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan melaporkan pola (tema) dalam data. Tema adalah unit inti dari makna yang berasal dari data yang tertulis atau lisan dan dapat mencakup konsep, topik, atau isu tertentu yang muncul secara konsisten dalam data tersebut.

Penelitian ini berfokus pada mengkaji tema-tema terkait dengan pelanggaran etika komunikasi yang ditemukan dalam video yang diunggah. Melalui pendekatan ini, penelitian mampu mendeteksi dan mengelompokkan berbagai tema yang berkaitan dengan kekasaran dan pelecehan verbal, kekerasan dan ancaman, body shaming dan diskriminasi, serta penggunaan bahasa yang vulgar dan tidak senonoh.

No.	Kategori	Definisi	Elemen Kunci
1.	Perdebatan antara dua orang, yang salah satu dari mereka menjadi arwah.	Menggamabarkan percakapan saling beradu argumen dan saling memamiki.	Tempat kejadiannya terjadi di beberapa tempat kilas balik.
2.	Di dalam rumah	Video ini menampilkan karakter agus yang asik bermain media sosial hingga mengabaikan kehidupan nyata.	Kejadiannya terjadi di dalam rumah, di kamar mandi, dan ruang tamu.
3.	Perkantoran	Dalam video yoga yang tidak berkelakuan baik di kantornya karena berfikir	Ruang kerja, lobi, ruang atasan.

		akan pindah ke kantor yang baru.	
4.	Mimpi	Video menampilkan karakter yang berpindah-pindah tempat, kemudian kembali tersadar.	Terkejut dengan apa yang terjadi dalam kenyataannya.
5.	Depan cewek	Karakter ingin mengungkapkan perasaannya namun gagal karena grogi.	Bicara sembarangan dan tidak jelas.s

Pada unit tematik dalam penelitian ini mengungkapkan berbagai tema yang muncul dalam konten video akun Instagram @tekotok.official, yang berkaitan dengan pelanggaran etika komunikasi. Analisis tematik bertujuan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan melaporkan pola atau tema yang muncul dalam konten. Proses pengkodean dalam unit tematik kompleks karena memerlukan pengamatan menyeluruh terhadap isi video sebelum mengkategorikan ke dalam tema yang sesuai.

2. Apa saja pelanggaran etika komunikator akun @tekotok.official
 - a. Dikerjain Pas Ulah

Video ini merupakan salah satu konten video dalam akun instagram @tekotokofficial yang di unggah pada 2 Februari 2024 dengan durasi 2 menit 40 detik.³⁹ Di dalam kontennya, video ini menceritakan tentang animasi yang mengisahkan kejadian di hari ulang tahun tokoh utamanya yang berakhir tragis, di mana sang

³⁹ @tekotok.official, *Dikerjain Pas Ulah*, Februari 2024 <https://www.instagram.com/p/C21ARbyp1xb/?hl=en>

tokoh meninggal dunia. Arwahnya kemudian kembali untuk mempertanyakan mengapa dia diikat di tiang listrik dan disiram dengan air pada hari ulang tahunnya.

Dalam tayangan tersebut, karakter animasi berbicara dengan intonasi tinggi, menggambarkan karakter yang sedang meluapkan amarahnya kepada teman-temannya yang telah menjahilinya hingga berakhir tragis. Dalam video, karakter juga menggunakan kata-kata kasar yang dianggap biasa di zaman sekarang ini, padahal berkata-kata kasar adalah salah satu hal yang tidak beretika. Kata kasar yang diucap diantaranya, “goblok”, “anjing”, “tolol”, “mati”, “bangsat”, “ngentot”, “tai”, “gila”.

b. Satu Scroll Lagi

Video ini diunggah pada 3 Februari 2024 dengan durasi 2 menit 44 detik.⁴⁰ Video ini menceritakan karakter animasi yang tidak beraktifitas seharian penuh, Dia sibuk dengan ponsel cerdas dan asyik menonton tiktok, yang membuat hancurnya rumah tangganya. Dalam video karakter juga diperlihatkan sibuk bergelud dengan isi pikirannya yang berbanding terbalik dengan apa yang dilakukannya. Karakter animasi berbicara dalam pikirannya menggunakan nada suara yang tinggi, hal itu disebabkan dia yang mengabaikan pikiran-pikiran positifnya dikarenakan terlalu larut dalam zona nyamannya. Kata-kata kasar yang digunakan dalam

⁴⁰ @tekotok.official, Satu Scroll Lagi, Februari 2024 <https://www.instagram.com/p/C24GSDzs9NE/?hl=en>

tayang video tersebut yaitu, “makan tu tai anjiang”, “gila”, “bego”, “goblok”, “tolol”, “ngentot”, “mati”, “konto”.

c. Wanmon Notice

Video ini diunggah pada 3 Februari 2024 yang berdurasi 2 menit 38 detik.⁴¹ Dalam tayangan video ini menceritakan karakter animasi yang tidak berkelakuan baik di tempat kerjanya, tidak sopan kepada bosnya, dikarenakan dia akan pindah tempat kerja, sehingga dia melakukan apapun yang dia suka serti datang terlambat, menggoda teman kerja wanita, menggukon fasilitas kantor dengan berlebihan, dan tidak mengerjakan pekerjaan yang ditugaskan oleh atasannya. Dalam video karakter animasi sangat angkuh berbicara serta menggunakan kata-kata kasar dan tidak sopan kepada atasannya di tempat dia bekeja. Kata-kata kasar yang digunakan dalam video tersebut ialah, “anjir”, “bodo amat”, “kantor tai”, “monyet”, “gak punya otak”.

d. Dibangunin Fakta

Video ini diunggah pada 12 Februari 2024 dengan durasi 2 menit 31 detik.⁴² Video animasi ini menceritakan tentang seorang tokoh karakter dalam cerita yang mengalami *false awakening*. Hal ini merupakan kondisi di mana seseorang mengalami mimpi dalam mimpi, namun hal ini umum terjadi. Pada animasi ini digambarkan

⁴¹ @tekotok.official, *Wanmon notice*, februari 2024
<https://www.instagram.com/p/C26xRO7xKQg/?hl=en>.

⁴² @tekotok.official, *Dibangunin Fakta*, februari 2024,
<https://www.instagram.com/p/C3PLqB-ASL6/>.

sang tokoh utama mengalami hal yang sangat tidak terduga, yang mana dia bisa mendapatkan semuanya dengan cuma-cuma tanpa perlu mengeluarkan uang sepeserpun. Kata-kata kasar yang digunakan sang tokoh dikarenakan ia dikejutkan oleh tokoh lainnya, hingga membuat intonasi suaranya sedikit tinggi. Adapun kata-kata kasar yang digunakan antara lain, “goblok”, “mati”, “anjir”, “kayak mayat”, “begok”.

e. Gerogi Depan Cewek

Video ini diunggah pada tanggal 3 Februari 2024 dengan durasi 2 menit 19 detik. Video animasi ini menceritakan Anji yang hendak mengungkapkan perasaannya kepada wanita yang disukainya, namun Anji merasa gugup ketika sudah berada di depan perempuan tersebut. Anji meminta saran kepada temannya bagaimana cara mengungkapkan perasaannya. Temannya geram dengan Anji yang terlalu canggung ketika sedang mengungkapkan perasaannya. Dalam video karakter animasi yang berperan sebagai teman Anji menggunakan intonasi suara tinggi, dikarenakan dia geram dengan Anji. Kata-kata yang digunakan dalam tayangan video antara lain, “goblok”, “anjir”, “tolol”, “bego”.

Sebagai makhluk sosial, manusia berinteraksi satu sama lain untuk memenuhi berbagai kebutuhan yang kompleks. Dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara, diperlukan sistem

yang mengatur cara manusia berinteraksi dan bergaul, serta nilai-nilai dalam berkomunikasi⁴³. Adapun nilai-nilai komunikasi dalam islam antara lain:

a. *Shiddiq* (Jujur/Benar)

Kejujuran atau objektivitas dalam komunikasi adalah nilai yang sangat penting untuk dijunjung tinggi dan diterapkan dalam proses komunikasi. Dalam Alqur'an, kejujuran disebut dengan istilah amanah, ghair altakzib, shidq, al-haq. Oleh karena itu, seorang komunikator dilarang menyampaikan pesan dengan berbohong atau berdusta mengenai informasi yang sebenarnya tidak ada, termasuk menyebarkan gosip atau cerita palsu.

Dalam interaksi sehari-hari, candaan sering menjadi bagian dari komunikasi, dan orang-orang sering kali berlebihan untuk mengundang tawa dari lawan bicaranya. Terkadang, candaan tersebut dibuat dengan berbagai cara, termasuk berbohong dan mengada-ngada hal yang tidak ada. Islam dengan tegas menyatakan bahwa tindakan seperti ini tidak diperbolehkan dan termasuk perbuatan yang dilarang.

⁴³ Nurul Jannah, Skripsi: *Penerapan Nilai Komunikasi Islam Pada Public Relations Pt. Sukses Mantap Sejahtera Dompu Dalam Membentuk Citra Perusahaan*, (Mataram, 2022), hal. 14-20.

b. *Amanah* (dapat dipercaya)

Al-Amanah dalam bahasa Indonesia berarti kesetiaan, ketulusan hati, kepercayaan (tsiqah), atau kejujuran. Amanah merujuk pada sifat dan sikap pribadi yang setia, tulus hati, dan jujur dalam melaksanakan sesuatu yang telah dipercayakan kepadanya, baik itu berupa harta benda, rahasia, maupun tugas dan kewajiban. Sifat amanah seseorang bisa mendorong kekuatan dirinya dalam memperbaiki kualitas hubungan sosialnya.

c. *Tabligh* (Komunikatif)

Sifat *tabligh* berarti komunikatif, argumentatif, bijaksana dalam penyampaian, dan memiliki bobot dalam setiap ucapannya. Seorang konten kreator harus bisa berkominikasi dengan baik agar dapat tersampaikan pesan yang ingin diberikan.

d. *Fathanah* (Cerdas)

Sifat *fathanah* dapat dipandang sebagai strategi hidup setiap muslim. Karena, untuk mencapai sang pencipta, seorang muslim harus mengoptimalkan segala potensi yang telah diberikan oleh-Nya. Potensi paling berharga dan termahal yang diberikan pada manusia adalah akal (intelektualitas).

C. Pembahasan

1. Identifikasi pelanggaran etika komunikasi

Berdasarkan hasil penelitian, berikut pelanggaran yang teridentifikasi dalam akun @tekotok.official. Goblok, begok, pakek otak,

bacot, anjing, tolol, mati, ngentot, bangsat, tai, gila, makan tuh tai anjing, kontol, bodo amat, kantor tai, monyet, gak punya otak, kaya mayat, kandang anjing, anjir, anjay, fak you, dan stupit.

Hasil penelitian yang telah dijelaskan di atas, maka ditemukan banyak kata-kata kasar dan tidak beretika yang sering digunakan oleh kreator dalam video yang ditampilkan. Kata-kata kasar yang sering digunakan salah satunya “goblok”. Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam firman Allah qur’an surah An-Nisa ayat 9:

وَلِيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَآيِفُوا لَهُمْ
 قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٩﴾

Hendaklah merasa takut orang-orang yang seandainya (mati) meninggalkan setelah mereka, keturunan yang lemah (yang) mereka khawatir terhadapnya. Maka, bertakwalah kepada Allah dan berbicaralah dengan tutur kata yang benar (dalam hal menjaga hak-hak keturunannya).

Memahami ayat di atas, berbicara dengan tutur kata yang baik dapat mempengaruhi kehidupan sehari-hari. Tutur kata yang baik bukan hanya dalam konteks berbicara jujur tetapi juga dalam memberikan nasihat, pendidikan, dan bimbingan yang baik. Hal ini juga berlaku bagi konten kreator di media sosial, dalam konten-kontennya hendaknya menggunakan bahasa yang baik dan sopan, sehingga tidak memberikan dampak negatif bagi penontonnya.

2. Analisis pelanggaran etika komunikator

Dalam UU ITE telah dijelaskan terkait etika-etika dalam berkomunikasi di media sosial terutama Instagram, namun para kreator kerap kali menyepelekan tutur kata yang digunakan dalam setiap kontennya. Sepatutnya bahasa yang digunakan adalah bahasa yang sopan, karena seorang konten kreator tidak bisa memilah dan memilih siapa yang menjadi penonton dari konten-konten yang dibuat.

Pasal 27:

- a) Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau membuat dapat diaksesnya informasi elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan yang melanggar kesusilaan.

Berdasarkan pasal 27 pelanggaran yang dilakukan oleh @tekotok.official adalah dengan menggunakan kata-kata kotor dan kasar dalam konten. Penggunaan kata-kata kasar dan kotor tidak sesuai dengan norma kesopanan yang berlaku dalam masyarakat dan budaya.

Penelitian ini mengungkapkan bahwa akun Instagram @tekotok.official sering melanggar etika komunikasi melalui penggunaan bahasa kasar dan tidak pantas. Penggunaan kata-kata seperti "goblok," "bego," "anjing," "bangsat," dan "bacot" dalam konten mereka menandakan rendahnya penghargaan terhadap norma-norma komunikasi yang seharusnya dijunjung tinggi di media sosial. Misalnya, dalam konten berjudul "Anak Piaraan" yang

diunggah pada 28 September 2023, kata "goblok" diucapkan oleh karakter anak kecil tanpa teguran, menunjukkan normalisasi penggunaan bahasa kasar.

Pelanggaran ini tidak hanya berdampak pada citra akun tetapi juga berpotensi menormalisasi perilaku komunikasi yang tidak pantas di kalangan audiens, termasuk anak-anak dan remaja. Selain itu, kurangnya tanggung jawab sosial dalam mengelola konten publik menunjukkan perlunya peningkatan kesadaran dan edukasi mengenai etika komunikasi. Pelanggaran-pelanggaran ini menekankan pentingnya menjaga etika dalam berkomunikasi di media sosial untuk menghindari dampak negatif jangka panjang terhadap norma sosial dan perilaku pengguna.

Penelitian ini juga mengungkapkan bagaimana akun ini menerapkan prinsip-prinsip etika komunikasi dalam setiap kontennya, yang secara langsung berhubungan dengan teori Media Equation. Dalam teori Media Equation, yang dikembangkan oleh Byron Reeves dan Clifford Nass, menjelaskan bahwa orang cenderung memperlakukan media seperti mereka berinteraksi dengan manusia lain, seolah-olah media tersebut adalah agen sosial yang nyata. Dalam konteks @tekotokofficial, teori ini terwujud melalui cara pengikut akun tersebut merespons dan berinteraksi dengan konten yang dipublikasikan, seakan-akan mereka berkomunikasi dengan seorang komunikator nyata.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis isi etika komunikator pengguna Instagram pada akun @tekotok.official. Berdasarkan hasil analisis data, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Banyak video yang diunggah oleh akun @tekotok.official mengandung pelanggaran etika komunikasi, termasuk penggunaan bahasa kasar, hinaan, ancaman, body shaming, dan kata-kata vulgar. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggaran etika komunikasi cukup umum terjadi dalam konten yang diunggah.

Analisis tematik mengidentifikasi beberapa tema utama dalam pelanggaran etika komunikasi, seperti kekasaran dan pelecehan verbal, kekerasan dan ancaman, body shaming dan diskriminasi, serta vulgar dan tidak senonoh. Tema-tema ini menggambarkan pola umum dalam pelanggaran etika yang muncul di konten video.

Media sosial seperti Instagram memberikan kebebasan berekspresi yang tinggi, namun juga menjadi tempat berkembangnya perilaku tidak etis karena kurangnya pengawasan dan regulasi yang ketat. Anonimitas dan jangkauan luas platform ini sering kali membuat pengguna merasa bebas untuk mengekspresikan diri tanpa mempertimbangkan etika komunikasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan perlunya peningkatan kesadaran dan edukasi mengenai etika komunikasi di media sosial. Selain itu, diperlukan pengawasan dan regulasi yang lebih ketat untuk mencegah penyebaran konten yang melanggar etika.

Penelitian ini memberikan wawasan penting tentang bagaimana etika komunikasi dilanggar dalam konten media sosial, khususnya pada akun Instagram @tekotok.official. Kesimpulan ini menggarisbawahi pentingnya langkah-langkah konkret untuk meningkatkan kesadaran etika dan regulasi dalam lingkungan media sosial demi menciptakan komunikasi yang lebih sehat dan bertanggung jawab.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis isi etika komunikator pengguna Instagram pada akun @tekotok.official, beberapa saran yang dapat diberikan untuk penelitian lebih lanjut adalah sebagai berikut:

1. Penelitian lebih mendalam tentang faktor penyebab, disarankan untuk melakukan penelitian lanjutan yang lebih mendalam untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan tingginya pelanggaran etika komunikasi di media sosial. Penelitian ini dapat mencakup analisis psikologis, sosiologis, dan budaya terhadap para pengguna yang sering melanggar etika.
2. Studi komparatif antar platform media sosial, melakukan studi komparatif yang membandingkan pelanggaran etika komunikasi di berbagai platform

media sosial seperti Facebook, Twitter, dan TikTok selain Instagram. Hal ini dapat memberikan gambaran yang lebih luas tentang bagaimana etika komunikasi diterapkan dan dilanggar di berbagai platform.

3. Intervensi dan program edukasi, meneliti efektivitas berbagai intervensi dan program edukasi yang dirancang untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang etika komunikasi di media sosial. Penelitian ini dapat mencakup uji coba program edukasi di sekolah, kampus, dan komunitas online.
4. Pengaruh pengawasan dan regulasi, mengkaji pengaruh pengawasan dan regulasi yang lebih ketat terhadap perilaku pengguna media sosial. Penelitian ini bisa melibatkan kerja sama dengan platform media sosial untuk mengimplementasikan dan mengevaluasi kebijakan baru yang bertujuan mengurangi pelanggaran etika komunikasi.
5. Pendekatan multidisiplin, menggunakan pendekatan multidisiplin yang melibatkan kolaborasi antara ahli etika komunikasi, psikolog, sosiolog, dan pakar teknologi informasi. Pendekatan ini dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif dan solusi yang lebih efektif untuk masalah pelanggaran etika di media sosial.

Dengan melakukan penelitian lanjutan berdasarkan saran-saran ini, diharapkan dapat ditemukan solusi yang lebih efektif dan strategis untuk meningkatkan etika komunikasi di media sosial serta menciptakan lingkungan digital yang lebih sehat dan bertanggung jawab.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Eriyanto, *Analisis Isi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015).

Jurnal

Anita ariani, *Etika Komunikasi Dakwah Menurut Al-Quran*, (Jurnal Ilmu Dakwah), Vol, 11 No, 21, Januari – Juni 2012.

Baharuddin Dollah, *Analisis Isi Berita Prof. A. Amiruddin Sebagai Komunikator Dan Visioner Di Harian Fajar Makassar*, Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika Vol 6, No. 1, April (2017).

Belinda Ekharisti Viklous, *Perubahan Bahasa dan Makna Kata “Anjir” di Social Media: Kajian Sociolinguistik*, Jurnal Multidisiplin West Science, Vol. 01, No.02, Desember (2022).

Bimo Mahendra, *Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi)*, Jurnal Visi Komunikasi/Vol 16, No.01, Mei (2017).

Dina Amanda Winata Putri, *Maksud Kata Makian pada Media Sosial Twitter (Kajian Pragmatik)*, Jurnal Kajian Pendidikan FKIP Universitas Dwijendra, Vol 12 No 2, Oktober (2021).

Eraspac, *Saingi tiktok, berikut 5 fitur reels instagram terbaru di 2023*, <https://eraspace.com/artikel/post/saingi-tiktok-berikut-5-fitur-instagram-reels-terbaru-di-2023> diakses pada tanggal 23 September 2023.

Jagad Aditya Dewantara, *“Implementasi Sikap Nasionalisme Terhadap Etika Bermedia Sosial”*, Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan, Vol 6, No 2, Desember (2022).

Kusnadi, *Etika Bermedia Sosial Dalam Era Globalisasi*, Jurnal Begawan Abioso, vol. 13, no. 2, (Desember 2022).

Maya Sandra Rosita Dewi, *Islam Dan Etika Bermedia (Kajian Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial Instagram Dalam Perspektif Islam)*, Vol. 3, No. 1, Januari 2019.

Meita Sekar Sari, Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Pengelola Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura, *Jurnal Ekonomi*, Vol. 21, No. 3, (Oktober 2019).

Ruisah, *Pelanggaran UU ITE pada Media Sosial dalam Etika Komunikasi Massa*, *Jurnal Interaksi Peradaban*, Vol. 1, No. 1. (Juni 2022).

Rury Margiyanti, *Bahasa Slang Dalam Akun Instagram @Moodreceh.Id*, Vol 8 No 06, (2021).

Sri Hapsari Wijayanti, *Bentuk-Bentuk Etika Bermedia Sosial Generasi Milenial*, *Jurnal Komunikasi*, Vol. 16, No. 2, (April 2022).

Tuty Mutiah, *Etika Komunikasi Dalam Menggunakan Media Sosial*, *Jurnal Global Komunka*, Vol. 1, No. 1, (Desember 2019).

Skripsi

Aura Afifah Ratnadewati, skripsi: *Cyberbullying Sebagai Pelanggaran Etika Komunikasi Di Media Sosial (Analisis Kuantitatif Pada Kolom Komentar Channel Youtube Ricis Official)*, (lampung, 2022).

Cintami Prasista Wibowo, *Analisis Pelanggaran Etika Komputer Terhadap Ketidaketisan Penggunaan Pada Media Sosial Instagram*, *Prosiding Seminar Nasional Teknologi dan Sistem Informasi (SITASI)*, (Surabaya: UPN Veteran, 2023).

Fahman, *Pengertian Akhlak Etika Dan Moral*, Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Negeri Uin Alauddin Makassar, September (2021).

M. Izzatul Siddiq, Skripsi: *Analisis Etika Sosial Dalam Pemanfaatan Instagram Oleh Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Unerversitas Islam Riau (Studi Mahasiswa Audio Visual FIKOM)*, (YLPI, 2022).

M. Izzatul Siddiq, Analisis Etika Bermedia Sosial Dalam Pemanfaatan Instagram Oleh Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau, Skripsi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Pekanbaru, 2022.

Nur Sarah, Analisis Wacana Kritis Perspektif Teun A. Van Dijk Terhadap Media Sosial Pada Akun Instagram @Indonesiatanpapacaran, Skripsi Studi Aqidah Dan Filsafat Islam, Fakultas Ushuluddin Dan Filsafat Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019.

Yulita Revica Vidianti, *Etika Penggunaan Media Sosial: Memahami Perilaku Oversharing Pada Aplikasi Instagram*, Prosiding Seminar Nasional Teknologi dan Sistem Informasi (SITASI), (Surabaya: UPN Veteran, 2023).

Zaenal Mukarom, *Teori-Teori Komunikasi*, (Bandung: Jurusan Majemen Dakwah UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2020).

Internet

Sampoerna Universita, *Pengertian Data Penelitian, Jenis Besrta Syaratnya*, <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/jenis-data-penelitian/>, akses pada tanggal 2 januari 2024.

Sirclo, 5 tips membuat feedinstagrambilisnyangmenarik, <https://store.sirclo.com/blog/tips-buat-feed-instagram/> diakses pada tanggal 23 September 2023.

Undang-Undang

Indonesia, Undang – undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (LN No. 251 Tahun 2016, TLN No. 5952), Jakarta (2002).

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran, (Jakarta, 2002).

Lampiran 1 SK Pembimbing

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH
Nomor B 1696 Un 08.FDK/KP.00.4-10/2023

Tentang
Pembimbing Skripsi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Semester Ganjil Tahun Akademik 2023/2024

DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

- Menimbang
- Bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi
 - Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Skripsi
- Mengingat
- Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional,
 - Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen,
 - Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi,
 - Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional,
 - Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen,
 - Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi,
 - Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil,
 - Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh,
 - Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry,
 - Keputusan Menteri Agama No.89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry,
 - Keputusan Menteri Agama No. 153 Tahun 1968, tentang Penetapan Pendirian Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry,
 - Keputusan Menteri Agama Nomor 21 tahun 2015 tentang Statuta UIN Ar-Raniry;
 - Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015 tentang Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur PPs dalam lingkungan UIN Ar-Raniry
 - DIPA UIN Ar-Raniry Nomor: 025.04.2.423925/2023, Tanggal 30 November 2022

MEMUTUSKAN

- Menetapkan
- Pertama
- Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.
Menunjuk Sdr.: 1) Zainuddin T., S.Ag., M.Si..... PEMBIMBING UTAMA (Subtansi Penelitian)
2) Syahril Furqany, M.I.Kom..... PEMBIMBING KEDUA (Teknik Penulisan)

Untuk membimbing KCU Skripsi.

Nama : TIARA SITI RAHMA
NIM/Jurusan : 190401057/Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Judul : Analisis Isi Etika Komunikator Pengguna Akun Instagram @tekotok official

- Kedua : Kepada Pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
- Ketiga : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada dana DIPA UIN AR-Raniry Tahun 2023;
- Keempat : Segala sesuatu akan diubah dan ditetapkan kembali apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan di dalam Surat Keputusan ini;
- Kutipan : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya

Ditetapkan di : Banda Aceh
Pada Tanggal : 09 Oktober 2023 M
24 Jumadil Awal 1445 H

a.n. Rektor UIN Ar-Raniry,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi,

Kusmawati Hatta