

**DINAMIKA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL : STUDI ANALISIS
MAHASISWA KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM DALAM
MENGUNGKAP PERMASALAHAN PRIBADI**

SKRIPSI

Diajukan Oleh

DHIYA AULA FILLAH

NIM. 200401063

Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam



FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY

DARUSSALAM - BANDA ACEH

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 Komunikasi
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Oleh

DHIYA AULA FILLAH

NIM. 200401063

Disetujui Oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

Dra. Muhsinah, M.Ag
NIP. 196312311992032015

Hanifah, S.Sos.I.,M.Ag
NIP.199009202019032015

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 Ilmu Dakwah dan Komunikasi
Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Diajukan Oleh:


DHIYA AULA FILLAH

NIM. 200401009

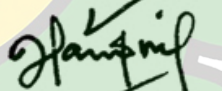
Pada Hari/Tanggal
Kamis, 24 Oktober 2024
di

Darussalam – Banda Aceh
Panitia Sidang Munaqasyah

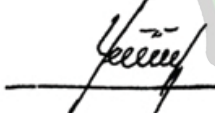
Ketua


Dra. Muhsinah, M.Ag
NIP. 196312311992032015

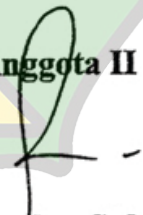
Sekretaris


Hanifah S.Sos.I.M.Ag
NIP. 199009202019032015

Anggota I


Drs. Yusri, M.LIS
NIP. 196712041994031004

Anggota II


Arif Ramdan Sulaeman, MA
NIP. 198007312023211006

Mengetahui,

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry




Fea. Dr. Kusmawati Hatta, M. Pd
NIP. 196412201984122001

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya:

Nama : Dhiya Aula Fillah

NIM : 200401063

Jenjang : Strata Satu (S- 1)

Jurusan/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 dikemudian 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 15 Agustus 2024

Yang Menyatakan,



Dhiya Aula Fillah

200401063

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas kelimpahan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Dinamika Penggunaan Media Sosial Studi Analisis : Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Dalam Mengungkap Permasalahan Pribadi”. Tidak lupa pula shalawat dan salam penulis sampaikan kepada Nabi Besar Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat Beliau yang senantiasa menjalankan perintah Allah SWT.

Skripsi ini ditulis untuk menyelesaikan tugas akhir yang merupakan salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan studi sekaligus untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry. Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapat bimbingan, saran, dorongan, serta kenang-kenangan dari berbagai pihak dan merupakan pengalaman yang tidak dapat diukur secara materi, namun dapat membuka mata penyusun bahwa sesungguhnya pengalaman dan pengetahuan tersebut adalah guru terbaik bagi penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada :

1. Yang teristimewa, kedua orang tua saya, Ayah dan Umik yang selalu menjadi penyemangat saya sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia, yang tidak henti-hentinya melangitkan doa, memberi dukungan, cinta, kasih sayang dan yang tidak pernah berhenti memotivasi penulis sehingga segala perjuangan dan rintangan dapat penulis lewati pada masa perkuliahan ini. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Ayah dan Umik Bahagia. Dan semoga Allah senantiasa menjaga Ayah dan Umik di setiap langkah kalian. Sehat selalu dan hiduplah lebih lama agar kalian bisa melihat putri kecil yang kalian cintai terus tumbuh dan berkembang. Dan terima kasih kepada abang dan adik kandung serta

keluarga besar Ayah dan Umik yang selalu memberikan semangat dan juga dorongan agar dapat menyelesaikan skripsi ini.

2. Bapak Prof. Dr. Mujiburrahman, M. Ag, selaku Rektor dan Bapak Prof. Dr. Muhammad Yasir Yusuf, M.A, selaku Wakil Rektor I, Bapak Prof. Dr. Kairuddin, M.Ag, selaku Wakil Rektor II, Bapak Prof. Dr. Saifullah, M.Ag, selaku Wakil Rektor III UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Ibu Prof. Dr. Kusmawati Hatta, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Wakil Dekan I Bapak Dr. Mahmuddin, Wakil Dekan II Bapak Fairus, S.Ag., M.A. dan Wakil Dekan III Bapak Dr. Sabirin.
4. Bapak Syahril Furqany, S.I.Kom, M.I.Kom. selaku ketua Prodi Komunikasi Penyiaran Islam.
5. Ibu Hanifah, S.Sos.I., M.Ag. selaku sekretaris Prodi Komunikasi Penyiaran Islam.
6. Pembimbing I Ibu Dra. Muhsinah, M.Ag dan pembimbing II Ibu Hanifah, S.Sos.I.,M.Ag. yang telah meluangkan waktu, pikiran dan memberikan banyak arahan dalam proses penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh dosen, staff dan karyawan UIN Ar-Raniry yang telah banyak memberikan ilmu, bimbingan serta dukungan kepada penulis selama masa perkuliahan hingga selesai.
8. Terima kasih kepada seluruh informan yang telah meluangkan waktu untuk bersedia diwawancarai serta memberikan informasi. Khususnya kepada mahasiswa/I Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah banyak membantu memberikan informasi terkait dengan judul skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Terima kasih kepada Saudara, abang, Acut dan bunda dari keluarga ayah dan ibu yang telah memberikan semangat dan doanya.
10. Terima kasih kepada sahabat saya yang sudah menemani proses penulis dari awal perjalanan semester di Kpi tercinta. Nadia, Nada, dan Inne yang masih sama-sama berjuang sampai hari ini.
11. Terima kasih kepada teman-teman yang banyak membantu dalam proses penulisan skripsi ini, Alyani, Tari, Fatimah, Lisa, Fina, Cut Maisarah serta teman-teman seperjuangan lainnya pada program studi

Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2020 yang telah memberikan semangat dan membatu penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.

Banda Aceh, 15 Agustus 2024
Penulis,

Dhiya Aula Fillah



DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	14
C. Tujuan Penelitian	14
D. Manfaat Penelitian	14
E. Definisi Konsep	15
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	20
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	20
B. Dinamika Penggunaan Media Sosial	23
C. Media Sosial	37
C. Panduan Komunitas <i>Instagram</i>	48
C. Teori Interaksi Simbolik	50

D. Teori Johari Windows (Self Disclosure)	55
BAB III METODE PENELITIAN	58
A. Metode Penelitian.....	58
B. Lokasi Penelitian	59
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	59
D. Jenis dan Sumber Data	62
E. Teknik Pengumpulan Data.....	63
F. Teknik Analisis Data.....	66
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN.....	70
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	70
B. Dinamika Penggunaan Media Sosial khususnya Instargam pada mahasiswa KPI dalam Mengungkap Permasalahan Pribadi.....	74
C. Pemanfaatan Media Sosial secara bijak oleh Mahasiswa KPI	86
D. Pembahasan	90
BAB V PENUTUP.....	95
A. Kesimpulan.....	95
B. Saran	96
DAFTAR PUSTAKA	97



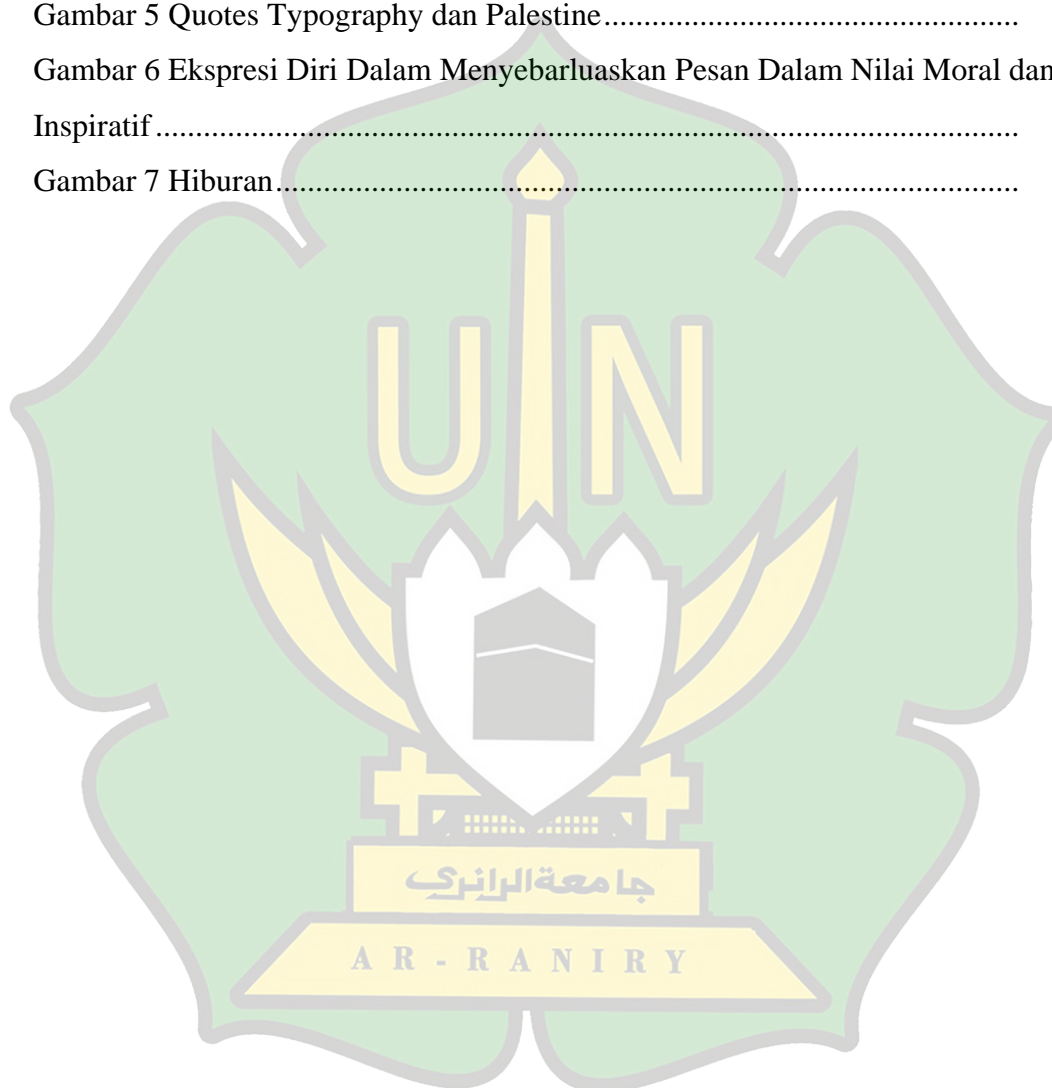
DAFTAR TABEL

Tabel 1 Rencana-Rencana Penelitian..... 60



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Sosial Media Paling Populer	3
Gambar 2 Ekspresi Diri Dalam Mengungkapkan Kesehatan Fisik	77
Gambar 3 Ekspresi Diri Dalam Mengungkapkan Perasaan	78
Gambar 4 Refleksi dan Penguatan Diri.....	81
Gambar 5 Quotes Typography dan Palestine.....	83
Gambar 6 Ekspresi Diri Dalam Menyebarkan Pesan Dalam Nilai Moral dan Inspiratif	84
Gambar 7 Hiburan.....	86



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. SURAT KETERANGAN SK PENUNJUK PEMBIMBING

Lampiran 2. SURAT KETERANGAN MELAKUKAN PENELITIAN

Lampiran 3. DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

Lampiran 4. DOKUMENTASI PENELITIAN

Lampiran 5. DAFTAR RIWAYAT HIDUP



ABSTRAK

Instagram sebagai salah satu media sosial dengan berbagai fiturnya saat ini bukan hanya sebagai wadah untuk mencari teman maupun berbagi informasi, namun juga untuk mencurahkan perasaan serta mengungkap permasalahan pribadi oleh penggunanya. Fenomena ini terus meningkat hingga *instagram* menjadi sebuah wadah untuk melakukan pengungkapan diri. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dinamika penggunaan media sosial, khususnya *Instagram*, oleh mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam mengungkap permasalahan pribadi. Studi ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif deskriptif, dan melibatkan 13 informan yang merupakan mahasiswa dari program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh, dari angkatan 2020 dan 2021. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori interaksi simbolik untuk menjelaskan interaksi sosial melalui simbol-simbol di platform *instagram* mempengaruhi pembentukan konsep diri. Media sosial menyediakan platform di mana mahasiswa komunikasi dan Penyiaran Islam dapat berinteraksi secara terus-menerus dengan berbagai individu, yang memengaruhi cara mereka melihat diri mereka sendiri dan mengungkapkan permasalahan pribadi. Hasil penelitian menunjukkan adanya variasi dalam pola penggunaan *Instagram* oleh mahasiswa. Beberapa mahasiswa cenderung menjaga kerahasiaan informasi pribadi mereka, terutama terkait isu-isu sensitif, seperti masalah keluarga, untuk melindungi diri dari potensi risiko penyalahgunaan data pribadi. Di sisi lain, terdapat mahasiswa yang lebih terbuka dan menggunakan *Instagram* sebagai sarana untuk berbagi pengalaman serta curahan hati dengan harapan mendapatkan dukungan emosional dari lingkungan sosial mereka, terutama melalui fitur "*Close Friends*" yang memungkinkan pembatasan audiens. Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa mahasiswa memiliki pemahaman yang baik tentang kebijaksanaan dalam menggunakan media sosial. Mereka cenderung membangun dan memelihara citra diri yang positif di *Instagram*, menghindari konten negatif, dan lebih memilih untuk menyebarkan pesan-pesan yang positif. Kesadaran akan pentingnya mengelola jejak digital dengan hati-hati menunjukkan upaya mahasiswa dalam menjaga reputasi pribadi dan profesional mereka.

Kata kunci: *media sosial, Instagram, komunikasi, penyiaran Islam, permasalahan pribadi, kebijaksanaan digital*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi komunikasi saat ini sudah menjadi kebutuhan dasar bagi masyarakat luas. Di sisi lain untuk menunjang kebutuhan tersebut diiringi dengan perkembangan teknologi yang pesat, hal ini dapat dibuktikan dengan semakin banyaknya inovasi dalam bidang tersebut. Media sosial merupakan salah satu fenomena dari adanya inovasi teknologi komunikasi. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah peradaban manusia secara global. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membuat dunia menjadi tanpa batas sehingga mengakibatkan terjadinya dinamika sosial dalam bermasyarakat secara signifikan.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memberikan banyak manfaat dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Dengan adanya perkembangan di bidang teknologi informasi dapat memudahkan seseorang mengetahui berbagai peristiwa yang sedang terjadi di Eropa maupun di belahan dunia lainnya, sedangkan perkembangan di bidang teknologi komunikasi dapat memudahkan seseorang berbicara langsung dengan orang lain yang sedang berada di Amerika Serikat maupun di belahan dunia lainnya.¹ Perkembangan teknologi informasi dan

¹ Soerjono Soekanto. Pokok-pokok Sosiologi Hukum. Jakarta: Rajawali Pers, 2010.

komunikasi kemudian direspon oleh pemerintah dengan melahirkan sebuah undang-undang.

Dasar hukum yang mengatur mengenai perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia adalah Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, yang kemudian diubah melalui Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Disahkannya Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik bertujuan merevisi beberapa pasal dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang sudah tidak sesuai lagi dengan perkembangan zaman, salah satunya perkembangan media sosial sebagai media berekspresi bagi masyarakat²

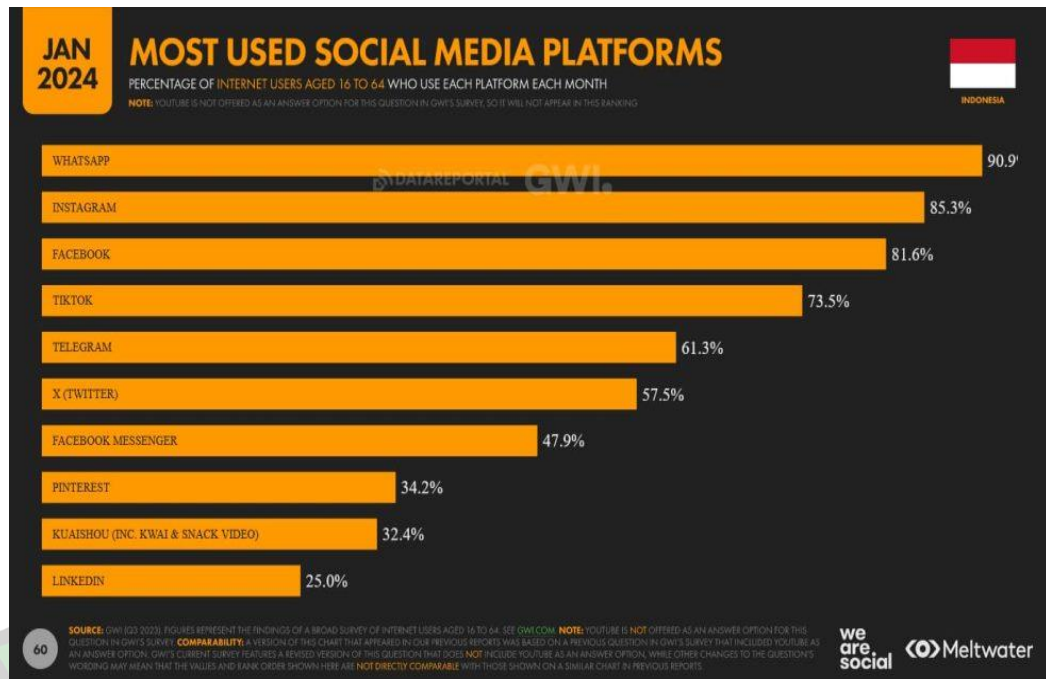
“Keberadaan media sosial tidak dapat dipisahkan dari cara berkomunikasi antar manusia. Media sosial memungkinkan para pengguna dalam penyebaran informasi pribadi, media sosialisasi, pengekspresian diri dalam bentuk gambar, video, maupun kata-kata.”³

“Indonesia, sebagai negara dengan jumlah penduduk terbesar di dunia, semakin mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam penggunaan teknologi digital. Data terbaru yang diterbitkan oleh Datareportal.com pada laporan “Digital 2024 Indonesia” menunjukkan bahwa perilaku pengguna internet di Indonesia terus berkembang, termasuk media sosial dan e-commerce, yang juga terus meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Persentase pengguna internet yang menggunakan setiap platform media sosial berbasis survei yang dapat dilihat

² Amran Suadi. Sosiologi Hukum. Jakarta: Kencana Prenada Media, 2018.

³ Sa’adatina, “Penggunaan Media Sosial Dalam Dinamika Hubungan Pacaran: Studi Terhadap Penggunaan Instagram Pada Pasangan Berpacaran”, Jurnal Undip, hal 2.

pada gambar di bawah ini”:⁴ Instagram merupakan salah satu media sosial paling populer di Indonesia selain Facebook dan Twitter.



Gambar 1 Sosial Media Paling Populer

Sumber : <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024>

Disamping itu, dinamika penggunaan media sosial dalam mengungkap permasalahan pribadi merupakan topik yang menarik untuk diteliti karena melibatkan berbagai aspek psikologis, sosial, dan budaya. Media sosial yang memungkinkan secara perangkat siapa pun bisa mengunggah apa saja, pada akhirnya memunculkan budaya berbagi yang berlebihan dan pengungkapan diri (self disclosure) di dunia maya. Cross memaparkan data pada 2011 yang menyebutkan dalam satu musim saja ada sekitar 159 juta publikasi di jurnal pribadi online atau blog atau setara dengan lebih dari 68 ribu publikasi baru setiap harinya.

⁴ Andi Dwi Riyanto, “Hootsuite (We Are Social) : Data Digital Indonesia 2024,” Blog.andi.link, Februari (2024), email : andidwiryanto@gmail.com diakses pada 28 Juni 2024.

Pengungkapan tersebut menjadi sebuah budaya yang pada akhirnya memberikan pengaburan terhadap batas-batas antara ruang pribadi dan ruang publik.⁵

Media sosial *instagram* sering digunakan sebagai platform untuk mengekspresikan identitas dan diri. Pengguna dapat membagikan pengalaman pribadi, emosi, dan masalah yang mereka hadapi sebagai bagian dari upaya untuk membangun narasi tentang siapa mereka. Bagaimana orang memilih untuk menyampaikan masalah pribadi mereka secara online dapat memberikan wawasan tentang bagaimana mereka melihat diri mereka sendiri dan bagaimana mereka ingin dilihat oleh orang lain. Penggunaan media sosial dalam mengungkapkan masalah pribadi sering kali terkait dengan upaya untuk mendapatkan dukungan emosional dari orang lain.⁶

Dinamika interaksi sosial di media sosial dapat mempengaruhi cara seseorang merasa didukung atau dihargai dalam mengatasi permasalahan pribadi. Pengguna media sosial sering berhadapan dengan pertanyaan tentang apa yang boleh dan tidak boleh dibagikan secara online. Pertimbangan tentang privasi dan batasan pribadi menjadi penting dalam konteks ini. Pengungkapan diri serta budaya berbagi yang berlebihan di media sosial ini lah yang kerap menimbulkan berbagai masalah yang terjadi di masyarakat. Seperti kita ketahui telah sering terjadi

⁵Adrian Mailoor dkk, *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Snapchatterhadap Pengungkapan Diri Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi*, Vol VI, Acta Diurna Komunikasi, (2017), hal 2.

⁶ Noufal Fitra Akbar dkk, *Perubahan Sosial dan Pengaruh Media Sosial Tentang Peran Instagram dalam Membentuk Identitas Diri Remaja*, Jurnal Penelitian dan Bahasa, (Vol.1), 3 Juli 2023, hal 5.

penculikan, perdagangan manusia, bahkan pembunuhan serta tindak kriminal lain yang terjadi, yang bermula dari media sosial.⁷

Seringkali pengguna (user) membagikan informasi yang bersifat pribadi dan sensitif ke media sosial secara berlebihan, sehingga dapat memicu terjadinya tindak kriminal. Selain itu, kemauan untuk mengungkapkan diri dan berbagi secara berlebihan di media sosial dapat menimbulkan kerugian – kerugian lain bagi penggunanya. Salah satu contoh kasus kerugian pengguna setelah melakukan pengungkapan diri dan berbagi secara berlebihan di media sosial adalah Di Indonesia, kasus yang cukup menghebohkan yang terjadi di media sosial snapchat datang dari seorang vlogger fenomenal bernama Karin Novilda atau lebih dikenal dengan nama awkarin. Awkarin mengunggah video di akun Snapchatnya yang sedang menyanyikan lagu Indonesia Raya, di mana lirik lagu Indonesia Raya dimodifikasi dengan menambahkan kata-kata kasar di dalamnya. Kasus ini banyak menarik perhatian netizen hingga para netizen membuat petisi untuk melanjutkan kasus ini hingga ke hukum dikarenakan Awkarin dianggap telah melanggar hukum. Entah motif apa yang ada pada Awkarin sehingga dapat mendorongnya untuk memublikasikan hal tersebut di akun Snapchatnya, yang tak lama setelah itu, video tersebut langsung dihapus oleh Awkarin.⁸

Khususnya *Instagram*, telah menjadi salah satu platform utama dimana individu dapat berbagi momen kehidupan sehari-hari mereka. Mahasiswa program

⁷ Anang Sugeng Cahyono, Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia, hal 8.

⁸ Adrian Mailoor dkk, *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Snapchatterhadap Pengungkapan Diri Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi*, Volume VI, Acta Diurna Komunikasi, (2017), hal 4-5.

studi Komunikasi dan penyiaran Islam (KPI) Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh memainkan peran krusial dalam memanfaatkan media sosial ini sebagai alat untuk menyampaikan pesan, membangun identitas, dan terlibat dalam interaksi online. Pemahaman mengenai jenis aktivitas yang sering dibagikan oleh mahasiswa Komunikasi dan penyiaran Islam (KPI) di media sosial memiliki relevansi signifikan dalam memahami dinamika interaksi mereka diruang digital.

Dinamika yang dimaksud dalam konteks ini adalah perubahan dan perkembangan yang terjadi dalam masyarakat, khususnya dalam cara orang berinteraksi dan berbagi informasi di media sosial. Perubahan ini tidak hanya melibatkan aspek teknis, tetapi juga budaya dan sosial. Salah satu perubahan besar yang kita lihat adalah kebiasaan orang dalam menyimpan atau membagikan masalah pribadi. Dahulu, orang-orang cenderung menyimpan masalah atau pencapaian mereka untuk diri sendiri atau lingkaran terdekat. Namun, dengan hadirnya media sosial, ada kecenderungan untuk membagikan segala sesuatu, mulai dari hal-hal sepele hingga yang sangat pribadi. Ini mencerminkan perubahan yang signifikan dalam norma sosial kita. Penggunaan media sosial seperti *Instagram* oleh berbagai kalangan, termasuk anak-anak, remaja, dan dewasa telah mengubah cara seseorang melihat privasi dan publikasi.

Dinamika dakwah Islam juga mencerminkan perjuangan Rasulullah SAW dalam menyampaikan ajaran agama dapat dihubungkan dengan cara mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam menggunakan media sosial untuk mengungkapkan permasalahan pribadi. Seperti halnya Rasulullah SAW yang harus menyesuaikan strategi dakwahnya dengan kondisi sosial dan politik di Makkah dan

Madinah, mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam juga perlu menyesuaikan cara mereka berkomunikasi dan mengungkapkan diri di platform digital yang terus berubah. Rasulullah SAW menggunakan pendekatan yang berbeda dalam dakwahnya di Makkah dan Madinah, tergantung pada struktur sosial, ekonomi, dan budaya yang ada. Dalam konteks media sosial, mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam juga menghadapi dinamika yang kompleks, di mana mereka harus mempertimbangkan audiens, privasi, dan potensi dampak dari apa yang mereka bagikan. Media sosial menjadi platform bagi mereka untuk mengekspresikan identitas, menyuarakan isu-isu pribadi, dan membangun narasi, mirip dengan cara Rasulullah SAW menggunakan berbagai strategi dakwah untuk membumikan ajaran Islam.

Seperti Rasulullah SAW yang menghadapi tantangan besar dalam menyampaikan dakwahnya di Makkah, mahasiswa/i juga menghadapi tantangan dalam menjaga keseimbangan antara membuka diri di media sosial dan menjaga citra serta privasi mereka. Pendekatan bijaksana dan strategi komunikasi yang diterapkan oleh Nabi Muhammad SAW, seperti Bihikmah (kebijaksanaan), Mauizzatil Hasanah (pengajaran yang baik), dan Mujadalah (dialog yang baik), juga relevan dalam konteks ini. Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam perlu menggunakan kebijaksanaan dalam menyampaikan pesan, memastikan bahwa apa yang mereka bagikan membawa manfaat dan tidak menimbulkan kesalahpahaman. Dakwah Rasulullah SAW di Makkah, yang menghadapi berbagai rintangan, mengajarkan pentingnya keteguhan hati dan adaptasi. Demikian juga, mahasiswa harus tangguh dalam menghadapi tantangan yang muncul dari interaksi sosial di media digital. Pengalaman Rasulullah SAW menunjukkan bahwa keberhasilan

dalam menyampaikan pesan sangat bergantung pada pemahaman mendalam terhadap konteks dan audiens, hal yang juga penting bagi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam penggunaan media sosial.

Dapat disimpulkan, dinamika dakwah Nabi Muhammad SAW dapat menjadi inspirasi bagi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam mengelola kehadiran mereka di media sosial, mengekspresikan permasalahan pribadi dengan bijak, serta beradaptasi dengan kondisi sosial yang terus berubah.⁹

Ada indikator penting yang perlu diperhatikan terkait dengan apa yang boleh dan tidak boleh dibagikan di media sosial. Perubahan yang terjadi tidak hanya dalam bentuk cerita atau konten yang dibagikan, tetapi juga dalam bentuk bahasa dan perilaku yang digunakan. Banyak orang, terutama remaja anak muda, dan dewasa mulai menggunakan bahasa kotor atau menunjukkan kenakalan mereka di media sosial seperti merokok, vaping dan menunjukkan kemesraan dalam berpacaran. Ini merupakan bentuk perubahan yang nyata, di mana sesuatu yang dulunya dianggap tidak pantas kini menjadi umum karena pengaruh media sosial. Perubahan ini memiliki dua sisi pandang yang berbeda. Dari sisi negatif, ada banyak masalah yang muncul, seperti cyber bullying, komentar negatif, dan tekanan sosial untuk selalu tampil sempurna. Namun, dari sisi positif, perubahan ini juga tergantung pada siapa yang menggunakan media sosial dan bagaimana mereka menggunakannya.¹⁰

⁹ M. yakub, *Komunikasi Dakwah Nabi Muhammad Saw Pada Periode Mekah*, Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan (JKPI) Vol. 5 No. 1, 2021.

¹⁰Anang Sugeng Cahyono, *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*, Vol 9.

Pada Generasi Z misalnya, adalah kelompok yang sangat terpapar dengan informasi dan senang mendapatkan informasi baru. Mereka aktif dalam menyebarkan informasi dan cenderung mengalami FOMO (*Fear of Missing Out*), di mana mereka takut ketinggalan tren atau informasi terbaru. FOMO merupakan fenomena memprihatinkan yang diakibatkan dari rangsangan yang diperoleh dalam penggunaan teknologi. Rangsangan dari tingginya intensitas penggunaan media sosial ini disebabkan oleh rendahnya regulasi diri pada seseorang. Oleh karena itu, penting bagi kalangan anak muda untuk mengendalikan diri terhadap perilaku, pikiran, dan emosinya dalam kondisi krisis yang dijumpainya. Inilah yang disebut dengan regulasi diri.¹¹ Contohnya, dalam dunia kuliner, fenomena seperti munculnya Mie Gacoan di Banda Aceh menjadi tren yang diikuti banyak orang.

Selain itu, ada juga fenomena FOPO (*Fear of People's Opinion*), di mana orang takut dengan opini atau penilaian orang lain terhadap dirinya. Ini menunjukkan bahwa ada ketakutan dan kekhawatiran tentang bagaimana orang lain memandang kita. Namun, ketakutan tersebut bisa menjadi obsesi yang tidak rasional, tidak produktif, dan tidak sehat, sehingga menjadi penghambat terbesar bagi potensi diri seseorang.¹²

Pada hakikatnya dalam berbagi informasi dan berinteraksi di media sosial, seharusnya kita mempertimbangkan nilai-nilai etika, agama, dan budaya. Agama ini sudah pasti mengikat budaya, dan agama yang dianut di Aceh adalah agama

¹¹ Putri Dianda Utami dkk, *Hubungan Antara Regulasi Diri dengan Fear of Missing Out (Fomo) pada Remaja Pengguna Instagram*, Vol 5 (2021), hal 177.

¹² Alinda Hardiantoro dkk, *Setelah FOMO, Kini Muncul Fenomena FOPO, Apa Itu?*, artikel Kompas.com

Islam, dan budaya yang berdasarkan nilai Islam mengikat akan nilai-nilai tersebut. Namun, nilai-nilai ini mulai pudar karena kecenderungan untuk membagikan segala sesuatu di media sosial. Ini bisa menjadi satu masalah karena semua orang bisa melihat dan mengomentari apa yang dibagikan, yang bisa menyebabkan *cyber bullying* atau komentar negatif dari haters.

Hal ini memunculkan pertanyaan tentang bagaimana mahasiswa Komunikasi dan penyiaran Islam di media sosial dapat memengaruhi cara mereka mengekspresikan dan menangani permasalahan pribadi mereka. Mahasiswa KPI, yang secara profesional dilatih dalam bidang komunikasi, mungkin memiliki tingkat kesadaran yang lebih tinggi terkait dengan implikasi dari apa yang mereka bagikan di media sosial.

Merasa kecewa dan bersedih hati karena masalah dalam hidup adalah hal yang wajar terjadi pada setiap diri manusia. Setiap orang yang mengalami beban hidup tentu membutuhkan tempat berkeluh-kesah, tempat bercerita, dan bersandar akan masalah yang sedang dihadapi. Di masa ini, yang mana teknologi dan media sosial menjadi hal yang sangat eksis di kalangan masyarakat menjadi salah satu alternatif untuk mencurahkan kesedihan tersebut. Tidak sedikit orang yang kemudian bercerita masalah dan kesedihannya di dunia maya. Seringkali media sosial dipakai untuk mengumbar kesedihan. Setiap masalah yang terjadi dalam hidup manusia menjadi salah satu tolok ukur kebijakan dalam bersikap. Bagaimana sikap seseorang ketika ia sedang sedih atau senang.¹³

¹³<https://alazharpeduli.or.id/publikasi/artikel-berita/p/allah-sebaik-baiknya-tempat-mengadu> diakses pada 23 Juli 2024

Pada dasarnya tidak semua persoalan harus diceritakan pada setiap orang. Cukup Allah yang menjadi tempat kita pulang, kembali, tempat bercerita, dan tempat mengadu dari semua problematika hidup yang dialami.¹⁴ Dalam Islam, telah diingatkan bahwa tidak semua masalah layak untuk disebar dan diceritakan kepada orang lain. Seorang Muslim cukup menyampaikan segala persoalannya hanya kepada Allah SWT. Sebagaimana yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surah Yusuf ayat 86 :

قَالَ إِنَّمَا أَشْكُوا بَثِّي وَحُزْنِي إِلَى اللَّهِ وَأَعْلَمُ مِنَ اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ

Artinya: Ya'qub menjawab: "Sesungguhnya hanyalah kepada Allah aku mengadukan kesusahan dan kesedihanku, dan aku mengetahui dari Allah apa yang kamu tiada mengetahuinya". (Q.S Yusuf : 86)¹⁵

Dan Rasulullah SAW bersabda :

كُلُّ أُمَّتِي مُعَافَى إِلَّا الْمَجَاهِرِينَ ، وَإِنَّ مِنَ الْمَجَانَةِ أَنْ يَعْمَلَ الرَّجُلُ بِاللَّيْلِ عَمَلًا ، ثُمَّ يُصْبِحُ يَحْ وَقَدْ سَتَرَهُ اللَّهُ ، فَيَقُولُ يَا فُلَانُ عَمِلْتُ الْبَارِحَةَ كَذَا وَكَذَا ، وَقَدْ بَاتَ يَسْتُرُهُ رَبُّهُ وَيُصْبِحُ يَكْثِفُ بَسْتُرَ اللَّهِ عَنْهُ

Artinya: "Setiap ummatku dimaafkan, kecuali orang yang terang-terangan dalam bermaksiat. Sesungguhnya, termasuk menampakkan kemaksiatan adalah seseorang berbuat suatu perbuatan maksiat di malam hari kemudian di pagi harinya dia menceritakan perbuatannya tersebut, padahal Allah sendiri telah menutupinya. Dia mengatakan, 'Hai Fulan! Tadi malam saya berbuat demikian dan demikian.' Sepanjang malam Tuhannya telah menutupi aibnya, tetapi ketika pagi hari dia justru membuka penutup yang telah Allah tutupkan padanya." (H.R Bukhari dan Muslim)¹⁶

¹⁴ Siti Adidah, Allah Sebaik-baiknya tempat mengadu, Oktober (2023)

¹⁵ <https://quran.nu.or.id/yusuf/86>

¹⁶ <https://muslim.or.id/81266-allah-maha-menutupi-aib-hamba-nya.html>

Allah Ta'ala juga berfirman dalam Al-Qur'an surah An-Nur ayat 19

إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ

Artinya : *“Sesungguhnya, orang-orang yang ingin agar (berita) perbuatan yang amat keji itu tersiar di kalangan orang-orang yang beriman, bagi mereka azab yang pedih di dunia dan di akhirat. Dan Allah mengetahui, sedangkan kamu tidak mengetahui.” (QS. An-Nur: 19)¹⁷*

Dalam konteks ini, maka perlu diperhatikan bahwa ketika mahasiswa/i membagikan aktivitas sehari-hari mereka, isu-isu privasi seperti batasan terhadap informasi pribadi, kehidupan keluarga, kisah cinta, kesedihan, kenakalan atau bahkan pertimbangan etika mungkin menjadi perhatian yang penting. Di tengah keinginan untuk terlibat secara aktif di media sosial, individu cenderung mengabaikan aspek-aspek privasi mereka. Mahasiswa/i memutuskan untuk mempublikasikan konten tersebut karena menganggapnya sebagai sesuatu yang wajar dan umum untuk dibagikan. Selain itu, ini juga menjadi salah satu cara untuk mengatasi stres. Dalam keinginan untuk aktif di media sosial, individu seringkali mengabaikan aspek-aspek privasi bermedia sosial.

Berdasarkan statement dengan salah satu mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam semester 8, Inne Nuriel menjelaskan “sosial media ibaratkan menjadi online diary bagi sebagian penggunanya, dimana kita dapat memposting, mengungkapkan perasaannya, dan memberi tahu apa saja yang dilakukan. Sebagai

¹⁷ <https://quran.com/id/cahaya/19-28>

wadah untuk melakukan pengungkapan diri baik itu perasaan Bahagia, senang, sedih, atau marah, media sosial diyakini menjadi cara yang efektif untuk meredakan perasaan hati seseorang.”¹⁸

Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) seharusnya menjadi teladan dalam menjaga nilai-nilai agama dan budaya. Mereka seharusnya kembali kepada rujukan Al-Quran dan Hadis dalam berperilaku dan berinteraksi di media sosial. Namun, kenyataannya, banyak dari mereka yang lebih suka membagikan hal-hal yang tidak seharusnya, seperti kenakalan, menormalisasikan hubungan berpacaran, dsb. Ini menunjukkan bahwa mereka tidak menjaga marwah sebagai mahasiswa Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. Konsep diri mereka menjadi tidak baik karena tidak menjaga nilai-nilai tersebut. Ketika memilih untuk kuliah di UIN, seharusnya mereka sadar akan identitas tersebut, namun kenyataannya, banyak yang tidak memedulikannya dan mengikuti perilaku yang tidak sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Berdasarkan data yang didapatkan maka, peneliti tertarik untuk meneliti dinamika penggunaan media sosial karena perubahan dan perkembangan yang terjadi pada mahasiswa/i Komunikasi dan Penyiaran Islam yang notabennya mereka adalah pengguna media sosial aktif, beragama Islam, berbudaya Aceh tetapi dalam penggunaan media sosialnya, konten-konten yang diunggah ke *instagram* jauh dari nilai budaya agama dan budaya yang mengikat dalam pengungkapan diri mereka. Peneliti ingin menggali bagaimana pengungkapan diri yang ingin dilakukan oleh mahasiswa/i KPI.

¹⁸ Hasil Wawancara Mahasiswa KPI

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah, rumusan Masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana dinamika penggunaan media sosial khususnya *instagram* pada mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam pengungkapan permasalahan pribadi?
2. Bagaimana mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam bijak dalam menggunakan media sosial?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana dinamika penggunaan media sosial khususnya *instagram* pada mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam pengungkapan permasalahan pribadi
2. Untuk mengetahui bagaimana mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam bijak dalam menggunakan media sosial

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Secara akademis. Penelitian diharapkan dapat membuka jendela pengetahuan baru dengan mengeksplorasi berbagai aspek, seperti bagaimana mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) mengelola etika media sosial dalam kegiatan pembagian aktivitas mereka, tetapi juga dapat memberikan landasan untuk pengembangan kurikulum dan pedoman etika media sosial yang lebih efektif dalam pendidikan mahasiswa KPI.

2. Manfaat Teoritis

Secara Teoritis, mengenai jenis aktivitas yang sering dibagikan oleh mahasiswa KPI sehari-hari di media sosial memiliki potensi memberikan berbagai manfaat yang dapat memperkaya pemahaman dalam bidang komunikasi, media sosial, persepsi, atau citra diri.

3. Manfaat Praktis

Secara Praktis, kajian dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pemahaman kita tentang etika media sosial dan mendorong kesadaran etika di kalangan mahasiswa KPI dan profesi komunikasi secara keseluruhan.

E. Definisi Konsep

1. Dinamika Sosial

Dinamika sosial adalah perubahan sosial yang terjadi akibat adanya interaksi dalam dua atau lebih individu dalam suatu masyarakat yang memiliki hubungan psikologis secara jelas dalam situasi yang dialami. Dalam dinamika Masyarakat dapat terjadi interaksi sosial, kelompok sosial, dan kelas sosial. Setiap masyarakat perkotaan maupun perdesaan akan mengalami dinamika sosial. Bentuk dinamika sosial berupa nilai sosial, norma sosial, pola perilaku individu dan organisasi, struktur sosial, kelas sosial, dan sistem pemerintahan dalam suatu masyarakat. Dinamika sosial dapat ditelaah melalui proses sosial yang terjadi dalam masyarakat dan kebudayaan yaitu internalisasi, sosialisasi, enkulturasi, difusi, akulturasi, asimilasi, pembaruan dan penemuan baru. Perkembangan ilmu pengetahuan teknologi menjadi faktor utama

terjadinya dinamika sosial. Dampak yang ditimbulkan oleh dinamika sosial dapat bersifat positif maupun negatif bagi masyarakat. Wujud konkret dari dinamika sosial antara lain perubahan jumlah penduduk, perubahan kualitas penduduk, perubahan struktur pemerintahan, perubahan mata pencaharian, perubahan komposisi penduduk, dan lain-lain¹⁹

2. Media Sosial

Media sosial atau sering juga disebut sebagai sosial media adalah pelantar digital yang memfasilitasi penggunaannya untuk saling berinteraksi atau membagikan konten berupa tulisan, foto, video, dan merupakan pelantar digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunaannya. Media sosial juga merupakan sebuah sarana untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara daring yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu.²⁰

3. Pengungkapan Diri (Self Disclosure)

Self disclosure (keterbukaan diri) merupakan tindakan untuk mengungkapkan tentang bagaimana kita berinteraksi dengan orang terhadap situasi yang terjadi saat ini, dan memberikan informasi tentang masa lalu yang relevan, yang dapat menjelaskan reaksi yang kita perbuat saat ini. Devito menyebutkan bahwa makna dari self disclosure adalah suatu bentuk komunikasi dimana anda atau seseorang menyampaikan informasi tentang dirinya yang biasanya disimpan. Oleh karena itu, setidaknya proses *self disclosure* membutuhkan dua orang. Devito

¹⁹ https://id.wikipedia.org/wiki/Dinamika_sosial diakses pada 03 Januari 2024

²⁰ https://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial diakses pada 03 Januari 2024 pukul 02.21

menyatakan bahwa keterbukaan diri adalah jenis komunikasi dimana individu mengungkapkan informasi tentang dirinya yang biasanya disembunyikan atau tidak diceritakan.²¹

Sebuah hubungan pada umumnya akan diawali dengan adanya pertukaran informasi diri yang sifatnya dangkal. Seiring dengan semakin akrabnya sebuah hubungan, maka *self disclosure* (keterbukaan diri) akan semakin sering dan mendalam. Dengan demikian, *self disclosure* (keterbukaan diri) menandai kedekatan atau keintiman hubungan yang ada. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan dalam *social penetration theory* bahwa bila sebuah hubungan berkembang ke tingkat yang lebih akrab, maka *self disclosure* (keterbukaan diri), baik keluasan maupun kedalamannya akan meningkat dan peningkatan ini akan dirasakan oleh individu yang bersangkutan secara nyaman.²² Seseorang akan merasa tidak nyaman bila dalam sebuah hubungan yang baru terjadi atau tidak akrab dan saat lawan bicaranya sudah mengungkapkan hal-hal yang bersifat pribadi. Pada umumnya, *self disclosure* (keterbukaan diri) bersifat saling berbalas (Reciprocal). Pada awal hubungan interpersonal, pasangan akan menyesuaikan tingkat keterbukaan dirinya dengan tingkat keterbukaan yang diberikan oleh orang lain. Bila yang satu terbuka, maka akan menstimulasi yang lainnya untuk juga terbuka, demikian pula bila yang satu kurang terbuka, maka yang lainnya juga akan mengurangi keterbukaan dirinya.²³

²¹ Joseph A. Devito, *The Interpersonal Communication Book* (USA: Pearson Education, 1992), XIII: 112

²² Wisnu Wardhani, Dian Mashoedi, Sri Fatmawati, *Hubungan Interpersonal* (Jakarta: Salemba Humanika, 2012), hal 50

²³ Wisnu Wardhani, Dian Mashoedi, Sri Fatmawati, *Hubungan Interpersonal.*, 50

4. Permasalahan Pribadi

Masalah pribadi adalah masalah yang ada pada diri pribadi maupun yang datang dari luar diri.²⁴ Masalah pribadi adalah masalah individu dan masalahnya tidak ingin diketahui oleh banyak orang. Masalah datang dari diri pribadi maupun datang dari luar diri. Sesuai dengan pendapat Syahril dan Riska Ahmad mengemukakan bahwa masalah dapat dilihat dari dua segi yaitu²⁵ :

1. Diri sendiri

- a. Keterbatasan atau kekurangan kemampuan mental
- b. Keterbatasan kemampuan atau keadaan fisik
- c. Ketidakseimbangan emosional
- d. Sikap dan kebiasaan tertentu yang dapat merugikan diri sendiri.

2. Dari luar diri

- a. lingkungan keluarga,
- b. lingkungan sekolah c. lingkungan masyarakat.

3. Teman Sebaya

Menurut Santrock teman sebaya adalah anak-anak atau remaja dengan tingkat usia atau tingkat kedewasaan yang sama. Teman sebaya merupakan lingkungan sosial pertama dimana remaja belajar untuk hidup bersama orang lain

²⁴ Aulia Khofifah, Permasalahan yang di sampaikan siswa kepada guru BK/Konselor, <http://lppm.akperpamenang.ac.id/wp-content/uploads/2015/05/0406>. Volume 2 No 2, Juni

²⁵ Ibid,h.29

yang bukan anggota keluarganya. Guru Bimbingan Konseling Guru bimbingan konseling atau konselor sebagai pusat pengerak bimbingan dan konseling di sekolah. Pelayanan bimbingan dan konseling tersedia dan tertuju untuk semua siswa. Guru Bk juga tempat pencerahan kepentingan siswa, pencerahan apa yang terasa dihati dan terpikirkan oleh siswa.²⁶



²⁶ 10 John W. Santrock, *Perkembangan Remaja*, Jakarta: Erlangga, 2003, h.219

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian terdahulu adalah navigasi bagi peneliti untuk menjadi acuan melaksanakan penelitian. Penelitian terdahulu menjadi bagian dari sebuah penelitian dalam melihat persamaan dan perbedaaan antar penelitian serta menjadi dasar agar penelitian yang akan kita lakukan menjadi lebih inovatif dengan berbagai pembaruan.

Penelitian yang dilakukan oleh Altashya Nurul Budiani dkk (2023) dengan judul “Gambaran *Self disclosure* Pengguna *Second account Instagram* (Studi Fenomenologi *Self disclosure* Pengguna *Second account Instagram* Pada Dewasa Awal)”. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa gambaran *self disclosure* pengguna *Instagram* yang memiliki *second account* yaitu mereka memiliki cara yang berbeda dalam mengungkapkan diri di media sosial terutama di *Instagram*. Penelitian ini menemukan bahwa *second account* di *Instagram* dapat dijadikan sebagai pengungkapan diri kepada orang-orang yang dikenal atau dalam ruang lingkup yang lebih kecil, berbeda dengan main account yang di dalamnya terdapat followers atau orang yang tidak dikenal. Hal tersebut dikarenakan followers di second account lebih dapat dipercaya ketika berbagi informasi mengenai diri. Ada yang menggunakan *second account* untuk berbagi tentang kegiatan, pencapaian, dan hubungan dengan pasangan atau teman teman, ada pula yang menjadikannya sebagai tempat bercerita, berbagi pandangan mengenai hal-hal yang disukai dan sebagai tempat menyimpan foto atau kenangan. Postingan yang ada di *second account* juga bervariasi pada individu yang berbeda. Postingan berupa foto

atau video dengan pasangan, tentang hal-hal yang disukai seperti film, musik, dan postingan random.²⁷

Penelitian berikutnya berbeda dengan penelitian sebelumnya yang membahas tentang selebgram Aceh yang menggunakan *Instagram Story* sebagai sarana dan media pengungkapan diri. Jika dilihat dalam konteks penelitian mengenai pengungkapan diri yang dilakukan selebgram Ririn dan Khalida dalam membagikan pengungkapan diri kedua selebgram memilih menyaring terlebih dahulu hal-hal yang mereka bagikan. Pengungkapan diri yang di tampilkan kedua selebgram pada *Instagram Story* dalam studi ini menunjukkan ekspresi perasaan, hobi, cita-cita atau impian, ekspresi perasaan, serta upaya penjernihan diri, keabsahan sosial, kendali sosial dan perkembangan hubungan. Dalam melakukan pengungkapan diri selebgram tidak dapat mengetahui secara jelas siapa yang akan menjadi penerima informasi pengungkapan dirinya, meski begitu selebgram tetap dapat memperkirakan siapa yang akan menjadi penerima informasi pengungkapan diri dengan mengecek pemirsa *Instagram Story* dan respons yang didapat. Dengan memperhatikan tanggapan atau reaksi pengikut *Instagram* Ketika melakukan pengungkapan diri, selebgram dapat memperoleh informasi tentang ketetapan pandangannya yang berhubungan dengan realitas sosial. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya terfokus pada dua selebgram, sehingga diperlukan penelitian lanjutan untuk memahami bagaimana respons followers terhadap pengungkapan diri selebgram dari komentar yang diberikan dalam *Instagram Story*.²⁸

Sri Wahyuningsih (2018) melalui penelitian yang berjudul: “Penerapan Komunikasi Pengungkapan Diri (*Self Disclosure*) Muslim Bercadar di Fakultas Dakwah dan Komunikasi”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih detail mengenai bentuk dari pengungkapan diri

²⁷ Altashya Nurul Budiani dkk “*Gambaran Self disclosure Pengguna Second account Instagram (Studi Fenomenologi Self disclosure Pengguna Second account Instagram Pada Dewasa Awal)*” N0. 2 (Vol 7) 2023.

²⁸ Rizanna dkk “Pengungkapan Diri Selebgram Aceh Melalui Instagram Story”, (2022).

mahasiswa yang bercadar, serta bentuk komunikasi pengungkapan diri yang dilakukan oleh mahasiswa bercadar mengingat sosok bercadar terkesan berbeda dari yang lainnya. Adapun metode penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan wawancara mendalam pada 6 informan. Pengumpulan data yang dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam dan pengumpulan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, pertama, muslimah bercadar melakukan keterbukaan diri dalam rangka membangun relasi dengan lingkungan sekitar, sehingga dapat saling menjalin komunikasi dengan lingkungannya dan kehadirannya dapat diterima oleh lingkungan. Kedua, dalam proses pengungkapan diri terjadi hubungan pertemanan atau penolakan, mengingat muslimah bercadar melakukan seleksi saat pengungkapan diri. Seleksi ini dilakukan khususnya ketika berhadapan dengan lawan jenis.²⁹

Penelitian yang menjadi acuan penulis untuk membahas dinamika penggunaan media sosial studi analisis mahasiswa komunikasi dan Penyiaran Islam dalam mengungkap permasalahan pribadi memiliki perbedaan yang signifikan dengan penelitian-penelitian sebelumnya pada aspek yang belum dieksplorasi secara mendalam dalam ketiga penelitian sebelumnya. Sementara Anggi Aldila dkk fokus pada TikTok, Santi Delliana dkk pada komunitas FWB di Twitter, dan Ardian Mailoor dkk pada Snapchat, penelitian saya akan mengeksplorasi platform media sosial yang sama atau aspek pengungkapan diri yang belum banyak diteliti, seperti dampak psikologis atau efek jangka panjang dari pengungkapan diri di media sosial. Selain itu, penelitian saya menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk menambah kedalaman dan validitas temuan, serta fokus pada populasi atau sampel yang berbeda. Penelitian ini penting karena mengisi kekosongan pengetahuan yang ada, menyediakan data dan perspektif baru, serta memiliki relevansi praktis bagi pengguna media

²⁹ Wahyuni, "Penerapan Komunikasi Pengungkapan Diri (Self Disclosure) Muslimah Bercadar di Fakultas Dakwah dan Komunikasi", 2018.

sosial, pengembang platform, dan pembuat kebijakan dalam mengelola pengungkapan diri di media sosial untuk menjaga kesejahteraan pengguna.

B. Dinamika Penggunaan Media Sosial

1. Dinamika dalam Penggunaan Media Sosial

Dinamika kehidupan masyarakat mengalami perkembangan yang sangat pesat. Akulturasi budaya dengan sentuhan teknologi informasi merupakan fenomena pendorong perubahan tersebut. Kebebasan personal dalam menyampaikan ide, kritik, saran dan bahkan “hujatan” sering dijumpai setiap jam dan hari melalui berbagai varian media yang digunakan.³⁰ Permasalahan yang timbul pada penggunaan media sosial antara lain berupa peleburan ruang privat dengan ruang publik para penggunanya yang seharusnya disimpan malah dishare. Hal ini mengakibatkan pergeseran budaya berupa pengguna tak lagi segan mengunggah segala kegiatan pribadinya untuk disampaikan kepada teman atau kolega melalui akun media sosial dalam membentuk identitas diri mereka. Penggunaan media sosial juga dapat menyebabkan ketergantungan atau adiksi yang berdampak buruk.

Generasi yang tumbuh dalam budaya digital memiliki kecenderungan bersifat menyendiri (*desosialisasi*). Masalah yang tak kalah pelik adalah penyebaran berita hoax, hate crime (*cyberhate*), dan *cyber-bullying* yang semakin meningkat.³¹ Dilihat dari sisi sebaliknya, media sosial juga menawarkan beragam manfaat. Suatu studi di Korea mengenai risiko vs keuntungan (*risk vs benefit*) dari media sosial. Faktor risiko berupa risiko sosial, risiko psikologis, dan masalah privacy. Sedangkan keuntungan berupa konektivitas sosial,

³⁰ Anang Sugeng Cahyono, Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia, Vol.9 (2016) hal 8.

³¹ (William M & Pearson O, 2016).

keterlibatan sosial, update informasi dan hiburan. Studi ini menyimpulkan bahwa efek keuntungan atau benefit dirasakan oleh pengguna lebih besar dibanding risikonya.³²

Media sosial juga memiliki pengaruh besar terhadap dinamika sosial, di mana jumlah *likes*, *shares*, dan komentar dapat mempengaruhi rasa kepuasan diri dan harga diri pengguna. Influencer dan figur publik memanfaatkan platform media sosial ini untuk membangun dan mempengaruhi audiens mereka, menciptakan tren dan budaya baru dalam masyarakat. Namun, penggunaan media sosial yang berlebihan juga dapat berkontribusi pada masalah kesehatan mental, seperti kecemasan, depresi, dan FOMO (*Fear of Missing Out*) di mana mereka takut ketinggalan tren atau informasi terbaru.³³ Meskipun demikian, media sosial juga dapat menjadi sumber dukungan emosional dan komunitas bagi mereka yang membutuhkannya.

Media sosial juga menjadi sumber informasi yang cepat, namun rentan terhadap penyebaran mis informasi dan berita palsu. Algoritma platform sering kali memperkuat echo chamber, di mana pengguna hanya mendapatkan informasi yang mendukung pandangan mereka, sehingga membatasi perspektif dan pemahaman yang lebih luas. Selain itu, media sosial telah mengubah cara kita berkomunikasi, dengan pesan yang lebih cepat dan sering kali lebih singkat. Emoji, GIF, dan meme telah menjadi bagian dari bahasa komunikasi modern di platform ini. Secara keseluruhan, dinamika penggunaan media sosial mencerminkan perubahan besar dalam cara kita berinteraksi, berkomunikasi, dan membentuk identitas di era digital ini.³⁴

³² Khan GF, et al (2013)

³³ Putri Dianda Utami dkk, *Hubungan Antara Regulasi Diri dengan Fear of Missing Out (Fomo) pada Remaja Pengguna Instagram*, Vol 5 (2021), hal 177.

³⁴ Schober, MF, & Conrad, FG (2018). Mode komunikasi dan interaksi percakapan. Dalam *The Oxford Handbook of the Science of Science Communication* (hlm. 104-113). Pers Universitas Oxford.

2. Nilai Budaya, Agama dan Psikologi dalam Penggunaan Media Sosial

a. Nilai Budaya

Perubahan sosial budaya adalah suatu struktur sosial dan pola budaya dalam masyarakat yang mengalami perubahan akibat sifat dasar manusia yang selalu menginginkan perubahan. Perubahan sosial budaya yang disebabkan media sosial dapat bersifat positif maupun negatif. Perubahan yang bersifat positif dapat mempermudah komunikasi antar budaya, pertukaran pengetahuan, dan mempermudah transaksi bisnis. Perubahan yang bersifat negatif salah satunya adalah geger budaya (*culture shock*). Geger budaya terjadi akibat informasi yang diperoleh dari media sosial dan ditelan bulat-bulat, diyakini kebenarannya dan diterapkan dalam kehidupan keseharian, walaupun sebenarnya tidak sesuai dengan budaya sekitar.

Hal ini dapat menyebabkan perubahan nilai, norma, maupun aturan dalam berkomunikasi. Media sosial dapat mengakibatkan perubahan pada enam unsur budaya:

1. Media sosial membawa perubahan pada kepercayaan (*belief*), nilai (*values*), dan sikap (*attitudes*).

Dengan media sosial, masalah hubungan seseorang dengan sang pencipta tidak lagi dianggap sebagai hubungan individual, tetapi kelompok. Seseorang dapat berbagi pengalaman rohaninya atau ucapan rasa syukur terhadap pencipta dengan orang lain maupun kelompok misalnya dengan menggunakan *instagram*. Media sosial juga dapat mengubah nilai-nilai dalam masyarakat, misalnya budaya masyarakat Indonesia dikenal dengan budaya sopan santun. Dengan media sosial, terjadi pergeseran nilai karena seseorang dapat memberi kritik tajam, hujatan, bahkan makian secara langsung terhadap individu atau kelompok lain tanpa memikirkan konsekuensi pada sang terhujat. Media sosial juga menyebabkan perubahan sikap pada masyarakat. Salah satu

contohnya adalah seseorang tidak menganggap pertemuan langsung atau silaturahmi sebagai sesuatu yang penting, karena dapat dilakukan hanya dengan chatting di media sosial. Sikap acuh tak acuh dan tidak peduli pada lingkungan sekitar juga merupakan dampak dari penggunaan media sosial yang banyak ditemukan.

2. Pandangan dunia (worldview)

Cara pandang sempit (tradisional) yang berubah menjadi cara pandang global (modern). Hal inilah yang sering mengakibatkan geger budaya. Sebagai contoh gaya berpacaran remaja di luar negeri yang cenderung bebas dan diupload pada *instagram* atau media sosial lainnya, telah banyak diterapkan oleh remaja Indonesia, walaupun sebenarnya sangat bertentangan dengan budaya sekitar.

3. Organisasi sosial

Organisasi sosial yang dibentuk di media sosial seperti *instagram* tidak lagi bersifat resmi dan terikat seperti di dunia nyata. Seorang anggota organisasi sosial di *Instagram* dapat sangat aktif maupun pasif, tidak ada keterikatan dan rasa tanggung jawab seperti pada dunia nyata. Tetapi justru hal inilah yang membuat sebagian besar masyarakat merasa tertarik untuk bergabung dengan organisasi pada media sosial.

4. Tabiat manusia (human nature)

Story/Feed pada *Instagram* maupun media sosial lain sering menunjukkan tabiat narsis, egosentris, ingin merasa lebih dari yang lain dan ingin menonjolkan kelebihan diri sendiri. Banyak juga yang terlihat berusaha membuka kekurangan dan memojokkan orang lain. Tabiat buruk yang dahulu ditutupi, sekarang jelas terpampang pada media sosial seseorang dengan atau tanpa disadari oleh pemilik akun tersebut.

5. Orientasi kegiatan (activity orientation)

Orientasi kegiatan yang bersifat positif antara lain mengupload kegiatan untuk tujuan bisnis, perdagangan atau kegiatan sosial. Orientasi kegiatan yang bersifat negatif antara lain mengupload suatu kegiatan dengan tujuan pamer, atau membangun citra diri.

6. Persepsi tentang diri sendiri dan orang lain (perception on self and others)

Perilaku pengguna *Instagram* yang berusaha membangun konsep diri mereka sendiri dengan menuliskan status pada laman *instagram* mereka. Mengekspos diri sendiri untuk mendapat perhatian orang lain, misalnya dengan mengunggah (upload) foto untuk berlomba mendapatkan “like” dari orang lain.³⁵

b. Nilai Agama

Pada penggunaan media sosial sebagai sarana pendukung pembelajaran agama Islam, penting untuk memperhatikan etika dan nilai-nilai agama. Konten yang dibagikan melalui media sosial harus sesuai dengan ajaran agama Islam dan mempromosikan nilai-nilai moral yang tinggi. Pendidik atau pengajar agama Islam perlu memberikan panduan kepada pembelajar tentang penggunaan yang benar dan etis dari media sosial dalam konteks pembelajaran agama Islam.³⁶ Pengguna *Instagram* tersebar secara global dan nasional, bahkan Aceh yang dikenal dengan sebutan Serambi Mekkah dan Syariat Islam tidak lepas dari pemanfaatan media sosial tersebut. Dalam konteks pendidikan agama Islam, pengaruh media sosial semakin penting dalam bentuk pola pikir individu terutama generasi sekarang. Hal ini menimbulkan banyak perhatian terhadap bagaimana dinamika media sosial dapat mempengaruhi pemahaman dan praktik keagamaan khususnya dalam konteks Islam. Dinamika

³⁵ Samovar LA & Porter RE (2009)

³⁶ Zahara, M. I., & Syahroni, A Implementasi media sosial sebagai sarana pembelajaran agama Islam di Pondok Pesantren Darul Fadhilah. *Al-Ibtida: Jurnal Pendidikan Guru MI*, . (2018), 5(1), 65-80.

media sosial sering memberikan peluang bagi penyebaran informasi agama Islam yang belum diverifikasi kebenarannya, menyebabkan pemahaman agama yang keliru atau tidak tepat tersebar cepat di antara pengguna.³⁷

Ada enam bentuk atau jenis gaya bicara (qawlan) di dalam al-Qur'an yang dikategorikan sebagai kaidah, prinsip atau etika komunikasi Islam. Bentuk-bentuk etika komunikasi Islam tersebut seperti halnya :³⁸

1. Qawlan Sadidan (perkataan yang benar) Kata qawlan sadidan disebut dua kali dalam Al-Qur'an. Pertama, Allah menyuruh manusia menyampaikan qawlan sadidan dalam urusan anak yatim dan keturunan, terdapat dalam Firman Allah QS. An-Nisaa/4: 9

وَلِيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَافًا خَافُوا عَلَيْهِمْ
فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya: dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan Perkataan yang benar. (Q,S An-Nisaa/4:9)³⁹

2. Qawlan Baligha (efektif, tepat sasaran) Kata “baligh” dalam bahasa arab artinya sampai, mengenai sasaran atau mencapai tujuan. Apabila dikaitkan dengan qawl (ucapan atau komunikasi), “baligh” berarti fasih, jelas maknanya, terang, tepat mengungkapkan apa yang dikehendaki. Oleh karena itu prinsip qawlan baligha dapat

³⁷ Maulida Ulfa, “Book Chapter of Proceedings Journey-Liaison Academia and Society Menjaga Moderasi Beragama Di Era Digital : Tantangan Dan Strategi Menghadapi Teknologi Maintaining Religious Moderation in the Digital Age : Challenges and Strategies for Facing Technology B” 3, no. 1 (2024): 43–63

³⁸ Jalaluddin Rakhmat, Islam Aktual: Refleksi Seorang Cendekiawan Muslim, (Bandung: Mizan, 1994), hlm. 76-87.

³⁹ Najuba, H., & Khoiruddin, H. (2023). Kaderisasi Dalam Al-Qur'an: Studi Kata Dhi'afa Pada Surat An-Nisa ayat 9. *Jurnal Pendidikan Indonesia (JOUPI)*, 1(4), 183-194.

diterjemahkan sebagai prinsip komunikasi yang efektif. Secara terperinci, ungkapan qawlan baligha dapat dilihat dalam QS. An-Nisaa: 63

أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ
لَهُمْ فِي أَنفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا

Artinya: Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan Katakanlah kepada mereka Perkataan yang berbekas pada jiwa mereka. (Q.S An-Nisaa : 63)⁴⁰

Pengertian qawlan baligha dirinci menjadi dua, qawlan baligha terjadi bila da'i (komunikator) menyesuaikan pembicaraannya dengan sifat-sifat khalayak yang dihadapinya sesuai dengan *frame of reference and field of experience*. Kedua, qawlan baligha terjadi bila komunikator menyentuh khalayaknya pada hati dan otaknya sekaligus. Jika dicermati dapat disimpulkan kata qawlan baligha ialah menggunakan kata-kata yang efektif, tepat sasaran, komunikatif, mudah dimengerti, langsung ke pokok masalah (*straight to the point*), dan tidak berbelit-belit atau bertele-tele. Agar komunikasi tepat sasaran, gaya bicara dan pesan yang disampaikan hendaklah disesuaikan dengan kadar intelektualitas komunikan dan menggunakan bahasa yang dimengerti oleh mereka.

3. Qawlan Karima (perkataan yang mulia) Perkataan yang mulia, dibarengi dengan rasa hormat dan mengagungkan, enak didengar, lemah-lembut, dan bertata krama. Jika dikaji lebih jauh, komunikasi dakwah dengan menggunakan qawlan karima lebih ke sasaran dengan tingkatan umurnya lebih tua. Sehingga, pendekatan yang digunakan

⁴⁰ Nurani, S. (2021). The Quran and Mental Health in Post-Pandemic Era. *MAGHZA: Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir*, 6(2), 204-216.

lebih pada pendekatan yang sifatnya pada sesuatu yang santun, lembut, dengan tingkatan dan sopan santun yang diutamakan. Dalam artian, memberikan penghormatan dan tidak menggurui dan retorika yang berapi-api. Terkait dengan hal tersebut, ungkapan qawlan karima ini terdapat dalam QS. Al-Israa: 23

وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا ۖ إِمَّا يَبُلُغَنَّ عِنْدَكَ
الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُقِبٌ وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُلْ لَهُمَا
قَوْلًا كَرِيمًا

Artinya: dan Tuhanmu telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain Dia dan hendaklah kamu berbuat baik pada ibu bapakmu dengan sebaik-baiknya. jika salah seorang di antara keduanya atau Kedua-duanya sampai berumur lanjut dalam pemeliharaanmu, Maka sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya Perkataan “ah” dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka Perkataan yang mulia. (Q.S Al-Israa: 23)⁴¹

4. Qawlan Ma'rufan (perkataan yang baik, pantas) Ungkapan qawlan ma'rufan, jika ditelusuri lebih dalam dapat diartikan dengan “ungkapan atau ucapan yang pantas dan baik”. “pantas” di sini juga bisa diartikan sebagai kata-kata yang “terhormat”, sedangkan “baik” diartikan sebagai kata-kata yang “sopan”. Qawlan Ma'rufan juga bermakna pembicaraan yang bermanfaat dan menimbulkan kebaikan. Sebagai muslim yang beriman, perkataan kita harus terjaga dari perkataan yang sia-sia, apapun yang kita ucapkan harus selalu mengandung nasehat, menyejukkan hati bagi orang yang mendengarnya. Jangan sampai kita hanya mencari-cari kejelekan orang lain, yang hanya bisa mengkritik atau mencari kesalahan orang lain, memfitnah dan menghasut. Ungkapan qawlan ma'rufan terungkap dalam QS. An-Nisaa:8

⁴¹ Messy dkk, Pendidikan Karakter Dalam Al-Qur'an Surah Al-Isra Ayat 23-30 Menurut Tafsir Al-Azhar. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 2(1), 472-482.

وَإِذَا حَضَرَ الْقِسْمَةَ أُولُو الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينُ فَارْزُقُوهُمْ مِنْهُ
وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا

Artinya: dan apabila sewaktu pembagian itu hadir kerabat, anak yatim dan orang miskin, Maka berilah mereka dari harta itu, (sekedarnya) dan ucapkanlah kepada mereka Perkataan yang baik (Q.S An-Nisaa: 8)⁴²

5. Qawlan Layyina (lemah lembut) Qawlan Layyina berarti pembicaraan yang lemah-lembut, dengan suara yang enak didengar, dan penuh keramahan, sehingga dapat menyentuh hati maksudnya tidak mengeraskan suara, seperti membentak, meninggikan suara. Siapapun tidak suka bila berbicara dengan orang-orang yang kasar. Rasulullah selalu bertutur kata dengan lemah lembut, hingga setiap kata yang beliau ucapkan sangat menyentuh hati siapapun yang mendengarnya.
6. Qawlan Maisura (mudah diterima). Dalam Al-Qur'an ditemukan istilah qawlan maisura yang merupakan salah satu tuntunan untuk melakukan komunikasi dengan mempergunakan bahasa yang mudah dimengerti dan melegakan perasaan. Secara terminologi qawlan maisura berarti "mudah". Lebih lanjut dalam komunikasi dakwah dengan menggunakan qawlan maisura dapat diartikan bahwa dalam menyampaikan pesan dakwah, da'i harus menggunakan bahasa yang "ringan", "sederhana", "pantas", atau yang "mudah diterima" oleh mad'u secara spontan tanpa harus melalui pemikiran berat. Perkataan qawlan maisura terekam pada QS. Al-Israa:28

وَأَمَّا تُعْرَضْنَ عَنْهُمْ ابْتِغَاءَ رَحْمَةٍ مِنْ رَبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَهُمْ قَوْلًا مَيْسُورًا

⁴² Wan Azura dkk, Pendekatan Retorik Quranik Dalam Pembentukan Adab dan Kesopanan Komunikasi Berasaskan Komuniti; Satu Tinjauan Menerusi Surah An-nisa: Quranic Rhetoric Approach in Formation Courtesy and Community-based Communication Politeness; An Overview from Surah An-nisa. *Sains Insani*, 6(2).

Artinya: “dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, Maka Katakanlah kepada mereka Ucapan yang pantas (Q.S Al-Israa: 28⁴³)

Maka dari ayat-ayat diatas, mengungkapkan masalah pribadi di media sosial dari perspektif nilai agama memerlukan pertimbangan yang matang terhadap etika dan prinsip-prinsip yang diajarkan dalam agama Islam. Agama menganjurkan untuk menjaga kehormatan diri dan orang lain, serta berhati-hati dalam berkomunikasi dan menyampaikan informasi. Secara umum, Islam mengajarkan pentingnya menjaga privasi dan kehormatan. Mengungkap masalah pribadi di media sosial bisa berisiko mengundang komentar atau tanggapan yang tidak diinginkan, yang bisa merusak reputasi atau menyebabkan stres emosional. Oleh karena itu, nilai agama mendorong seseorang untuk berbicara dengan jujur, tetapi juga bijaksana, tidak membuka aib sendiri atau orang lain di hadapan publik yang luas.

Etika dalam komunikasi Islam menekankan pada penggunaan kata-kata yang baik, benar, dan sopan. Ketika membahas masalah pribadi, penting untuk memastikan bahwa penyampaian tersebut dilakukan dengan cara yang tidak merugikan diri sendiri maupun orang lain. Menghindari fitnah, ghibah (menggunjing), dan menyebarkan informasi yang belum tentu benar adalah bagian dari menjaga kehormatan dan kebenaran. Selain itu, nilai agama juga mengajarkan pentingnya introspeksi dan mencari solusi dalam lingkup yang lebih pribadi atau dengan bantuan orang-orang yang memang bisa memberikan solusi yang konstruktif. Berbicara dengan keluarga, teman dekat, atau konselor yang tepercaya sering kali lebih dianjurkan daripada mengumbar masalah di media sosial.

Dengan demikian, ketika menggunakan media sosial untuk mengungkap masalah pribadi, seseorang perlu mempertimbangkan dampak jangka panjangnya terhadap diri sendiri

⁴³Hamka, Tafsir al-Azhar..., hal 47

dan orang lain, serta memastikan bahwa tindakannya sejalan dengan prinsip-prinsip etika dan moral yang diajarkan dalam agama.⁴⁴

c. Pengaruh Psikologi

Remaja dan dewasa muda merupakan pengguna media sosial yang paling sering, di mana mereka sering mengungkapkan perasaan kecewa, sedih, dan masalah hidup di platform media sosial.⁴⁵ Di California, sekitar 23% remaja melaporkan mengalami bullying oleh teman sebaya, dan jumlah kasus *cyber bullying* sama dengan *bullying* di dunia nyata.⁴⁶ *Cyber bullying* menyebabkan tingkat depresi dan kecemasan yang lebih tinggi daripada bullying tradisional, dan ini bisa mendorong remaja untuk bunuh diri. Sering kali, tindakan bunuh diri ini terjadi setelah membaca komentar menyakitkan beberapa hari sebelumnya.⁴⁷

Sedangkan di Indonesia, *cyber bullying* banyak terjadi pada tokoh publik seperti politisi dan selebriti. Remaja korban *cyber bullying* juga berisiko mengalami pelecehan seksual atau kekerasan fisik di dunia nyata. Selain itu, korban *cyber bullying* bisa menjadi pelaku *cyber bullying* terhadap orang lain, suatu tindakan negatif yang seharusnya bisa dicegah.⁴⁸

Banyak studi menunjukkan bahwa remaja atau pengguna media sosial peduli dengan privasi mereka, meskipun mereka tidak segan berbagi informasi pribadi ke publik. Beberapa fitur "*private*" sering digunakan untuk melindungi informasi mereka hanya kepada orang yang mereka kenal atau inginkan. Sebanyak 21% remaja mengatakan bahwa berbagi informasi pribadi secara online adalah kegiatan yang aman untuk diunggah. Penggunaan media sosial dapat mengundang peretas (*hacker*) untuk menginstal *spyware* ke perangkat seperti

⁴⁴Alicia Matsuura, "Generasi Baru Pemeluk Keyakinan: Bagaimana Media Sosial Membentuk Pandangan Milenial tentang Agama," 2019.

⁴⁵ (Rideout, 2010).

⁴⁶ (Lenhart, 2007).

⁴⁷ (Kowalski, 2009).

⁴⁸ (Berkman, 2008).

handphone, laptop, atau komputer melalui unduhan, email, URL pendek, atau pesan singkat. *Spyware* ini dapat mencuri informasi password akun online. Data pribadi juga mudah dicuri dengan meretas email menggunakan informasi pribadi yang ada di profil media sosial. Status *check-in* di media sosial dapat menunjukkan lokasi pengguna kepada publik, sehingga mempermudah pihak-pihak dengan niat buruk. Data pribadi juga dapat dicuri dengan mudah dengan menghack email menggunakan data pribadi yang tertera pada profil media sosial. Status *check in* pada media sosial juga dapat menunjukkan lokasi penggunanya kepada publik, sehingga dapat mempermudah pihak-pihak yang mempunyai maksud kurang baik.⁴⁹

Cyber bullying adalah suatu bentuk bullying yang terjadi online, melalui media sosial, gaming atau ruang ngobrol (chat room). Berbeda dengan bullying tradisional, karena *Cyber bullying* terjadi 24 jam/ hari, 7 hari/ minggu, dan mencapai korbannya dimanapun dia berada termasuk di rumah. *Cyber bullying* memiliki banyak bentuk, antara lain:

- a. Pelecehan/ provokasi emosi (harassment/ trolling), adalah mengirimkan pesan bersifat mengancam atau menyerang, berbagi foto atau video aib/vulgar, atau memposting pesan yang mengancam atau memancing amarah pada situs jejaring sosial.
- b. Fitnah (denigration), adalah informasi palsu, salah, berupa gosip yang menyebar.
- c. Penyulut kemarahan (flaming), menggunakan bahasa ekstrim untuk memancing perkelahian.
- d. Mencuri identitas seseorang atau membajak situs seseorang (hacking).
- e. Pengecualian (exclusion), meninggalkan seseorang secara sengaja.
- f. Mengirimkan gambar atau memaksa seseorang untuk mengirim gambar seksual.⁵⁰

⁴⁹ Fahmi Anwar, *Perubahan dan Permasalahan Media Sosial*, hal 4

⁵⁰ *Ibid.*, hal 5

3. Fenomena Penggunaan Media Sosial Dalam Pengungkapan Diri

Pengungkapan diri mengenai informasi pribadi yang dibagikan secara online tentu berbeda dengan pengungkapan diri yang dilakukan secara langsung. Pengungkapan diri secara online berupa informasi mengenai pemilik akun seperti karakteristik fisik, usia, pekerjaan, hobi, kesukaan dan deskripsi tentang anggota keluarga.⁵¹ Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan, peneliti berhasil mengidentifikasi bahwa mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) di Universitas Islam Negeri (UIN Ar-Raniry) Banda Aceh menunjukkan keterlibatan yang cukup aktif dalam memanfaatkan platform *Instagram*. Melalui penggunaan intensif ini, mereka merangkul berbagai fungsi *Instagram*.

Mahasiswa KPI Uin Ar-Raniry Banda Aceh menggunakan *Instagram* bukan hanya sebagai sarana untuk menghibur diri, tetapi juga sebagai sumber penting untuk mendapatkan informasi. Mereka memanfaatkan beragam konten yang tersedia di platform ini, termasuk konten edukatif, untuk memperluas pengetahuan mereka. Pengungkapan diri yang dilakukan oleh mahasiswa/i kpi mengembangkan hubungan antara dirinya dengan pengikutnya menjadi lebih akrab. Saat berinteraksi dengan orang lain, individu akan membagikan berbagai macam informasi termasuk informasi mengenai dirinya.

Dengan membuka diri dan membagikan permasalahan pribadi mengenai diri kepada orang lain berarti orang tersebut telah melakukan pengungkapan diri. Mahasiswa KPI Uin Ar-raniry Banda Aceh mengungkapkan aspek-aspek pribadi seperti kegiatan sehari-hari, perasaan, pemikiran, dan pandangan mereka tentang berbagai hal. Mahasiswa KPI (Komunikasi dan Penyiaran Islam) dapat mengungkapkan masalah pribadi mereka di *Instagram* melalui berbagai cara, seperti:

⁵¹Rizanna Rosemary dkk, *Pengungkapan diri Selebgram Aceh Melalui Instagram Story*, Jurnal Komunikasi Global (2022) hal 90.

- a. Pengalaman, Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam menjadikan *Instagram Story/feed* sebagai tempat untuk berbagi berbagai pengalaman dan aktivitas yang sedang dilakukan melalui foto atau video yang diunggah pada *Instagram Story*.
- b. Hobi, tidak banyak mahasiswa kpi juga memiliki hobi memasak, bernyanyi sehingga sering membagikan resep masakan dan mengcover lagu-lagu yang disukai sedangkan beberapa dari yang lain memiliki hobi yang berkaitan dengan fashion sehingga sering membagikan video outfit dari apa yang dipakai. Jika dilihat dari keterbukaan diri yang dilakukan oleh mahasiswa/i Komunikasi dan Penyiaran Islam yang terjadi adalah mereka membagikan hal-hal yang berkaitan dengan dirinya. Dengan membagikan berbagai hal-hal yang berkaitan dengan dirinya, berarti bahwa mahasiswa/i Komunikasi dan Penyiaran Islam mengizinkan orang lain yaitu pengikutnya untuk mengetahui tentang dirinya.
- c. Ekspresi, *Instagram Story* tidak hanya digunakan untuk berbagi aktivitas yang sedang dilakukan tetapi juga digunakan sebagai wadah untuk mengekspresikan perasaan. Mahasiswa/i Komunikasi dan Penyiaran Islam mengungkapkan bahwa dirinya juga membagikan perasaan atau curhat dalam *story* maupun *feed instagram*. Perasaan yang dibagikan hanya seputar tentang dirinya, orang tua, teman dan keluarga. Membagikan perasaannya dalam *Instagram Story* dapat membuat mereka menjadi tenang dan lega.
- d. Hubungan Percintaan
Banyaknya pengguna *instagram* dikalangan anak muda, menjadikan mahasiswa/i Komunikasi dan Penyiaran Islam dapat memamerkan keromantisan bersama pasangan dari yang hanya berfoto mesra sampai dengan berpelukan dll.
- e. Kenakalan
Dengan menjadi bagian dari mahasiswa/i Komunikasi dan Penyiaran Islam tidak menghalangi satu dari yang lainnya untuk menampakkan sisi kenakalan mereka di *story*

maupun *feed instagram*. Sebagai contoh mahasiswi merokok/vaping di depan umum atau bahkan dirumah dengan sikap yang santai.⁵²

C. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Istilah media sosial tersusun dari dua kata, yakni “media” dan “sosial”. “Media” diartikan sebagai alat komunikasi. Sedangkan kata “sosial” diartikan sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Pernyataan ini menegaskan bahwa pada kenyataannya, media dan semua perangkat lunak merupakan “sosial” atau dalam makna bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial.⁵³ Dari pengertian masing-masing kata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah alat komunikasi yang digunakan oleh pengguna dalam proses sosial. Media Sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial. Media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.

Beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain : Whatsapp, BBM, Facebook, Youtube, Twitter, Wikipedia, Blog, dll. Definisi lain dari media sosial juga di jelaskan oleh Antony Mayfield menurutnya media sosial adalah media dimana penggunanya dengan mudah berpartisipasi di dalamnya, berbagi dan menciptakan pesan, termasuk blog, jejaring sosial, wiki/ensiklopedia online, forum-forum maya dan termasuk virtual worlds.⁵⁴ Media sosial menyediakan dan membentuk cara baru dalam berkomunikasi. Sebagaimana yang diketahui sebelum muncul dan populernya media sosial, kebanyakan orang berkomunikasi

⁵²Rizanna dkk, ”*Pengungkapan Diri Selebgram Aceh Melalui Instagram Story*” Jurnal Komunikasi Global, No 11 (Vol 1) 2022

⁵³Mulawarman, *Perilaku Pengguna Media Sosial Beserta Implikasinya Ditinjau Dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan*, Buletin Psikologi, Vol. 25, No. 1, (2017), 23

⁵⁴Fahlepi Roma Doni, *Perilaku Penggunaan Media Sosial Pada Kalangan Remaja*, Indonesian Journal On Software Engineering, Volume 3 No 2 (2017), 4

dengan cara bertatap muka dan saling menyapa secara langsung. Namun sekarang dengan adanya media sosial, orang cenderung berkomunikasi lewat layanan obrolan (chat) atau berkirim pesan lewat layanan yang tersedia di media sosial. Kebanyakan media sosial memiliki batasan usia paling tidak 13 tahun untuk memiliki akun.

Tetapi, media sosial tidak memiliki sistem yang memadai untuk menghindarkan anak-anak di bawah usia 13 tahun untuk memalsukan usianya. Padahal, media sosial melibatkan iklan yang kontennya kurang cocok untuk anak-anak. Kebanyakan iklan yang tidak cocok adalah iklan game yang mengandung kekerasan dan pornografi. Anak dan remaja mengatakan bahwa secara tidak sengaja (dan sengaja) mereka sering memperoleh informasi mengenai kekerasan (melalui iklan game, melalui berita, melalui film yang muncul pada time line), pornografi (melalui iklan game, melalui berita, melalui film) dan ujaran kebencian (melalui postingan teman/keluarga/temannya teman yang masuk pada timeline mereka). Selain itu, sifat media sosial yang publik juga menambah risiko yang lain. Sifat media sosial yang berpotensi publik, berisiko pada privasi anak dan remaja. Apalagi, kebanyakan anak dan remaja (juga orang tua) kurang memahami dengan baik informasi mengenai pengaturan privasi yang telah disediakan oleh platform media sosial.⁵⁵

2. Fungsi / Tujuan Media Sosial

Media sosial dalam perannya saat ini, telah membangun sebuah kekuatan besar dalam membentuk pola perilaku dan berbagai bidang dalam kehidupan manusia. Hal ini yang membuat fungsi media sosial sangat besar. Adapun fungsi media sosial diantaranya sebagai berikut:

⁵⁵Endah Triastuti, *Kajian Dampak Penggunaan Media Sosial Bagi Anak Dan Remaja*, (Jakarta : Puskakom, 2017)

- a. Media sosial adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia dengan menggunakan internet dan teknologi web.
- b. Media sosial berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak audience (*one to many*) ke dalam praktik komunikasi dialogis antara banyak audience (*many to many*).
- c. Media sosial mendukung demokratisasi pengetahuan dan juga informasi. Mentranformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.⁵⁶
- d. Media sosial juga dapat digunakan sebagai sumber penghasilan karena dalam menggunakan media sosial dapat menampilkan berbagai macam iklan, menerima sponsor dari pihak lain, menjual produk sendiri, membuat konten-konten kreatif dan lain sebagainya.

3. Bentuk-bentuk Media sosial

Menurut Nasullah ada enam kategori besar untuk melihat pembagian media sosial, yakni:

- a. Media Jejaring Sosial (Social networking)

Media jejaring sosial merupakan medium yang paling populer. Media ini merupakan sarana yang bias digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut di dunia virtual. Karakter utama dari situs jejaring sosial adalah setiap pengguna membentuk jaringan pertemanan, baik terhadap pengguna yang sudah diketahuinya dan kemungkinan saling bertemu di dunia nyata (offline) maupun membentuk jaringan pertemanan baru. Contoh jejaring sosial yang banyak digunakan adalah facebook.

⁵⁶Arum Wahyuni Purbohastuti, *Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi*, Jurnal Tirtayasa Ekonomika, Vol. 12, No. 2, Oktober 2017, 215.

b. Jurnal online (blog)

Blog merupakan media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah aktifitas keseharian, saling mengomentari dan berbagi, baik tautan web lain, informasi dan sebagainya. Pada awalnya blog merupakan suatu bentuk situs pribadi yang berisi kumpulan tautan ke situs lain yang dianggap menarik dan diperbarui setiap harinya. Pada perkembangan selanjutnya, blog banyak jurnal (tulisan keseharian pribadi) pemilik media dan terdapat kolom komentar yang bisa diisi oleh pengguna. Secara mekanis, jenis media sosial ini bias dibagi menjadi dua, yaitu kategori personal homepage, yaitu pemilik menggunakan nama domain sendiri seperti .com atau.net dan yang kedua dengan menggunakan failitas penyedia halaman weblog gratis, seperti wordpress atau blogspot.

c. Jurnal online sederhana atau microblog (micro-blogging)

Tidak berbeda dengan jurnal online (blog), microblogging merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan memublikasikan aktifitas serta atau pendapatnya. Contoh microblogging yang paling banyak digunakan adalah Twitter.

d. Media berbagi (media sharing)

Situs berbagi media merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunanya untuk berbagi media, mulai dari dokumen (file), video, audio, gambar, dan sebagainya. Contoh media ini adalah: Youtube, Flickr, Photo-bucket, atau snapfish.

e. Penanda sosial (social bookmarking)

Penanda sosial merupakan media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita tertentu secara online. Beberapa situs sosial bookmarking yang populer adalah delicious.com, stumbleUpon.com, Digg.com, Reddit.com, dan untuk di Indonesia ada LintasMe.

- f. Media konten bersama atau wiki.

Media sosial ini merupakan situs yang kontennya hasil kolaborasi dari para penggunanya. Mirip dengan kamus atau ensiklopedi, wiki menghadirkan kepada pengguna pengertian, sejarah hingga rujukan buku atau tautan tentang satu kata. Dalam prakteknya, penjelasan-penjelasan tersebut dikerjakan oleh pengunjung, artinya ada kolaborasi atau kerja sama dari semua pengunjung untuk mengisi konten dalam situs ini.⁵⁷

Berikut adalah beberapa situs media sosial terpopuler di Indonesia yang sangat banyak digunakan :

- a. Media sosial facebook Facebook adalah website jaringan sosial dimana para pengguna dapat bergabung dalam komunitas seperti kota, kerja,sekolah dan daerah untuk melakukan koneksi dan berinteraksi dengan orang lain.⁵⁸Situs media sosial yang satu ini memiliki pengguna setia diseluruh dunia. Dengan berbagai inovasi yang selalu memanjakan penggunanya, tidak heran Facebook menjadi salah satu media sosial terpopuler di Indonesia.
- b. Media sosial whatsapp WhatsApp adalah aplikasi berbasis internet yang merupakan salah satu dampak perkembangan teknologi informasi yang paling populer. Aplikasi berbasis internet ini sangat potensial untuk dimanfaatkan sebagai media komunikasi, karena memudahkan penggunanya untuk saling berkomunikasi dan berinteraksi tanpa menghabiskan biaya banyak dalam pemakaiannya, karena whatsapp tidak menggunakan pulsa, melainkan menggunakan data internet.⁵⁹

⁵⁷Ahmad Setiadi, Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi, Amik Bsi Karawang Jl. Banten No. 1 Karangpawitan, Karawang, 2-3.

⁵⁸Mujahidah, Pemanfaatan Jejaring Sosial (Facebook) Sebagai Media Komunikasi, jurnal komunikasi dan sosial keagamaan, vol 15 No 1 (2013), 104.

⁵⁹Rahartri Whatsapp Media Komunikasi Efektif Masa Kini, Jurnal Visi Pustaka Vol. 21, No. 2, Agustus (2019), 151

- c. Media sosial *instagram* Situs media sosial berbasis gambar dan video singkat ini juga tempat beriklan yang sangat efektif bagi para pedagang online. Selain itu, content creator, artis dan pekerja seni lain.
- d. Media sosial youtube Youtube merupakan salah satu situs jejaring sosial yang memberikan fasilitas visual dan suara kepada pengguna. Youtube saat ini banyak sekali digemari oleh anak muda. Hal ini dikarenakan dapat melihat secara langsung visualisasi bergerak.⁶⁰ Beberapa orang youtube bukanlah situs media sosial, tapi lebih kepada hiburan. Pada kenyataannya, Youtube sering digunakan untuk saling berbagi konten dan komentar. Faktanya, youtube adalah sebuah media sosial berbasis video dimana para penggunanya bisa berbagi video mereka dan saling memberi komentar.
- e. Media sosial twitter Twitter ialah Jejaring Sosial yang membatasi penggunaannya untuk mengirim sebuah tweet dengan batas 140 Kata, Tidak lebih.⁶¹ Twitter disebut sebagai situs mocablogging paling sukses. Penggunaan yang sangat mudah dan sederhana membuat media sosial ini menjadi pilihan terbaik pada masa kejayaannya.
- f. Media sosial telegram Telegram adalah aplikasi pesan instan berbasis cloud yang fokus pada kecepatan dan keamanan. Telegram dirancang untuk memudahkan pengguna saling berkirim pesan teks, audio, video, gambar dan sticker dengan aman.⁶²
- g. Virtual game world

⁶⁰Fransiska Timoria Samosir, Efektivitas Youtube sebagai Media Pembelajaran Mahasiswa, Record and Library Journal, Volume 4, No. 2, (2018), 86

⁶¹Hasan Basri, Peranmedia Sosial Twitter Dalam Interaksi Sosial Pelajar Sekolah Menengah Pertama Di Kota Pekanbaru, Jurnal Jom Fisip Volume 4 No. 2 Oktober (2017), 7

⁶²Fifit Fitriansyah, Penggunaan Telegram Sebagai Media Komunikasi Dalam Pembelajaran Online, Jurnal Humaniora, Vol 20 No.2 September (2020), 113.

Dunia virtual, mereplikasikan lingkungan 3D, dimana user bisa muncul dalam bentuk avatar-avatars yang diinginkan serta berinteraksi dengan orang lain selayaknya di dunia nyata. Contohnya game online.

4. Dampak Penggunaan Media Sosial

Dewasa ini di tengah-tengah era globalisasi tidak bisa dipungkiri hadirnya sosial media semakin dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari, akan tetapi sosial media menghapuskan batasan-batasan dalam bersosialisasi, dalam sosial media tidak ada batasan ruang dan waktu dan dengan siapa mereka berkomunikasi, mereka dapat berkomunikasi kapanpun dimana pun mereka berada dan dengan siapa pun. Maka tidak dapat dipungkiri bahwa sosial media memiliki pengaruh besar dan berdampak dalam kehidupan seseorang. Media Sosial merupakan alat komunikasi atau informasi yang memungkinkan penggunanya dapat melakukan percakapan, bertukar informasi atau menuangkan ide dalam sebuah web.

Namun media sosial masuk dalam kategori media siber yang apabila tidak menggunakan koneksi internet tidak dapat terhubung. Setiap tahun pengguna internet selalu mengalami kenaikan baik itu nasional maupun internasional. Dari kalangan pelajar pengguna media sosial juga banyak apalagi sekarang ini banyak anak muda yang tidak ingin ketinggalan jaman.

a. Adapun dampak positif sosial media adalah:

1. Mempermudah kegiatan belajar, karena dapat digunakan sebagai sarana untuk berdiskusi dengan teman sekolah tentang tugas (mencari informasi)
2. Mencari dan menambah teman atau bertemu kembali dengan teman lama. Baik itu teman di sekolah, di lingkungan bermain maupun teman yang bertemu melalui jejaring sosial lain.

3. Menghilangkan kepenatan pelajar, itu bisa menjadi obat stress setelah seharian bergelut dengan pelajaran di sekolah. Misalnya: mengomentari status orang lain yang terkadang lucu dan menggelitik, bermain game, dan lain sebagainya.

Selain dampak positif sosial media juga memiliki dampak negatif terhadap pendidikan anak.

b. Adapun dampak-dapak negatif yang ditimbulkan sosial media adalah:

1. Berkurangnya waktu belajar, karena keasyikan menggunakan sosial media seperti terlalu lama ketika facebookkan dan ini akan mengurangi jatah waktu belajar.
2. Mengganggu konsentrasi belajar di sekolah, ketika siswa sudah mulai bosan dengan cara pembelajaran guru, mereka akan mengakses sosial media semauanya.
3. Merusak moral pelajar, karena sifat remaja yang labil, mereka dapat mengakses atau melihat gambar porno milik orang lain dengan mudah.
4. Menghabiskan uang jajan, untuk mengakses internet dan untuk membuka facebook jelas berpengaruh terhadap kondisi keuangan (terlebih kalau akses dari warnet) sama halnya mengakses facebook dari handphone.
5. Mengganggu kesehatan, terlalu banyak menatap layar handphone maupun komputer atau laptop dapat mengganggu kesehatan mata.⁶³

Maka berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa sosial media ini akan berdampak positif jika penggunaanya sosial media ini menggunakannya untuk hal-hal yang baik, akan tetapi jika si pengguna sosial media menggunakannya untuk hal-hal yang cenderung tidak baik, maka sosial media ini akan berdampak negatif, media sosial juga berdampak dalam pembentukan prilaku atau akhlak seseorang, dalam penggunaan media sosial orang bisa jadi hanya menikmati kesenangan saja, dan meyebabkan mereka lalai terhadap tugas-tugasnya.

⁶³ Nisa Khairuni, Dampak Positif Dan Negatif Sosial Media Terhadap Pendidikan Akhlak Anak, Jurnal Edukasi, Vol 2 Nomor 1 Januari (2016), 99-100

Dampak baik atau buruk dari jejaring sosial itu tergantung dari kemampuan seseorang mengatur dirinya. Jika tidak digunakan secara berlebihan tentu tidak akan merugikan penggunanya sendiri dan tentu saja para pengguna harus lebih berhati-hati dalam menggunakannya agar tidak menjadi korban kriminalitas.

Oleh karena itu sebaiknya mulai saat ini kita lebih memahami dan menggunakan jejaring sosial dengan baik dan tidak menyalahgunakannya. Akan lebih baik lagi kalau kita bisa memberi penyuluhan tentang jejaring sosial kepada orang tua agar mereka dapat mengawasi anak-anak mereka yang berusia dibawah umur untuk tidak terjerumus oleh jejaring sosial.

5. Etika Bermedia Sosial

Komunikasi adalah suatu aktivitas manusia yang saling berinteraksi antara satu orang atau lebih, konsep tentang komunikasi tidak hanya berkaitan dengan masalah cara berbicara efektif saja melainkan juga etika bicara. Etika komunikasi mengolaborasi standar etis yang digunakan oleh komunikator dan komunikan. Setidaknya ada tujuh perspektif sebagai berikut:

1. Perspektif politik : dalam perspektif ini, etika untuk mengembangkan kebiasaan ilmiah dalam praktek berkomunikasi, menumbuhkan bersikap adil dengan memilih atas dasar kebebasan, pengutamakan motivasi, dan menanamkan penghargaan atas perbedaan.
2. Perspektif sifat manusia : Sifat manusia yang paling mendasar adalah kemampuan berfikir dan kemampuan symbol. Ini berarti bahwa Tindakan manusia yang benar benar manusiawi adalah berasal dari rasionalitas yang sadar atas apa yang dilakukan dan dengan bebas untuk memilih melakukannya.
3. Perspektif dialogis : Komunikasi adalah proses transaksi dialogal dua arah. Sikap dialogal adalah sikap setiap partisipam komunikasi yang ditandai oleh kualitas keutamaan, seperti keterbukaan, kejujuran, kerukunan, inetnsitas, dan lain-lainnya.

4. Perspektif situasional : Faktor situasional adalah relevansi dari setiap penilaian normal. Ini berarti bahwa etika memerhatikan peran dan fungsi komunikator, standar khalayak, derajat kesadaran, Tingkat urgensi pelaksanaan komunikator, tujuan dan nilai khalayak, standar khalayak untuk komunikasi etis.
5. Perspektif religious : Kitab suci dapat dipakai sebagai standar mengevaluasi etika komunikasi. Pendekatan alkitab dalam agama membantu manusia untuk menemukan pedoman yang kurang lebih pasti dalam setiap tindakan manusia.
6. Perspektif utilitarian : Standar utilitarian untuk mengevaluasi adanya kegunaan, kesenangan, dan kegembiraan.
7. Perspektif Legal : Perilaku komunikasi yang legal, sangat disesuaikan dengan peraturan yang berlaku dan dianggap sebagai perilaku yang etis.

Ada beberapa unsur yang diperhatikan dalam etika komunikasi yaitu :

- a. Tidak memberikan informasi pribadi secara berlebihan.
- b. Berkomunikasi secara sopan dan santun.
- c. Beropini berdasarkan fakta.

Etika komunikasi yang juga perlu dipahami ketika melakukan proses komunikasi adalah :

- a. Hormati privasi dan kerahasiaan.
- b. Jangan mengganggu (interruption) orang lain ketika berbicara (berkomunikasi).
- c. Bicaralah tanpa menghakimi.
- d. Efektif dan efisien.
- e. Saling menghargai ketika berkomunikasi.
- f. Taat kepada standar perilaku online yang sama kita jalani dalam kehidupan nyata.

Nilai-nilai yang terbentuk, diperoleh beberapa kaidah yang bertujuan mengatur tata cara kita dalam berkomunikasi antar sesama tanpa harus saling menyakiti. Terlebih komunikasi

merupakan hal yang tidak terlepas dalam kehidupan sehari-hari (Nasrullah, 2015). Beberapa etika komunikasi dalam bermedia sosial menurut Plt Direktur Pemberdayaan Informatika Kementerian Komunikasi dan Informatika Slamet Santoso yaitu:

a. Kenali aturannya

Sebelum bermedia sosial, dihimbau pengguna untuk mengetahui aturan yang berlaku, dalam hal ini Undang- Undang Informasi dan Transaksi Elektronik atau UU ITE. Ada lima pasal yang mengatur etika bermedia sosial, pasal 27 sampai 30 UU ITE," ujar Slamet, dalam seminar "Cerdas Ber-Media Sosial"

b. Pahami batas usia pengguna media sosial

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

c. Perhatikan unggahan

Pengguna media sosial juga diharapkan dapat pandai-pandai memilah hal-hal pribadi untuk diunggah. Hal yang sifatnya pribadi jangan sampai share di media sosial. Hal ini bahkan dapat dimanfaatkan pelaku kejahatan sebagai celah untuk melakukan tindak kejahatan dengan mengetahui kebiasaan dan aktivitas sehari-hari lewat media sosial.

d. Saring sebelum sharing

Ketika mendapat informasi di platform berbagi pesan, masyarakat diharapkan dapat menanyakan kembali kebenaran informasi tersebut, tidak serta merta meneruskannya kepada orang lain. "Mari berbagi informasi supaya kita cerdas, produktif dalam berinternet."⁶⁴

D. Pedoman Komunitas *Instagram*

Peraturan ini disebut pedoman komunitas *Instagram* (*Instagram* Community Guidelines) yang bertujuan untuk memastikan agar para penggunanya dapat beraktivitas di platform tersebut secara aman. Pedoman utama yang harus dipatuhi oleh para pengguna *instagram*, meliputi :

1. Konten harus merupakan foto, video, atau gambar milik pribadi, bukan mengambil, menyadur, atau memposting ulang tanpa izin pemiliknya.
2. Hindari mengirim spam atau pesan yang sama kepada banyak pengguna lain.
3. Hindari membagikan pornografi atau konten lain yang bersifat negatif.
4. Menghormati pengguna lain dengan tidak melakukan hal-hal yang merugikan.

Jika Anda melakukan pelanggaran terhadap pedoman tersebut, *Instagram* berhak menghapus konten Anda, menonaktifkan akun Anda, atau melakukan pembatasan lainnya. Untuk lebih jelasnya, perhatikan poin-poin berikut :

- a. Bagikan konten anda sendiri : **A N I R Y**
 Sesuai dengan penjelasan di atas, Anda hanya boleh membagikan konten yang Anda miliki atau Anda buat sendiri. Jika tidak, Anda akan terkena poin pelanggaran hak milik dan hak cipta. Jika Anda menginginkan sebuah gambar untuk dibagikan di feed, pastikan gambar tersebut bebas lisensi. Jika Anda menggunakan konten bebas lisensi, pastikan Anda mencantumkan sumbernya. Jika terdapat lisensi, artinya Anda harus membeli gambar tersebut untuk dapat membagikannya.

⁶⁴ Rahmanita dkk, "Etika Komunikasi dalam Media Sosial : Saring Sebelum Sharing" hal 8-10

b. Pastikan konten anda cocok dengan segala usia

Meski mengklaim bahwa setiap orang bebas berekspresi, *Instagram* tidak mengizinkan konten berbau pornografi karena banyak pengguna *Instagram* yang masih berusia anak-anak atau remaja. Hal ini dilakukan agar setiap pengguna bisa merasa aman dan nyaman dalam mengakses berbagai informasi dari *Instagram*. Jadi, pastikan agar konten yang Anda bagikan di *Instagram* cocok untuk semua usia.

c. Bangun interaksi yang tulus dan bermakna

Instagram dapat menjadi platform yang tepat untuk membangun brand awareness dan meningkatkan penjualan bisnis Anda. Sayangnya, banyak akun bisnis yang membeli pengikut bahkan likes hanya agar bisnisnya terlihat berjalan lancar. Jadi, pastikan Anda tidak melakukannya. Bangunlah interaksi dengan pengikut Anda senatural mungkin tanpa menggunakan robot untuk meningkatkan likes atau followers. Meski pendekatan personal melalui komentar atau direct message bisa menjadi metode marketing yang efektif, hindari membagikan komentar, konten, atau mengirim pesan yang sama secara berulang karena hal ini akan dianggap sebagai spam. Anda tidak harus menggunakan nama asli Anda di *Instagram*, tetapi *Instagram* sendiri mengimbau agar para penggunanya memberikan informasi yang akurat dan terkini. Oleh karena itu, hindari meniru identitas orang lain atau membuat akun yang sama persis dengan akun yang sudah ada.

d. Patuhi peraturan

Hindari mendukung akun yang mempromosikan kejahatan atau kebencian, layanan seksual, senjata, alkohol ilegal, penjualan hewan, atau produk ilegal lainnya.

e. Patuhi peraturan

Instagram memiliki visi membina komunitas yang positif dan beragam. Oleh karena itu, *Instagram* akan menghapus konten yang berisi ancaman, ujaran kebencian, pencemaran nama baik individu atau kelompok, informasi pribadi yang dimaksudkan untuk memeras atau melecehkan seseorang, dan mengirim pesan yang sama secara berulang. *Instagram* juga melarang konten berisi isu kekerasan atau menyerang siapa pun berdasarkan ras, etnis, bangsa, jenis kelamin, identitas gender, orientasi seksual, afiliasi agama, kecacatan, atau

penyakit. Jadi, pastikan konten yang Anda bagikan tidak menyinggung pengguna lainnya.

f. Berhati-hatilah saat membagikan konten

Berhati-hatilah saat memposting berita terkini. *Instagram* memahami bahwa banyak orang menggunakan platform ini untuk berbagi momen penting dan layak diberitakan. Tapi, hindari membagikan video kekerasan yang intens agar tetap aman bagi pengguna lainnya. Jika Anda ingin membagikan sebuah konten untuk mengimbau, meningkatkan kesadaran, atau memberikan edukasi kepada publik, sebaiknya tulis caption pada foto atau video yang Anda bagikan dengan keterangan peringatan tentang kekerasan. Seperti, mencantumkan kalimat “Trigger Warning” sebelum menulis caption. Meski kita bisa mengatur berbagai macam hal dalam akun bisnis kita, selalu camkan bahwa *Instagram* adalah platform yang kita tumpangi, bukan miliki. Sehingga kita harus memperhatikan pedoman yang ada.

E. Teori Interaksi Simbolik

Teori ini di gagas oleh George Herbert Mead pada tahun 1934, yang bermaksud untuk menggambarkan bagaimana manusia menggunakan bahasa untuk membentuk makna. Teori ini kemudian dikembangkan oleh Herbert Blumer. Teori interaksi simbolik bermula dari interaksionisme yakni sebuah perspektif sosiologi yang dikembangkan pada kisaran pertengahan abad 20 dan berlanjut menjadi beberapa pendekatan teoritis yaitu aliran Chicago yang diprakarsai oleh Herbert Blumer, aliran Iowa yang diprakarsai oleh Manford Kuhn, dan aliran Indiana yang diprakarsai oleh Sheldon Stryker.

Teori interaksi simbolik dapat diterima dalam bidang ilmu komunikasi karena menempatkan komunikasi pada baris terdepan dalam studi eksistensi manusia sebagai makhluk sosial. George Herbert Mead menjelaskan bahwa manusia termotivasi untuk bertindak berdasarkan pemaknaan yang mereka berikan kepada orang lain, benda, dan kejadian. Pemaknaan ini diciptakan melalui bahasa yang digunakan oleh manusia ketika berkomunikasi dengan pihak lain yakni dalam konteks komunikasi antarpribadi atau komunikasi interpersonal

manusia mengembangkan *sense of self* dan untuk berinteraksi dengan pihak lain dalam suatu masyarakat.

Terdapat dua pengertian Interaksi Simbolik yang diutarakan oleh para ahli, yaitu :

Herbert Blumer mendefinisikan interaksionisme simbolik atau teori interaksi simbolik sebagai sebuah proses interaksi dalam rangka membentuk arti atau makna bagi setiap individu. Dan Scott Plunkett Mendefinisikan interaksionisme simbolik sebagai cara kita belajar menginterpretasi serta memberikan arti atau makna terhadap dunia melalui interaksi kita dengan orang lain. Selain itu teori Interaksi Simbolik juga memiliki tiga konsep utama , berikut penjelasannya :

1. Pentingnya makna bagi perilaku manusia

Teori ini mengasumsikan bagaimana manusia berinteraksi dengan manusia lainnya yang bergantung pada makna yang diberikan, komunikasi tidak akan terhubung jika tidak ada makna yang tersampaikan. Kita akan dipermudah lewat bahasa yang mudah disampaikan oleh kita dari pada bahasa yang disampaikan susunan katanya menjadi rumit.

2. Pentingnya konsep diri

Konsep diri di Teori Interaksi Simbolik mengasumsikan bahwa konsep diri telah berkembang melalui interaksi dengan orang lain dan memberikan motif dalam perilaku, memiliki konsep diri memaksa orang untuk mengembangkan pikiran dan tindakan secara positif, konsep ini juga membangun kepercayaan bahwa orang akan berperilaku dengan cara tertentu untuk memenuhi harapan mereka sendiri.

3. Hubungan antara individu dan masyarakat

Teori ini juga mengonsumsikan bahwa budaya dan proses sosial mempengaruhi manusia dan kelompok yang ditentukan melalui jenis-jenis interaksi sosial. Teori komunikasi simbolik dibangun berdasarkan bagaimana kita dan orang lain berbicara tentang apa yang kita percayai menjadi benar, realitas selanjutnya didasarkan pada pengamatan, interpersi, persepsi yang dapat kita sepakati melalui pembicaraan, dari pernyataan tersebut dapat dikatakan bahwa interaksi simbolik tidak seperti teori komunikasi yang lainnya yang mengamusikan secara sederhana, oleh karena itu teori ini bersangkutan dengan penelitian yang dibuat penulis. Menurut Herbert Blumer, teori ini memiliki tiga prinsip utama komunikasi, yaitu:

g. Meaning

Meaning atau makna berkembang melalui proses interaksi sosial antar manusia karena itu makna berada dalam konteks hubungan baik masyarakat. Hal ini dibentuk melalui proses interpretatif yang dilakukan manusia.

h. Language

Sebagai manusia dan sebagai masyarakat kita memiliki kemampuan nemakan sesuatu. Bahasa adalah sumber makna yang berkembang sangat pesat melalui interaksi sosial antara satu dengan lain.

i. Thought

Thought atau pemikiran termasuk imajinasi yang memiliki kekuatan untuk menyediakan gagasan walaupun tentang sesuatu yang tidak diketagui berdasarkan pengetahuan yang diketahui. , interaksionisme simbolik terdapat tiga konsep kunci utama yaitu mind, self, dan society, ketiganya memiliki definini tersendiri.

1. Mind

Mind berkembang dalam proses sosial komunikasi dan tidak dapat dipahami sebagai proses yang terpisah, Mind hanya tampil manakala simbol-simbol yang signifikan digunakan dalam komunikasi. Mind adalah proses yang dimanifestasikan ketika individu berinteraksi dengan dirinya sendiri dengan menggunakan simbol-simbol signifikan yaitu simbol atau gestur dengan interpretasi atau makna. Mind juga merupakan komponen individu yang menginterupsi tanggapan terhadap stimuli atau rangsangan

2. Self

Self adalah sebuah entitas manusia ketika ia berpikir mengenai siapa dirinya, penting untuk memahami perkembangan diri yang hanya mungkin terjadi melalui pengambilan peran, dan penjabaran ini menurutnya ada tiga implikasi dari kepribadian, yaitu :

Kepemilikan diri, membuat individu dari sebuah masyarakat dalam bentuk miniatur, manusia dapat melibatkan diri dalam interaksi, mereka dapat memandang diri mereka sendiri dalam cara pandang yang baru.

Kemampuan untuk bertindak terhadap diri sendiri, membuat kemungkinan sebuah pengalaman batin yang tidak perlu mencapai ekspresi secara terang-terangan, manusia dapat memiliki kehidupan mental.

Seorang individu dengan dirinya, dapat mengarahkan dan mengendalikan perilakunya.

3. Society

Society Adalah jelajah hubungan sosial yang dibangun, diciptakan, serta dikonstruksikan oleh tiap individu di tengah masyarakat, tiap individu terlibat dalam perilaku yang dipilih secara aktif dan tidak adanya

keterpaksaan dari masyarakat itu sendiri, dan pada tahap akhir akan mengantarkan manusia dalam proses pengambilan peran.

Teori ini juga menggambarkan bagaimana pikiran individu berkembang melalui proses sosial, pengalaman dari sudut pandang komunikasi sebagai esensi dari tatanan sosial, bagi Mead proses sosial adalah yang utama dalam proses pengalaman individu. Dalam Teori Interaksi Simbolik ini juga memiliki beberapa manfaat yang ada di dalam teori ini, berikut adalah manfaat dari Teori Interaksi Simbolik :

Memahami premis dasar teori interaksi simbolik.

- a. Memahami asumsi dasar teori interaksi simbolik.
- b. Memahami berbagai prinsip utama dalam teori interaksi simbolik.
- c. Memahami bagaimana persepsi interpersonal mempengaruhi komunikasi interpersonal.
- d. Memahami konsep diri dan proses identitas.
- e. Memahami proses pembentukan kesan.
- f. Memahami implementasinya dalam berbagai penelitian yang telah dilakukan oleh para ahli.

Pada dasarnya teori Interaksionisme simbolik adalah sebuah teori yang dimana melihat manusia bertindak berdasarkan makna atau simbol, di mana simbol-simbol tersebut didapatkan dari interaksi dengan orang lain, serta simbol-simbol tersebut terus berkembang pada saat suatu proses interaksi sedang berlangsung.⁶⁵

Teori ini cocok untuk studi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam di media sosial karena teori ini menjelaskan bagaimana dilakukannya interaksi sosial melalui simbol-simbol di platform tersebut memengaruhi pembentukan konsep diri. Media sosial menyediakan platform di mana mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam dapat berinteraksi secara terus-menerus

⁶⁵<https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/G31A/2017/G.311.16.0122/G.311.16.0122-05-BAB-II-20220902102904.pdf> diakses pada 30 Juli 2024

dengan berbagai individu, yang memengaruhi cara mereka melihat diri mereka sendiri dan mengungkapkan permasalahan pribadi. Simbol-simbol seperti posting, komentar, dan like di media sosial memiliki makna yang dapat memengaruhi bagaimana mahasiswa merasa lebih mengenal tentang diri mereka. Tanggapan positif atau negatif dari teman-teman di media sosial dapat memperkuat atau mengubah persepsi mereka tentang diri mereka sendiri dan masalah yang mereka bagikan. Proses ini menunjukkan bagaimana simbol-simbol dalam komunikasi digital dapat mempengaruhi pandangan individu terhadap diri mereka dan situasi pribadi mereka.

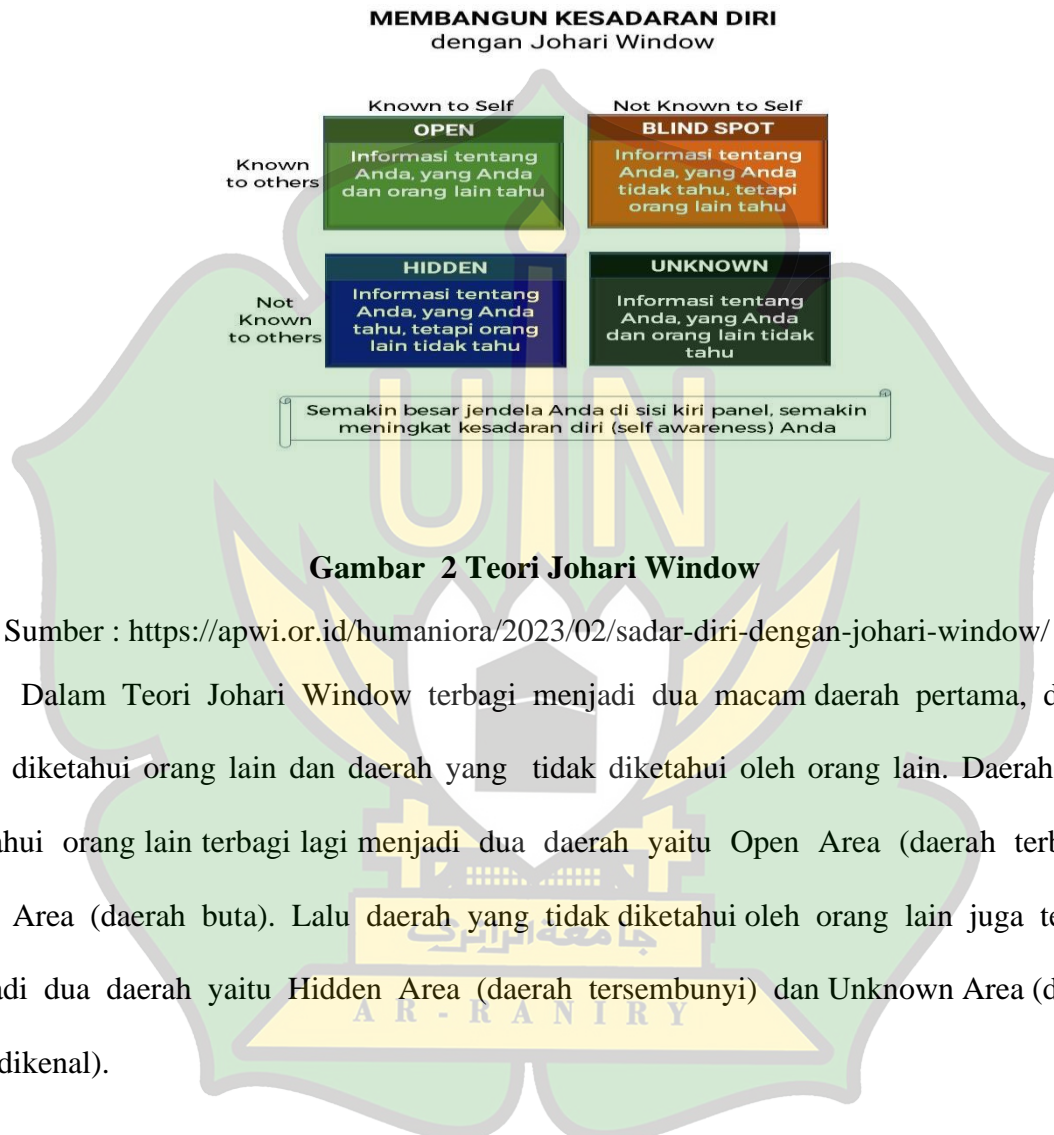
Selain itu, media sosial memberikan ruang bagi mahasiswa untuk refleksi diri dengan cepat dan luas. Umpan balik dari jaringan sosial mereka membantu membentuk dan memperkuat konsep diri mereka, baik dengan memberikan dukungan atau kritik. Teori Interaksi Simbolik membantu menjelaskan bagaimana interaksi dan simbol di media sosial berkontribusi pada pembentukan identitas dan pengelolaan permasalahan pribadi oleh mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam.

F. Teori Johari Window (Self Disclosure)

Teori "Johari Windows", yang dicetuskan oleh Joseph Luft dan Harry Inghampada tahun 1955, adalah salah satu teori yang menjelaskan pengungkapan diri. Empat kuadran mewakili tingkat kesadaran diri dan keterbukaan dalam Johari Windows. Kegunaan model Jendela Johari sebagai bagian dari proses komunikasi adalah membantu melakukan pengamatan terhadap cara seseorang paham akan dirinya, dinamika self awareness yang berhubungan dengan perasaan, perilaku maupun motif diri seseorang dapat diketahui melalui model Jendela Johari.

Teori mengenai self disclosure yang diperkenalkan oleh Joseph Luft dan Harry Ingham merujuk pada model interaksi manusia sebagai dasar konseptualnya. Pandangan

ini mendorong keduanya untuk mengembangkan suatu kerangka teoritis atau model penelitian yang berfungsi sebagai alat untuk mengilustrasikan kesadaran diri manusia dan sekaligus untuk memperbaiki interaksi antar kelompok serta menggambarkan dinamika dalam proses pemberian dan penerimaan umpan balik.



Gambar 2 Teori Johari Window

Sumber : <https://apwi.or.id/humaniora/2023/02/sadar-diri-dengan-johari-window/>

Dalam Teori Johari Window terbagi menjadi dua macam daerah pertama, daerah yang diketahui orang lain dan daerah yang tidak diketahui oleh orang lain. Daerah yang diketahui orang lain terbagi lagi menjadi dua daerah yaitu Open Area (daerah terbuka), Blind Area (daerah buta). Lalu daerah yang tidak diketahui oleh orang lain juga terbagi menjadi dua daerah yaitu Hidden Area (daerah tersembunyi) dan Unknown Area (daerah tidak dikenal).

Pada daerah terbuka atau Open Area, termasuk dalamnya aspek-aspek seperti sikap, perasaan, informasi, motivasi, keinginan, gagasan, ideologi, dan elemen lainnya, yang menjadi pengetahuan bersama antara seorang individu dengan individu lainnya. Informasi yang terkandung pada daerah ini menjadi terbuka untuk berbagi informasi pribadi ketika orang berinteraksi satu sama lain dan mengenal satu sama lain untuk waktu yang singkat. Batas

wilayah ini meluas ke kanan dan bahkan lebih rendah lagi ketika orang terus mengenal satu sama lain. Selanjutnya yaitu Blind Area atau juga dikenal sebagai area buta adalah daerah yang cenderung ke arah perasaan, perilaku, dan motivasi yang biasanya dikenali oleh orang lain tetapi tidak oleh diri sendiri. Jika komunikasi terjadi di area ini, maka proses pertukaran informasi akan menjadi cukup rumit. Hal tersebut dikarenakan komunikasi membutuhkan keterbukaan dari para partisipan dalam komunikasi, yang menjadi rumit ketika seseorang tidak memahami informasi mereka sendiri.

Hidden area atau area tersembunyi di area ini cenderung berupa emosi, perilaku, dan motivasi yang diketahui oleh satu individu namun tidak diketahui oleh individu lainnya. Apa yang diketahui individu biasanya memiliki aspek yang sangat pribadi atau rahasia yang membedakannya dari individu lain. Jika seseorang dapat memperbesar area tersebut, proses pengungkapan diri akan dimulai. Terakhir, yaitu Unknown Area atau daerah tidak dikenal daerah tidak dikenal merupakan informasi tentang diri pribadi yang tidak diketahui pribadi orang tersebut maupun pribadi selainnya. Misalnya informasi tentang kapan awal mula pribadi orang tersebut menyukai pribadi selainnya diluar anggota keluarga. Jika diri pribadi beranjak dewasa, maka unknown area kian mengecil seiring pengalaman pribadi berkembang dan dipelajari.⁶⁶

Dengan demikian, teori Johari Window memberikan kerangka kerja yang berguna untuk memahami bagaimana pengguna media sosial mengelola pengungkapan permasalahan pribadi dan bagaimana interaksi online dapat mempengaruhi kesadaran diri dan hubungan interpersonal mereka.

⁶⁶ Aqila Taqi Zhafirahd dkk, *Self Disclosure Pasangan Long Distance Relationship Dalam Membangun Hubungan Harmonis*, Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial, Vol 2, hal 31

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Dalam setiap penelitian, adanya metode penelitian merupakan suatu keharusan untuk mencari tujuan dan mengumpulkan data dari masalah – masalah tertentu. Metode merupakan jalan yang berhubungan dengan cara kerja untuk mencapai sasaran yang diperlukan bagi penggunaanya, sehingga dapat memahami objek sasaran yang diperuntukkan agar mencapai tujuan dan sasaran untuk pemecahan masalah.

Berdasarkan judul skripsi “Dinamika Penggunaan Media Sosial Studi Analisis Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Dalam Mengungkap Permasalahan Pribadi” maka jenis penulisan ini ialah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian jenis kualitatif adalah suatu pendekatan dalam melakukan sebuah penelitian yang berorientasi pada sebuah fenomena atau gejala yang bersifat alami. Penelitian seperti ini sering disebut dengan *naturalistic inquiry*, atau *field study* dikarenakan sifatnya yang mendasar dan naturalistik dan bersifat kealamian yang tidak bisa dilakukan di laboratorium, melainkan dilapangan⁶⁷

Metode deskriptif ialah suatu prosedur analisis sebuah masalah yang akan diselidiki (individu, instansi/lembaga, masyarakat dan lain sebagainya) disaat yang sekarang ini berdasarkan fakta-fakta yang terlihat, atau sejauh apa yang ada. Untuk

⁶⁷ Dr. H. Zuchri Abdussamad, S.I.K., M.si, Metode Penelitian Kualitatif, (Makassar: CV. Syakir Media Press, 2021) hal 30.

menemukan atau memperoleh data-data penulis harus terjun langsung ke lapangan dengan cara melakukan observasi, wawancara dan juga dokumentasi kepada subjek dalam penelitian ini.⁶⁸

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di fakultas Dakwah dan Komunikasi Penyiaran Islam, pada mahasiswa program studi komunikasi dan peyiaran islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry jl. Syeikh Abdul Rauf Darussalam, Banda Aceh.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, subjek adalah bagian utama dari kalimat; atau orang yang digunakan dalam percobaan. Jadi, subjek penelitian bisa didefinisikan sebagai apa pun, baik itu orang, benda, atau lembaga (organisasi), yang karakteristik atau atributnya akan diteliti. Dengan kata lain, subjek penelitian adalah sesuatu yang memiliki atau mengandung objek penelitian. Menurut Suharsimi Arikunto dalam bukunya *Manajemen Penelitian*, subjek penelitian adalah entitas yang menjadi fokus peneliti untuk diteliti.⁶⁹

Subjek dari judul "Dinamika Penggunaan Media Sosial : Studi Analisis Mahasiswa Komnikasi dan Penyiaran Islam dalam Mengungkap Permasalahan Pribadi" adalah mahasiswa program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI): Individu yang terdaftar sebagai mahasiswa di program studi tersebut. Penelitian ini

⁶⁸ Hamidi, Metode Penelitian Kualitatif, (Malang: UMM Press, 2008), hal. 4.

⁶⁹ Suharsimi Arikunto, Manajemen Penelitan, (Jakarta: Rineka Cipta, 2005), h. 184

berfokus untuk melihat bagaimana mereka menggunakan media sosial untuk mengungkap permasalahan pribadi mereka. Jadi, subjek penelitian ini adalah mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam yang aktif menggunakan media sosial dalam konteks berbagi atau mengungkapkan permasalahan pribadi mereka.

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan yaitu suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengangkat data dari lapangan dan mencari data atau informasi di Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah Purposive Sampling. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu, seseorang atau sesuatu diambil sebagai sampel karena peneliti menganggap bahwa seseorang atau sesuatu tersebut memiliki informasi yang diperlukan bagi penelitiannya.⁷⁰

Dalam penelitian ini informan yang dipilih berjumlah 13 orang dari 90 dan 70 mahasiswa/i prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam fakultas Dakwah dan Komunikasi Uin Ar-Raniry Angkatan 2020 dan 2021.

Tabel 3. 1 Rencana-Rencana Penelitian

No.	Nama	Angkatan	Nim	Jenis Kelamin
1.	Alyani Fahda	2020	200401013	Perempuan
2.	Miftari Rauzah	2020	200401030	Perempuan
3.	Inne Nuriel Primestike	2020	200401074	Perempuan
4.	Daiyan Adhita Al-Ghifari	2020	200401001	Laki-Laki

⁷⁰ Etta Mamang Sangadji, “Metodologi Penelitian-Pendekatan Praktis dalam Penelitian”, (Yogyakarta: c.v ANDI OFFSET, 2010), hal. 189.

5.	Karimullah Azhar	2020	200401069	Laki-Laki
6.	Fandy Mulyawan	2020	200401022	Laki-Laki
7.	Halilul Haqqi	2020	200401058	Laki-Laki
8.	Said Imamuddin	2020	200401021	Laki-Laki
9.	Althaf Abid	2020	200401085	Laki-Laki
10.	Rizky Adiatama Chaniago	2021	210401044	Laki-Laki
11.	Bagus Ferdian	2021	210401082	Laki-Laki
12.	Anna Rizatil	2021	210401027	Perempuan
13.	Sherliza Ihwana	2021	210401006	Perempuan

2. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sasaran untuk mendapatkan suatu data. Sesuai dengan pengertian bahwa “objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”⁷¹ Objek dari penelitian ini akan mencakup dinamika penggunaan media sosial oleh mahasiswa tersebut, serta analisis terhadap cara mereka mengungkapkan permasalahan pribadi melalui media sosial *instagram*. Jenis-jenis permasalahan pribadi yang diungkapkan oleh mahasiswa melalui media sosial. Ini bisa mencakup berbagai isu seperti masalah akademik, emosional, sosial, atau finansial. Adapula Dinamika Penggunaan: Cara dan pola penggunaan media sosial oleh mahasiswa Komunikasi

⁷¹ Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan, (Bandung:Alfabeta, 2010), h. 38

dan Penyiaran Islam, termasuk frekuensi penggunaan, jenis konten yang dibagikan, serta reaksi dan tanggapan dari audiens mereka.

D. Jenis dan Sumber Data

Sumber data akan menghasilkan informasi yang baik sebagai hasil penelitian. Oleh karena itu, sumber data harus ditentukan dengan oleh peneliti. Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Hal tersebut diperkuat oleh pendapat Suharsimi Arikunto yang mengingatkan bahwa, sumber data adalah “Subjek dari mana data itu diperoleh.”⁷² Maka dari itu, dalam penelitian ini ada dua jenis data yang digunakan, yaitu :

a) Data Primer, yaitu data yang bersumber atau yang diperoleh dari hasil wawancara mahasiswa dan juga hasil observasi pada mahasiswa program studi komunikasi dan Penyiaran Islam. Data utama pada penelitian ini adalah penggunaan media sosial mereka, dan bagaimana mereka menggunakan platform tersebut untuk mengungkapkan permasalahan pribadi yang merujuk kepada dinamika penggunaan media sosial.

b) Data Sekunder, yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti sebagai penunjang dari sumber utama. Dapat dikatakan data yang tersusun dalam bentuk dokumen-dokumen. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah dokumentasi, observasi data pelengkap melalui artikel, buku, jurnal, dan laporan penelitian. Data sekunder bertujuan membantu mendapatkan bukti atau bebab mengenai hal yang akan diteliti, sehingga peneliti dapat

⁷² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2016), h. 129

memcahkan masalah dengan cermat dan efektif terhadap permasalahan yang telah di paparkan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah dasar dalam penelitian, kerana tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti akan kesulitan untuk mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan secara natural setting (kondisi yang alamiah), teknik pengumpulan data lebih banyak pada bagian observasi, wawancara, dan dokumentasi.⁷³

Adapun data yang berasal dari beberapa aspek:

1. Observasi

Observasi dapat diartikan sebagai suatu cara untuk mengadakan pencatatan secara sistematis mengenai tingkah laku yang sedang diamati secara langsung. Observasi diawali dengan proses pengamatan, kemudian mencatat informasi secara sistematis, objektif, rasional dan logis terhadap fenomena dalam situasi sebenarnya atau situasi buatan.⁷⁴

Observasi yang dilakukan pada penelitian ini adalah untuk mengamati bagaimana mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam menggunakan media sosial untuk mengungkapkan permasalahan pribadi, jenis masalah yang paling sering diungkapkan, serta dampaknya terhadap kehidupan sosial mereka.

⁷³ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 308.

⁷⁴ Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Banjarmasin: Antari Press, 2011), hal 80.

Dapat disimpulkan bahwa peneliti berperan sebagai pengamat dan melihat apa yang terjadi dilapangan secara langsung dan jelas dengan substansi peneliti sebagai data penelitian. Dan mengamati daerah yang akan penulis tinjau sehingga mendapatkan hasil yang sesuai dengan apa yang diperlukan serta mendapat data yang valid.⁷⁵

2. Wawancara

Wawancara atau yang juga disebut dengan istilah interview atau intervin merupakan bentuk komunikasi verbal atau percakapan dua arah yang dilakukan oleh pewawancara (interviewer) dan yang diwawancarai (interviewee) bertujuan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam proses penelitian. Menurut Saleh wawancara merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan tanya jawab antara peneliti dengan obyek yang diteliti (informan). Menurut Yusuf wawancara adalah suatu kejadian atau proses interaksi antara pewawancara dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai melalui komunikasi secara langsung atau bertanya secara langsung mengenai suatu objek yang diteliti tanpa adanya perantara.⁷⁶

Esterbeg dalam Sugiyono menyatakan bahwa wawancara terdiri dari tiga macam yaitu wawancara terstruktur, wawancara semi terstruktur dan wawancara tidak terstruktur.⁷⁷

⁷⁵ Irawan Soehartono, *Metode Penelitian Sosial*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011) hal,173

⁷⁶ A. Muri Yusuf, “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan”, (Jakarta: prenadamedia group, 2014), hal 145

⁷⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hal 270

a. Wawancara terstruktur merupakan suatu metode yang dilakukan secara sistematis untuk mendapatkan informasi dari responden dengan sejumlah pertanyaan dan jawaban yang telah dipersiapkan oleh peneliti. Pada jenis wawancara ini, peneliti tidak bisa memunculkan pertanyaan baru dalam proses wawancara.

b. Wawancara semi terstruktur merupakan jenis wawancara yang mengacu pada jenis pertanyaan terbuka. Pada saat wawancara berlangsung, peneliti bisa menambahkan pertanyaan baru untuk mendapatkan keterangan yang lebih lengkap dan mendalam. Hal ini seperti dinyatakan oleh Arikunto, wawancara semi terstruktur merupakan wawancara yang ditanyakan oleh peneliti kepada responden dengan pertanyaan yang sudah dipersiapkan. Namun apabila peneliti tidak mendapatkan jawaban atau informasi yang detail dan lengkap, maka peneliti bisa mengajukan pertanyaan baru untuk memperoleh jawaban yang memuaskan.⁷⁸

c. Wawancara tidak terstruktur merupakan wawancara bebas. Peneliti menanyakan pertanyaan kepada responden tanpa perlu mempersiapkan sejumlah pertanyaan secara sistematis untuk mengumpulkan data.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara semi terstruktur dalam mengumpulkan data. Peneliti memanfaatkan jenis wawancara ini dikarenakan model wawancara semi terstruktur lebih tepat dan cocok untuk mengumpulkan data atau informasi untuk menjawab rumusan masalah dalam

⁷⁸ Suharmin Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hal 78

penelitian ini. Dalam penelitian ini, peneliti terlebih dahulu menyiapkan sejumlah pertanyaan sebagai pedoman dalam melakukan wawancara untuk dapat lebih fokus dan tertata selama proses wawancara berlangsung dan peneliti bisa menambahkan pertanyaan baru jika peneliti masih merasa ragu dan jawaban yang diinginkan belum terjawab.

F. Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang diterapkan adalah pendekatan deskriptif, yang bertujuan untuk menjelaskan data yang terkumpul dalam bentuk teks, gambar, dan bukan angka. Data yang diperoleh dari berbagai sumber seperti studi pustaka, wawancara, observasi dan catatan lapangan, diuraikan secara rinci untuk memberikan pemahaman yang lebih jelas terhadap fenomena yang diamati. Proses analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sebelum memasuki lapangan, selama berada di lapangan, dan setelah penelitian di lapangan selesai. Analisis data versi Miles dan Huberman, bahwa ada tiga alur kegiatan, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan⁷⁹.

1. Reduksi Data

Reduksi data ialah suatu proses untuk menyederhanakan data yang telah diperoleh dari lapangan terkait wawancara dengan responden-responden yang jumlahnya cukup banyak. Reduksi data juga dapat diartikan dengan memilih, memfokuskan, menyederhanakan serta menajamkan data yang akan digunakan

⁷⁹ Rijali.

dalam penelitian ini.⁸⁰ Reduksi data dalam konteks judul "Dinamika Penggunaan Media Sosial: Studi Analisis Mahasiswa KPI dalam Mengungkap Permasalahan Pribadi" mengacu pada proses menyederhanakan dan memilah data yang relevan untuk mencapai tujuan penelitian. Berikut adalah pendekatan reduksi data yang relevan untuk studi ini:

- a. **Pemilihan Data yang Relevan:** Memilih data dari wawancara dan konten media sosial yang paling relevan dengan tujuan penelitian, seperti penggunaan media sosial dan jenis permasalahan pribadi yang diungkapkan.
- b. **Pengkodean:** Mengorganisir dan mengelompokkan data berdasarkan tema dan pola yang muncul dari wawancara dan konten media sosial, seperti jenis konten yang dibagikan dan cara pengungkapan permasalahan pribadi.
- c. **Penyaringan Informasi:** Mengidentifikasi informasi yang paling penting dan signifikan untuk menjawab pertanyaan penelitian, seperti pola penggunaan media sosial yang konsisten atau jenis permasalahan pribadi yang paling sering diungkapkan.
- d. **Integrasi Data:** Mengintegrasikan data dari berbagai sumber, seperti wawancara dengan mahasiswa dan analisis konten media sosial, untuk memperkuat temuan dan membangun narasi yang koheren.
- e. **Verifikasi dan Validasi:** Memverifikasi data dengan mengonfirmasi temuan melalui triangulasi data, yaitu membandingkan informasi dari berbagai perspektif untuk memastikan keakuratan dan keabsahan temuan.

⁸⁰ Skripsi Yovita Risnawati, Tahun 2022 "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Online Serok Pada Live TikTok Shop" Karya Yovita Risnawati

Melalui reduksi data yang sistematis dan teliti, penelitian ini dapat menyajikan analisis yang mendalam tentang dinamika penggunaan media sosial oleh mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam mengungkap permasalahan pribadi mereka, serta memberikan wawasan yang berharga terkait dampak dan implikasi dari penggunaan media sosial tersebut.

2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan upaya untuk menampilkan atau memaparkan data yang didapatkan secara visual. Penyajian data dapat dilakukan dengan menampilkan uraian singkat, hubungan antar kategori dan bagan.⁸¹

3. Penarikan Kesimpulan

Setelah dilakukannya reduksi data, kemudian dilanjutkan dengan penyajian data, maka langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan dilakukan untuk membuktikan suatu kebenaran dan kesuaian dari data dan informasi yang diperoleh.⁸²

4. Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data merupakan suatu data yang tidak berbeda antara data yang diperoleh oleh peneliti dengan data yang terjadi pada objek penelitian yang

⁸¹ Ahmad Nizar Rangkuti, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Citapustaka Media, 2014), hal. 157.

⁸² Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung : CV. Alfabeta, 2009), hal. 289.

sesungguhnya, sehingga dengan hal tersebut keabsahan data yang diberikan kemudian dapat dipertanggungjawabkan.⁸³



⁸³ Ahmad Sultra Rustan, dkk., Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, (Parepare: Institut Agama Islam Negeri Parepare, 2020), hal.23.

BAB IV

HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah berdirinya Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Merujuk pada Surat Keputusan Menteri Agama RI Nomor 153 Tahun 1968, lahirnya program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam bertepatan dengan didirikannya fakultas dakwah yaitu pada tanggal 19 Juli 1968. Pada awal berdirinya, fakultas Dakwah dan Komunikasi memiliki nama fakultas dakwah dan publikasi. Fakultas dakwah dan publisistik dahulunya merupakan jurusan yang berada dibawah naungan Fakultas Ushuluddin yang kemudian berdiri sendiri yang fokus pada dua jurusan pilihan yaitu Jurusan Dakwah wal Irsyad dan Jurusan Publisistik dan Jurnalistik, yang sekarang dikenal dengan Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Perkembangan dakwah Islam di Indonesia pada masa itu tidak lepas dari Fakultas dakwah dan Publisistik yang merupakan pelopor pertama lahirnya fakultas dakwah pertama di Indonesia. Hal ini menjadi tonggak sejarah baru bagi fakultas dakwah dan publisistik. Berdirinya fakultas dakwah dan publisistik ini merupakan hasil pemikiran dari tokoh pendidikan Aceh pada saat itu. Beliau juga merupakan penggagas Darussalam sebagai kota pelajar mahasiswa yaitu Prof. Ali Hasjmy yang 46 pada saat itu dipercayakan sebagai rektor IAIN Ar-Raniry. Pada periode 1968-1971, 1971-1975 dan 1975-1977, beliau menjabat sebagai dekan fakultas dakwah.

Sosok ini merupakan inisiator lahirnya fakultas dakwah sebagai penyokong perkembangan syiar Islam terutama di bumi serambi Mekkah Aceh. Inisiasi ini muncul berkat pemahamannya yang mendalam terhadap Al-Quran dan Hadits sebagai sumber pokok dalam ajaran Islam, sebagaimana dijelaskan bahwa dakwah merupakan salah satu kewajiban setiap muslim.

Fakultas dakwah dan publistik secara resmi disahkan oleh Menteri Agama Republik Indonesia pada saat itu, yaitu K.H. Mohd. Dahlan yang juga merupakan salah satu tokoh pergerakan nasional. Peresmian Fakultas Dakwah dan Publisistik berlangsung pada 7 Oktober 1968 M atau bertepatan dengan 15 Ra'jab 1388 H dan secara tidak langsung bersamaan dengan diadakannya kegiatan Lustrum IAIN Ar-Raniry ke-1.⁸⁴

Seiring perjalanan waktu dan inovasi di bidang pendidikan di Indonesia, terjadilah perubahan nama pada Fakultas Dakwah dan Publisistik. Fakultas ini berubah nama menjadi Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Perubahan ini mencerminkan perkembangan dalam bidang komunikasi dan kebutuhan akan penekanan pada aspek komunikasi dalam konteks dakwah. Selain itu, hal yang sama juga terjadi pada Program Studi Publisistik dan Jurnalistik. Program Studi ini kini dikenal dengan nama Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) hingga saat ini.

⁸⁴ <http://kpi.uin.ar-raniry.ac.id/index.php/id/pages/sejarah> Diakses pada tanggal 1 agustus

2. Visi, Misi dan Tujuan Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam mempunyai visi dan misi sebagai berikut:⁸⁵

a. Visi

“Menjadikan Prodi KPI sebagai program studi yang unggul dalam pengembangan Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam yang menjunjung tinggi moral dan etika serta mampu berperan pada tingkat Regional Asia Tenggara pada tahun 2030.”

b. Misi

1. Menyelenggarakan Pendidikan Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang bermutu, professional dan berdaya saing global sehingga memiliki kemampuan ilmu komunikasi Islam, berwawasan global dan amanah.
2. Melaksanakan penelitian di bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam yang berorientasi kepada Pengembangan dan pengelolaan, dan pemanfaatan sumberdaya manusia yang berwawasan komunikasi Islam.

⁸⁵ <http://kpi.uin.ar-raniry.ac.id/index.php/id/pages/visi-misi> Diakses pada tanggal 1 agustus 2024

3. Melaksanakan pengabdian kepada masyarakat melalui kerjasama antara institusi terkait dalam mengaplikasikan pengetahuan komunikasi Islam dan hasil penelitian dalam rangka syiar Islam.

Dengan merujuk pada visi dan misi yang telah disebutkan di atas, adapun tujuan prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh adalah

sebagai berikut :⁸⁶

- a. Menghasilkan lulusan yang profesional, memiliki penguasaan terhadap Ilmu Komunikasi berbasis nilai-nilai keIslaman, moral dan etika, di tingkat nasional, regional dan internasional.
- b. Menghasilkan inovasi penelitian dalam bidang ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam yang berorientasi pada pengembangan ilmu, pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya manusia yang beriman, bertaqwa, berkualitas, profesional dan kompeten dan berwawasan luas
- c. Menghasilkan karya pengabdian kepada masyarakat dalam mengaplikasikan pengetahuan dan hasil penelitian dalam rangka syiar Islam.
- d. Membangun jejaring kerjasama dalam tingkat lokal, nasional dan internasional dalam rangka meningkatkan kualitas pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat.

⁸⁶ <http://kpi.uin.ar-raniry.ac.id/index.php/id/pages/tujuan> Diakses pada tanggal 1 agustus 2024

- e. Menghasilkan karya ilmiah yang diterbitkan pada jurnal bereputasi nasional dan internasional.

B. Dinamika penggunaan media sosial khususnya *instagram* pada mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam mengungkap permasalahan pribadi

Dinamika yang dimaksud dalam konteks ini adalah perubahan yang terjadi dalam masyarakat, khususnya dalam cara orang berinteraksi dan berbagi informasi di media sosial. Ini mencakup cara-cara yang telah berubah atau diadaptasi oleh mahasiswa untuk menggunakan media sosial dengan lebih bijak dan benar. termasuk Batasan dan privasi, pengaruh dari pihak lain, Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan mengenai dinamika penggunaan media sosial studi analisis mahasiswa/I Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam mengungkap permasalahan pribadi terdapat beberapa temuan yaitu :

a. Batasan dan privasi

Salah satu perubahan besar yang kita lihat adalah kebiasaan orang dalam menyimpan atau membagikan masalah pribadi. Dahulu, orang-orang cenderung menyimpan masalah atau pencapaian mereka untuk diri sendiri atau lingkaran terdekat. Namun, dengan hadirnya media sosial, ada kecenderungan untuk membagikan segala sesuatu, mulai dari hal-hal sepele hingga yang sangat pribadi. Sebagaimana yang dikatakan oleh Daiyan Adhita Al-Ghifari bahwasannya :

“menurut saya hal-hal sensitive seperti masalah keluarga, dan pribadi sifatnya privasi dan tidak pantas di bagikan di instagram apalagi masalah yang uda ada hubungannya sama keluarga”⁸⁷

Pernyataan diatas menyatakan bahwa hal-hal sensitif seperti masalah keluarga dan pribadi seharusnya bersifat privasi dan tidak pantas dibagikan di *Instagram*. Menurut informan hal-hal seperti masalah keluarga sebaiknya tidak diumbar ke media sosial dan diselesaikan dalam lingkup keluarga saja.

Hal serupa juga disampaikan oleh Halilul Haqqi dalam wawancara yang dilakukan oleh peneliti.

“Saya ga pernah unggah cerita pribadi saya karena masalah pribadi itu tidak perlu dipublikasi ke semua orang dan menurut saya kalau kita punya masalah cukup diceritakan kepada orang-orang terdekat saja, karena saya tidak mau masalah saya orang lain tahu, ga penting juga orang tau masalah kita”⁸⁸

Pernyataan tersebut mencerminkan seseorang yang sangat berhati-hati dalam menjaga privasi pribadi. Mereka memilih untuk tidak membagikan masalah pribadi di media sosial karena merasa bahwa hal tersebut tidak perlu dipublikasikan ke semua orang. Menurutnya, masalah pribadi sebaiknya hanya diceritakan kepada orang-orang terdekat yang dipercaya, daripada dipublikasikan secara luas di media sosial seperti *Instagram*.

Sikap ini menunjukkan kesadaran yang tinggi terhadap risiko yang mungkin timbul jika masalah pribadi dipublikasikan di ruang publik. Orang tersebut tampaknya memahami bahwa media sosial adalah platform yang bisa diakses oleh banyak orang, dan mereka lebih memilih untuk menjaga privasi dan melindungi

⁸⁷ Hasil Wawancara bersama Daiyan Adhita Al-Ghifari, Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, Darussalam, 5 Agustus 2024

⁸⁸ Hasil wawancara bersama Halilul Haqqi, Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, Darussalam, 5 Agustus 2024.

diri dari potensi dampak negatif seperti komentar yang tidak diinginkan atau misinterpretasi. Pernyataan ini juga menunjukkan adanya kepercayaan yang lebih besar pada dukungan dari lingkaran sosial terdekat dibandingkan dengan audiens yang lebih luas di media sosial. Mereka lebih memilih untuk menyelesaikan masalah secara pribadi dengan orang-orang yang mereka percaya, daripada membuka diri terhadap opini publik yang mungkin tidak selalu mendukung atau memahami situasi mereka.

b. Media Pengekspresian Diri

Media pengekspresian diri adalah alat atau platform yang digunakan oleh individu untuk mengungkapkan identitas, perasaan, pemikiran, dan kreativitas mereka kepada orang lain. Ini bisa berupa berbagai bentuk seperti seni, tulisan, musik, media sosial, atau mode, yang memungkinkan seseorang menampilkan siapa diri mereka dan apa yang mereka rasakan atau pikirkan. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Miftari Rauzah.

“saya sering berbagi curhatan di instastory misalnya masalah pertemanan, keluarga dan bahkan baru baru ini saya curhat kondisi wajah yang lagi bermasalah karena dengan cerita di instastory sedikit ngga nya mengurangi beban biar ga sakit kepala”⁸⁹

AR - RANIRY

⁸⁹ Hasil Wawancara bersama Miftari Rauzah, Mahasiswa dan Komunikasi Penyiaran Islam, Darussalam, 5 Agustus 2024.



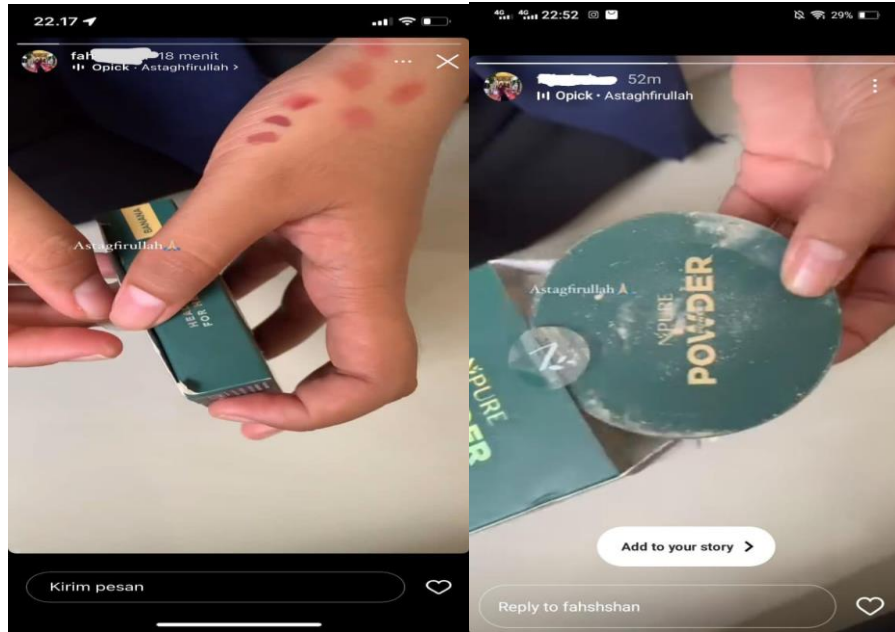
Gambar 4.1 Ekspresi Diri Dalam Mengungkapkan Kesehatan Fisik

Sumber : Dokumentasi Pribadi ;2024

Dari hasil wawancara dan observasi dari gambar di atas, Informan menyatakan bahwa berbagi masalah pribadi seperti isu pertemanan, keluarga, dan kondisi wajah melalui Instastory membantu mengurangi beban emosional dan stres. Mereka melihat media sosial sebagai alat untuk mengekspresikan perasaan mereka dan merasa bahwa berbagi curhatan ini sedikit banyak membantu mengurangi tekanan mental, seolah-olah beban emosional mereka menjadi lebih ringan. Ini mencerminkan bagaimana media sosial berfungsi sebagai saluran untuk pengekspresian diri dan dukungan emosional.⁹⁰

Hal ini Sejalan dengan yang disampaikan oleh Miftari rauzah, Alyani fahda juga menyampaikan bahwa ia juga sering mengekspresikan diri melalui instastory tentang kejadian yang dialaminya dalam sehari-hari.

⁹⁰ Hasil Observasi peneliti di sebuah akun instagram mahasiswi komunikasi dan penyiaran islam, 5 Agustus 2024.



Gambar 4.2 Ekspresi Diri Dalam Mengungkapkan Perasaan

Sumber : Dokumentasi Pribadi ; 2024

Dari gambar di atas terlihat dari salah satu akun mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam membagikan cerita tentang kemalangan yang dialaminya pada hari itu di akun *Instagram*-nya. Ia menceritakan bahwa bedak yang baru saja dibelinya dan di-unboxing ternyata pecah di dalam. Hal ini menunjukkan bahwa ia senang mengunggah kegiatan sehari-harinya di *Instagram*.⁹¹

*“saya kerap menceritakan cerita yang terjadi pada hari itu entah itu masalah keluarga, teman dan percintaan akan tetapi semua yang saya ceritakan di media sosial saya, melewati tahap seleksi dan kenapa diupload ya untuk jadi bahan update ajasih”*⁹²

Adapula salah satu informan yang tidak sering menceritakan keluh kesahnya di *instagram* dari hasil wawancara peneliti bersama Althaf Abid.

⁹¹ Hasil Observasi peneliti di sebuah akun instagram mahasiswi komunikasi dan penyiaran islam, 5 Agustus 2024.

⁹² Hasil Wawancara bersama Alyani Fahda, Mahasiswa dan komunikasi Penyiaran Islam, Darussalam, 5 Agustus 2024.

“tempat kita menceritakan hal pribadi itu bukan di media sosial, tetapi ketika ada masalah itu bagusnya cerita sama Allah aja”⁹³

Pernyataan ini mencerminkan pandangan bahwa membagikan masalah pribadi di media sosial tidak dianggap sebagai cara yang tepat. Sebaliknya, orang tersebut percaya bahwa berbicara atau merenungkan masalah secara pribadi, seperti berdoa kepada Allah, adalah cara yang lebih baik dan lebih sesuai. Ini menunjukkan bahwa mereka menganggap masalah pribadi sebagai hal yang harus ditangani secara internal atau dalam konteks spiritual, bukan untuk dipublikasikan di media sosial. Pendekatan ini menekankan nilai privasi dan kepercayaan spiritual dalam mengelola perasaan dan masalah pribadi.

c. Media Refleksi Diri

Media refleksi diri adalah alat atau platform yang memungkinkan individu untuk merenungkan dan mengevaluasi pengalaman, pikiran, serta perasaan mereka. Ini dapat berupa jurnal, blog, aplikasi, atau media sosial, dan berfungsi untuk membantu orang memahami diri mereka lebih baik, mengidentifikasi pola atau perasaan, dan mendukung proses pengembangan pribadi melalui introspeksi mendalam.

Pernyataan ini menunjukkan bahwa orang tersebut sering merenungkan kembali komentar yang mereka terima di media sosial, terutama jika komentar tersebut negatif atau menyakitkan. Akibatnya, mereka memutuskan untuk menghapus story yang telah diunggah sebagai cara untuk melindungi diri dari dampak emosional yang tidak diinginkan seperti yang disampaikan oleh Anna Rizatil.

⁹³ Hasil Wawancara bersama Althaf Abid, Komunikasi dan Penyiaran Islam, Darussalam, 5 Agustus 2024.

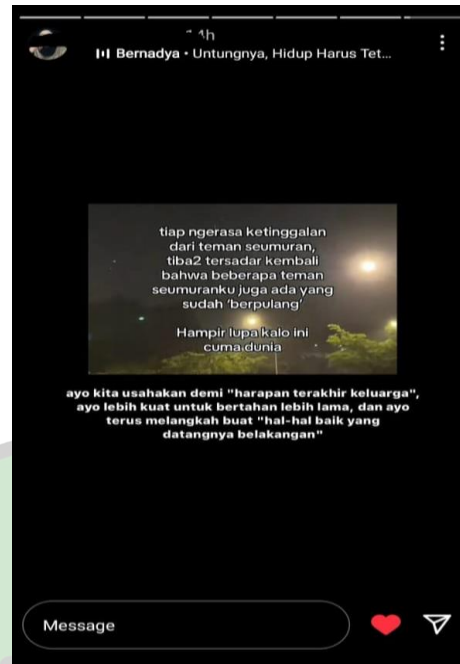
“Iya saya sering merenungi kembali kalau komentar yang saya dapatkan kurang bagus dan buat sakit hati jadi ya saya hapus deh storynya”⁹⁴

Hal ini sejalan dengan yang disampaikan oleh Inne Nuriel Primestike palingan reaksi orang itu kayak ih sedih kasian kali, kadang dilike juga, tapi ada juga yang komen semnagat ya ne, kita pasti bisa. Jadi dari tanggapan mereka yang kadang mendukung buat saya jadi ikut lebih semangat ⁹⁵

Dari pernyataan informan kedua oleh Inne Nuriel Primestike mengilustrasikan sisi lain dari refleksi diri, di mana tanggapan positif dari orang lain, seperti dukungan dan dorongan, justru memotivasi individu tersebut untuk terus maju dan merasa lebih bersemangat. Kedua pernyataan ini menunjukkan bagaimana refleksi diri dipengaruhi oleh umpan balik yang diterima dari orang lain di media sosial. Sementara komentar negatif dapat menyebabkan seseorang merasa perlu menarik diri atau menghapus konten, komentar positif dapat memberikan dorongan emosional yang memperkuat semangat dan kepercayaan diri. Hal ini menyoroti betapa pentingnya tanggapan dari orang lain dalam membentuk cara seseorang merefleksikan dan menilai pengalaman pribadi mereka di media sosial.

⁹⁴Hasil Wawancara bersama Anna Rizatil, Mahasiswa dan Komunikasi Penyiaran Islam, Darussalam, 6 Agustus 2024.

⁹⁵Hasil Wawancara bersama Inne Nuriel Primestike, Mahasiswa dan Komunikasi Penyiaran Islam, Wawancara, 6 Agustus 2024.



Gambar 4.3 Refleksi dan Penguatan diri

Sumber : Dokumentasi Pribadi ; 2024

Dari gambar diatas, salah satu unggahan akun mahasiwi kpi yang merasa insecure terhadap pencapaian teman seumuran adalah langkah pertama dalam proses refleksi diri. Ekspresi diri melalui media sosial dapat mencerminkan perasaan ini dan menunjukkan kesadaran akan perasaan tersebut, sekaligus memberikan ruang bagi individu untuk berbagi pengalaman dan mendapatkan dukungan dari orang lain yang mungkin menghadapi situasi serupa. Meskipun merasa tertinggal atau insecure, individu yang terus berjuang dan berusaha keras menunjukkan ketekunan dan tekad yang kuat. Pesan motivasi yang berbasis pada upaya untuk terus maju meskipun menghadapi kesulitan adalah bentuk ekspresi diri yang menggambarkan semangat dan komitmen untuk mencapai tujuan pribadi. Ini juga menginspirasi orang lain untuk tetap berfokus pada usaha dan tidak menyerah.

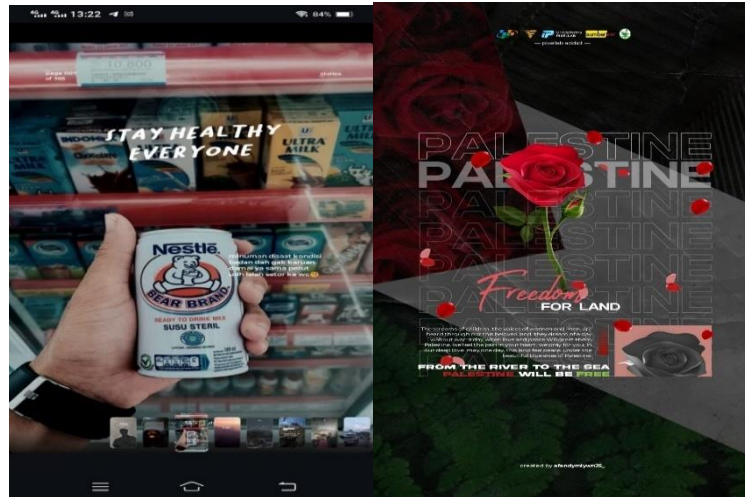
d. Wadah Aspirasi

Wadah aspirasi adalah sarana atau platform yang dirancang untuk menampung, mengumpulkan, dan menyampaikan ide, pendapat, atau keinginan dari individu atau kelompok. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa suara dan kebutuhan seseorang bisa terdengar dan dipertimbangkan oleh pengambil keputusan atau pihak yang berwenang, serta untuk memfasilitasi komunikasi dua arah antara masyarakat dan pihak yang diwakili. Hal ini seperti wawancara yang didapatkan peneliti bersama Fandy Mulyawan.

"saya suka berbagi quotes berupa typography dan juga tentang palestine karena ini merupakan cara saya untuk menyuarakan hal kemanusiaan"⁹⁶



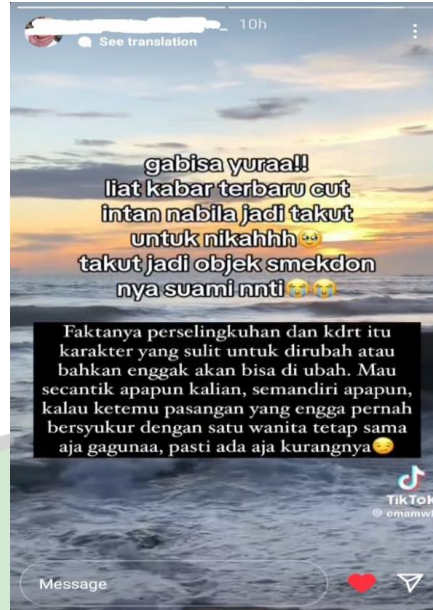
⁹⁶ Hasil Wawancara bersama Fandy Mulyawan, Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, Darussalam, 5 Agustus 2024.



Gambar 4.4 Quotes typography dan Palestine

Sumber : Dokumentasi Pribadi ; 2024

Pernyataan ini menunjukkan bahwa orang tersebut menggunakan platform media sosial untuk berbagi quotes dalam bentuk tipografi mengenai Palestina. Dengan cara ini, mereka ingin menyuarakan isu-isu kemanusiaan dan mengungkapkan dukungan terhadap Palestina. Mereka melihat berbagi quotes sebagai metode efektif untuk menyampaikan pesan tentang keprihatinan sosial atau politik, serta untuk meningkatkan kesadaran tentang masalah kemanusiaan. Ini mencerminkan bagaimana media sosial dapat digunakan sebagai alat untuk pengekspresian diri dan aktivisme, memungkinkan individu untuk berbagi nilai-nilai dan keyakinan mereka secara publik.



Gambar 4.5 Ekspresi diri dalam menyebarluaskan pesan dalam nilai moral, dan inspiratif

Sumber : Dokumentasi Pribadi ; 2024

Dari gambar diatas terlihat dari salah satu akun mahasiswi komunikasi dan penyiaran islam yang secara terbuka menyampaikan pesan moral tentang kdrt rumah tangga.

e. Media Hiburan

Media hiburan adalah sarana atau platform yang dirancang untuk menyediakan konten yang menyenangkan, menghibur, dan menarik bagi audiensnya. Ini mencakup berbagai bentuk seperti televisi, film, musik, video game, media sosial, dan platform streaming yang menawarkan program, film, lagu, atau aktivitas interaktif untuk tujuan hiburan. Media hiburan bertujuan untuk memberikan pengalaman yang menyenangkan, meredakan stres, dan menawarkan pelarian dari rutinitas sehari-hari dengan cara yang kreatif dan menarik. Hal ini seperti hasil wawancara peneliti bersama Rizky Aditama Chaniago.

“saya suka ajasih bagiin hal hal random dan sering bagi postingan hal lucu juga ke teman karena ya gaperlu waktu lama untuk cerita dan kadang relate jugasi sama kehidupan”⁹⁷

“suka ajasih up up yg lucu lucuan bareng temen, buat ngonten bareng, jamet bareng di instagram, ya gapapa sekedar mau ilangin capek ajasi”⁹⁸

Pernyataan dari hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa informan menggunakan media sosial untuk berbagi informasi yang dianggap ringan dan menghibur, seperti hal-hal random dan postingan lucu. Ini mencerminkan pendekatan efisien dalam berkomunikasi, di mana mereka menyampaikan konten dengan cara yang cepat dan tidak memerlukan waktu lama untuk penjelasan. Informan juga menekankan bahwa konten yang dibagikan sering kali terkait dengan kehidupan sehari-hari, menunjukkan bahwa mereka berusaha membuat informasi yang relevan dan resonan dengan pengalaman pribadi mereka serta teman-teman mereka. Pendekatan ini mendukung etika komunikasi yang mengutamakan relevansi, efisiensi, dan interaksi positif, dengan tetap menjaga hubungan sosial yang dekat dan menyenangkan.

⁹⁷ Hasil Wawancara bersama Rizky Aditama Chaniago, Mahasiswa dan Komunikasi Penyiaran Islam, 6 Agustus 2024.

⁹⁸ Hasil Wawancara bersama Miftari Rauzah, Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, 6 Agustus 2024.



Gambar 4.6 Hiburan

Sumber : Dokumentasi Pribadi ; 2024

C. Pemanfaatan Media Sosial secara Bijak oleh Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam

Kita sebagai penikmat sosial media sudah seharusnya bisa memfilter informasi yang disajikan lewat sosial media dan bersikap bijak dalam menggunakan sosial media. Karena jika tidak, mungkin hal-hal yang tidak diinginkan bisa terjadi. Kerugian yang terjadi akibat perilaku tidak bijak ini tidak hanya dirasakan oleh diri kita tetapi juga dirasakan oleh pihak lain, baik yang bersangkutan dengan kita ataupun tidak sama sekali.⁹⁹ Pemanfaatan media sosial secara bijak oleh mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam adalah konsep yang mengacu pada penggunaan platform media sosial oleh mahasiswa dengan penuh kesadaran, tanggung jawab, dan etika. Ini melibatkan kemampuan untuk memahami dan mempertimbangkan dampak setiap aktivitas online, baik dari segi pribadi maupun sosial, serta bagaimana penggunaan media sosial dapat mempengaruhi citra diri dan orang lain.

a. Alasan memilih *instagram*

⁹⁹<https://psikologi.ump.ac.id/pentingnya-bersikap-bijak-dalam-bersosial-media/> diakses pada 6 Agustus 2024.

Dalam konteks ini mencakup beberapa pertimbangan yang membuat platform ini menjadi pilihan utama. *Instagram* menawarkan akses mudah ke audiens yang luas, memungkinkan individu untuk berbagi masalah pribadi dengan banyak orang secara cepat. Fitur visual seperti foto dan video membantu menyampaikan perasaan atau cerita dengan cara yang lebih ekspresif dan menarik. Selain itu, *Instagram* memungkinkan interaksi langsung melalui komentar dan pesan, yang dapat memberikan dukungan atau umpan balik dari teman dan pengikut. Platform ini juga membantu membentuk komunitas atau jaringan dukungan di sekitar isu-isu pribadi, membuat pengguna merasa lebih terhubung dan didengar. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Karimullah Azhar dan Anna Rizatil.

“saya lebih memilih instagram dalam mengungkap permasalahan pribadi saya dari platform lain kaya facebook, twitter karena instagram ini lebih simple, lebih menarik, lebih fleksibel jadi bikin nyaman aja.”¹⁰⁰

“kalau instagram bisa lebih privasi, mudah pilih kawan kawan untuk bisa masukin di close friend, jadi kalo mau cerita apapun ya gapapa karena udah dipilih lagi kawan-kawan yang udah dipercaya terus juga lebih praktis digunakan.”¹⁰¹

Berdasarkan dari hasil wawancara bersama dua informan diatas, pernyataan ini mengungkapkan bahwa orang tersebut memilih *Instagram* untuk mengungkapkan masalah pribadi daripada menggunakan platform lain seperti Facebook atau Twitter. Mereka merasa *Instagram* lebih sederhana dan menarik, dengan fitur yang membuat penggunaan menjadi lebih fleksibel dan nyaman. *Instagram* memungkinkan mereka untuk membagikan masalah pribadi dengan

¹⁰⁰ Hasil Wawancara bersama Karimullah Azhar, Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, Peunayong, 6 Agustus 2024.

¹⁰¹ Hasil Wawancara bersama Anna Rizatil, Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, Darussalam, 5 Agustus 2024.

lebih mudah karena fitur seperti "Close Friends" memberi kontrol lebih besar atas siapa yang bisa melihat konten tersebut. Dengan mengatur siapa yang dapat mengakses cerita pribadi, mereka merasa privasi mereka lebih terjaga dan pengalaman berbagi menjadi lebih terkelola dan praktis. Ini menunjukkan bahwa *Instagram* dianggap sebagai platform yang lebih sesuai untuk mengungkapkan perasaan dan masalah pribadi karena kemudahan dan tingkat privasi yang ditawarkannya.

b. Pandangan Kebijakan

Pandangan kebijakan dalam konteks mengungkap masalah pribadi merujuk pada pendekatan atau prinsip yang diterapkan untuk memastikan bahwa penggunaan media sosial dilakukan dengan cara yang etis dan bertanggung jawab. Ini melibatkan penetapan aturan atau strategi untuk mengelola dan membatasi jenis konten yang dibagikan secara online, dengan tujuan menjaga privasi, menghindari efek negatif, dan melindungi citra pribadi. Secara keseluruhan, pandangan ini mencerminkan upaya untuk menggunakan media sosial dengan hati-hati, sambil mempertimbangkan dampak jangka panjang dari setiap interaksi atau postingan.

Hal ini seperti hasil wawancara yang didapatkan oleh beberapa informan. Informan-informan tersebut menyampaikan bahwa mereka sudah menggunakan media sosial dengan sangat bijak karena tidak melanggar aturan dan tidak memposting hal hal yang berbau negatif seperti yang dikatan oleh Bagus Ferdian.

“menurut saya apa yang selama ini saya bagi di instagram udah menunjukkan kalau saya udah gunain media sosial instagram dengan bijak karena ya gapernah posting hal-hal negatif dan sesuatu yang bertentangan dengan islam”¹⁰²

¹⁰² Hasil Wawancara bersama Bagus Ferdian, Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, Darussalam, 5 Agustus 2024.

Berdasarkan hasil wawancara bersama Sherliza Ihwana, Sherliza juga sepaham dengan Bagus yang dalam wawancaranya bersama peneliti menyampaikan pendapatnya tentang bijak dalam bermedia sosial.

“Menurut liza, liza udah gunain media sosial dengan bijak, karena liza tau mana yang mau di bagiin ke sosial media dan yang engga harus dibagiin ke sosial media, dan sejauh ini liza belum pernah upload hal hal negatif yang mengandung unsur kekerasan atau sara kek gitu. Lebih ke upload hal hal yang positif dan bisa memotivasi orang lain gitu kak”¹⁰³

Selain itu, Said Imamuddin juga menyampaikan bahwa ia telah menggunakan media sosial dengan cara yang baik dan benar. Ia mengatakan bahwa *“Jangankan upload hal-hal yang melanggar etika, saya gapernah posting masalah-masalah pribadi saya di media sosial karena bagi saya media sosial bukan tempat adu nasib, atau cerita masalah-masalah kita. Bagi saya fungsi media sosial itu untuk personal branding, itulah kenapa saya bisa bilang udah menggunakan media sosial dengan bijak, baik dan benar.*

c. Cara efektif menghadapi dampak negatif *instagram*

Cara efektif menghadapi dampak negative *instagram* adalah serangkaian strategi atau pendekatan yang dirancang untuk membantu individu mengurangi atau mengatasi efek negatif yang mungkin timbul dari penggunaan *Instagram*. Ini mencakup tindakan-tindakan seperti mengelola waktu yang dihabiskan di platform, mengatur privasi dan keamanan akun, selektif dalam mengikuti akun yang memberikan pengaruh positif, serta membatasi paparan terhadap konten yang dapat memicu stres, kecemasan, atau perasaan tidak aman. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Sherliza Ihwana.

“Liza selalu berprinsip bahwa sosial media itu punya rekam jejak digital jadi kita gaboleh over sharing dan juga pengikut kita itu juga bukan bener bener temen kita jadinya bahaya juga kalo misalnya mereka menyalahgunakan informasi yang kita bagikan itu, gitu sih maka nya kalau

¹⁰³ Hasil Wawancara secara online bersama Sherliza Ihwana, Mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Wvia 7 Agustus 2024.

masalah yang berat atau permasalahan tentang keluarga sebisa mungkin liza privasi, karena kalo keluarga menurut liza batasan untuk liza, jadi liza ga sering bagiin tentang keluarga atau foto keluarga gitu. Trus kalau untuk dampak, misalnya tentang kegiatan positif yang liza bagiin di instagram itu dampak panjangnya bisa jadi cacatan personal branding bagi liza ketika liza mulai masuk dunia kerja, karena tempat kerja sekarang melihat dari sosial media juga kan. Tapi kalau yang negatif dan lainnya gaada dampak panjang yang liza pikirkan sih kak”¹⁰⁴

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan diatas, dapat disimpulkan bahwa Liza menunjukkan kesadaran tinggi akan pentingnya menjaga privasi di media sosial. Ia memahami bahwa media sosial memiliki rekam jejak digital yang permanen, sehingga ia berhati-hati untuk tidak berbagi informasi pribadi secara berlebihan, terutama tentang keluarganya, yang ia anggap sebagai batasan pribadi. Liza juga sadar bahwa pengikut di media sosial tidak selalu teman dekat, sehingga ada risiko penyalahgunaan informasi.

Liza melihat manfaat jangka panjang dari berbagi kegiatan positif di *Instagram*, terutama dalam hal personal branding yang dapat mendukung kariernya di masa depan. Namun, ia cenderung tidak terlalu memikirkan dampak jangka panjang dari konten negatif. Secara keseluruhan, Liza memiliki pendekatan bijak dalam menggunakan media sosial, dengan menimbang risiko dan manfaat dari setiap unggahannya.

D. Pembahasan

Teori yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu interkasi simbolik dan Teori Johari windows (self Dislosure) yang digagas oleh George Herbert Mead dan oleh Joseph Luft dan Harry Inghampada tahun 1955. Teori interaksi simbolik menyatakan bahwa konsep diri terbentuk melalui interaksi sosial, di mana

¹⁰⁴ Hasil Wawancara secara online bersama Sherliza Ihwana, Mahasiwi Komunikasi dan Penyiaran Islam, 7 Agustus 2024.

mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam menggunakan media sosial, seperti *Instagram*, untuk membentuk dan menampilkan identitas diri mereka. Interaksi seperti komentar dan likes memberikan umpan balik yang mempengaruhi persepsi mereka tentang diri sendiri. Selain itu, teori presentasi diri menjelaskan bagaimana mahasiswa secara strategis menampilkan diri untuk mengelola kesan yang diinginkan. Pengungkapan permasalahan pribadi di media sosial bisa menjadi bagian dari upaya mereka untuk membentuk citra tertentu. Sedangkan teori johari windows adalah salah satu teori yang menjelaskan pengungkapan diri. Empat kuadran mewakili tingkat kesadaran diri dan keterbukaan dalam Johari Windows. Kegunaan model Jendela Johari sebagai bagian dari proses komunikasi adalah membantu melakukan pengamatan terhadap cara seseorang paham akan dirinya, dinamika self awareness yang berhubungan dengan perasaan, perilaku maupun motif diri seseorang dapat diketahui melalui model Jendela Johari.

Berdasarkan temuan penelitian, mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam menunjukkan kepatuhan yang baik terhadap prinsip-prinsip etika komunikasi dalam penggunaan media sosial. Mereka menjaga privasi dengan hati-hati, tidak membagikan informasi secara berlebihan, serta berkomunikasi dengan sopan dan santun. Dalam berbagi informasi dan pengalaman, mahasiswa berusaha memastikan bahwa apa yang disampaikan adalah relevan dan benar, sesuai dengan prinsip beropini. Mahasiswa juga menggunakan *Instagram* secara efektif dan mengikuti aturan dan regulasi media sosial yang berlaku. Mereka berhati-hati dalam memilih apa yang diunggah, dan menyaring informasi sebelum membagikannya.

Namun ada pula mahasiswa/i Komunikasi dan Penyiaran Islam yang belum menerapkan etika bermedia sosial dengan baik misalnya dengan memberikan komentar yang kurang empati terhadap postingan orang lain.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa perilaku mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam di *Instagram* secara umum tidak sejalan dengan nilai-nilai agama, budaya, dan psikologi yang relevan. Dari segi nilai agama, mahasiswa menunjukkan ketidak patuhan terhadap prinsip-prinsip moral seperti postingan yang menunjukkan kemesraan bersama pasangan yang belum terikat dengan pernikahan. Dalam konteks budaya, mereka terlihat belum mematuhi norma-norma sosial yang ada, seperti budaya merokok bagi kaum perempuan terkhusus di daerah Aceh, karena kegiatan tersebut masih dianggap tabu oleh masyarakatnya. Secara psikologi, mahasiswa menunjukkan kesadaran terhadap dampak dari apa yang mereka bagikan dan bagaimana cara berkomunikasi dapat memengaruhi diri mereka sendiri dan orang lain. Mereka juga cermat dalam menyaring informasi sebelum dibagikan, mencerminkan kemampuan mereka untuk berfikir kritis dan bertanggung jawab.

Dapat disimpulkan, perilaku mereka di media sosial mencerminkan integrasi yang baik dari nilai-nilai agama, budaya, dan psikologi, dengan menunjukkan sikap yang bertanggung jawab, hormat, dan sesuai dengan standar etika yang berlaku. Akan tetapi tidak menutup kemungkinan adanya mahasiswa/i yang masih menunjukkan sikap yang tidak sesuai dengan standar etika bermedia sosial dan berdasarkan panduan komunitas *instagram*. Dari hasil penelitian mengenai etika komunikasi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam di *Instagram* dan nilai-nilai agama, budaya, serta psikologi yang relevan, dapat

disimpulkan bahwa praktik mereka dalam berbagi informasi pribadi dan berkomunikasi di media sosial cenderung sesuai dengan standar etika yang ditetapkan.

Untuk merangkum prinsip-prinsip etika komunikasi yang sesuai dengan nilai agama, penelitian ini dapat merujuk pada satu ayat Al-Qur'an yang mencakup aspek menjaga privasi, berkomunikasi dengan sopan, berbicara tanpa menghakimi, dan beropini berdasarkan fakta seperti firman Allah dalam Al-Qur'an Surah Al-Ahzab: 70-71

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧٠﴾
يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا
عَظِيمًا ﴿٧١﴾

"Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar. Niscaya Allah akan memperbaiki amal-amalmu dan mengampuni dosa-dosamu. Dan barang siapa menaati Allah dan Rasul-Nya, maka sesungguhnya dia telah mendapat kemenangan yang besar." (QS. Al-Ahzab: 70-71)¹⁰⁵

Berdasarkan data-data yang telah didapat dan diolah peneliti di atas, peneliti menemuka jawaban dari rumusan masalah, bahwa penggunaan media sosial, khususnya *Instagram*, di kalangan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam menunjukkan adanya variasi sikap dalam berbagi masalah pribadi. Dinamika yang terjadi pada mahasiswa/i Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Komunikasi dalam penggunaan media sosial menunjukkan kesadaran tinggi tentang pentingnya menjaga privasi. Mereka cenderung membatasi pembagian

¹⁰⁵ Oktaviani dkk, Jujur dalam Perspektif Al-Qur'an (Studi Analitis tafsir Al-Mishbah Qs. Al-ahzab: 70-71, Qs. Al-Hadid: 19, Qs. Al-Baqarah: 177 dan Qs. Maryam: 41 karya M. Quraish Shihab).

masalah pribadi, terutama yang bersifat sensitif seperti konflik keluarga, agar tidak terekspos ke publik. Media sosial lebih banyak mereka gunakan sebagai media ekspresi dan tempat berbagi keseharian, yang sering kali menjadi sarana untuk mengurangi beban emosional. Di *Instagram*, misalnya, mahasiswa merasa lega saat berbagi lewat Instastory, meskipun mereka tetap selektif terhadap konten yang dibagikan.

Selain itu, mereka memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk refleksi diri, karena sering kali komentar yang muncul, baik positif maupun negatif, menjadi bahan perenungan. Komentar positif biasanya meningkatkan rasa percaya diri, sementara komentar negatif lebih dianggap sebagai masukan untuk memperbaiki diri.

Media sosial juga berperan sebagai sarana aspirasi untuk menyuarakan isu sosial seperti kemanusiaan dan dukungan pada Palestina, serta menjadi wadah berbagi konten hiburan dengan teman-teman. Mereka memanfaatkannya untuk menghilangkan stres, tanpa melewati batas yang dapat menimbulkan kesalahpahaman atau dampak negatif.

Mahasiswa KPI juga menyadari potensi media sosial dalam membangun citra diri (*personal branding*) untuk menunjang karier di masa depan. Kesadaran ini membuat mereka bijak dalam mengelola konten, menghindari hal negatif, dan tetap menjaga etika yang sesuai dengan nilai agama, bahkan menggunakan fitur seperti "Close Friends" untuk menjaga privasi. Keseluruhan ini menunjukkan bahwa mahasiswa KPI memilih media sosial sebagai sarana untuk ekspresi dan hiburan, sekaligus memperhatikan batasan dan prinsip etika yang mereka anut.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian serta hasil penelitian yang diperoleh dari “Dinamika Penggunaan Media Sosial Studi Analisis Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Dalam Mengungkap Permasalahan Pribadi” peneliti menyimpulkan :

1. Penggunaan *instagram* oleh mahasiswa/i Komunikasi dan Penyiaran Islam menunjukkan pola penggunaan *Instagram* yang bervariasi dalam hal mengungkapkan masalah pribadi. Beberapa mahasiswa memilih untuk menjaga kerahasiaan informasi pribadi mereka secara ketat, terutama terkait isu-isu sensitif seperti masalah keluarga. Ini dilakukan untuk melindungi diri dari potensi risiko penyalahgunaan data pribadi. Di sisi lain, terdapat mahasiswa yang lebih terbuka dan menggunakan *Instagram* sebagai sarana untuk berbagi pengalaman dan curahan hati, berharap bisa mendapatkan dukungan emosional dari lingkaran sosial mereka. Mereka memanfaatkan fitur seperti "Close Friends" untuk membatasi audiens yang bisa melihat konten yang mereka bagikan di *instagram*.
2. Kebijakan Mahasiswa/i Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam Menggunakan media sosial menunjukkan pemahaman yang baik

berdasarkan etika bermedia sosial dan mengikuti panduan komunitas *instagram* dalam hal penggunaan media sosial dengan bijak. Mereka memperhatikan bagaimana membangun dan memelihara citra diri di *Instagram*, menghindari pembagian konten negatif, dan lebih memilih untuk menyebarkan pesan yang positif. Kesadaran ini mencerminkan upaya mereka dalam mengelola jejak digital dengan hati-hati, dengan tujuan menjaga reputasi pribadi dan profesional.

B. Saran

Dari hasil Kesimpulan penelitian diatas, maka peneliti mengajukan saran sebagai berikut :

1. Mahasiswa perlu menyadari bahwa membagikan permasalahan pribadi di media sosial dapat sangat berisiko, terutama jika informasi tersebut dapat diakses oleh banyak orang. Sebelum membagikan sesuatu, pertimbangkan siapa yang akan melihatnya dan bagaimana informasi itu bisa digunakan.
2. Pilihlah dengan bijak apa yang ingin Anda bagikan di media sosial. Fokuskan pada konten positif yang membangun citra diri yang baik. Jika merasa perlu berbagi masalah pribadi, lakukan dengan penuh pertimbangan dan pastikan tidak mengungkapkan informasi yang terlalu sensitif atau pribadi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Arikunto, S. (2005). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Budyana, M., & Ganiem, L. M. (2011). *Teori Komunikasi Antar Pribadi*. Jakarta: Kencana.
- Devito, J. A. (1992). *The Interpersonal Communication Book*. USA: Pearson Education.
- Hamidi. (2008). *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: UMM Press.
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin: Antari Press.
- Rakhmat, J. (1994). *Islam Aktual: Refleksi Seorang Cendekiawan Muslim*. Bandung: Mizan.
- Rustan, A. S., dkk. (2020). *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Parepare: Institut Agama Islam Negeri Parepare.
- Santrock, J. W. (2003). *Perkembangan Remaja*. Jakarta: Erlangga.
- Soehartono, I. (2011). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Soekanto, S. (2010). *Pokok-Pokok Sosiologi Hukum*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Suadi, A. (2018). *Sosiologi Hukum*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Wardhani, W., Mashoedi, D., & Fatmawati, S. (2012). *Hubungan Interpersonal*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Jurnal

- Akbar, N. F., dkk. (2023, 3 Juli). Perubahan Sosial dan Pengaruh Media Sosial Tentang Peran *Instagram* dalam Membentuk Identitas Diri Remaja. *Jurnal Penelitian dan Bahasa*, 1, 5.
- Cahyono, A. S. (n.d.). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Acta Diurna Komunikasi*, VI, 8.
- Mailoor, A., dkk. (2017). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Snapchat terhadap Pengungkapan Diri Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *Acta Diurna Komunikasi*, VI, 2.
- Roma Doni, F. (2017). Perilaku Penggunaan Media Sosial Pada Kalangan Remaja. *Indonesian Journal On Software Engineering*, 3(2), 4.
- Sa'adatina. (n.d.). Penggunaan Media Sosial Dalam Dinamika Hubungan Pacaran: Studi Terhadap Penggunaan *Instagram* Pada Pasangan Berpacaran. *Jurnal Undip*, 2.
- Samosir, F. T. (2018). Efektivitas Youtube sebagai Media Pembelajaran Mahasiswa. *Record and Library Journal*, 4(2), 86.
- Utami, P. D., dkk. (2021). Hubungan Antara Regulasi Diri dengan Fear of Missing Out (FOMO) pada Remaja Pengguna *Instagram*. *Jurnal Humaniora*, 5, 177-190.
- Wahyuni, A. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 215.

Website

- Adidah, S. (2023, Oktober). *Allah Sebaik-baiknya Tempat Mengadu*. Diakses pada 23 Juli 2024 dari <https://alazharpeduli.or.id/publikasi/artikel-berita/p/allah-sebaik-baiknya-tempat-mengadu>.
- Khofifah, A. (n.d.). *Permasalahan yang Disampaikan Siswa kepada Guru BK/Konselor*. Diakses pada 03 Januari 2024 pukul 02.16 dari <http://digilib.unila.ac.id/8477/143/BAB%20II.pdf>.
- KPI UIN Ar-Raniry. (n.d.). *Sejarah KPI UIN Ar-Raniry*. Diakses pada 1 Agustus 2024 dari <http://kpi.uin.ar-raniry.ac.id/index.php/id/pages/sejarah>.
- Riyanto, A. D. (2024, Februari). *Hootsuite (We Are Social): Data Digital Indonesia 2024*. Diakses pada 28 Juni 2024 dari <https://blog.andi.link>.
- Wikipedia. (n.d.). *Media Sosial*. Diakses pada 03 Januari 2024 pukul 02.21 dari https://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial.
- Zhafirah, A. T., dkk. (n.d.). Self Disclosure Pasangan Long Distance Relationship Dalam Membangun Hubungan Harmonis. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial*,

2, 31. Diakses pada 30 Juli 2024 dari <https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/G31A/2017/G.311.16.0122/G.311.16.0122-05-BAB-II-20220902102904.pdf>.

KPI UIN Ar-Raniry. (n.d.). *Tujuan KPI UIN Ar-Raniry*. Diakses pada 1 Agustus 2024 dari <http://kpi.uin.ar-raniry.ac.id/index.php/id/pages/tujuan>.

KPI UIN Ar-Raniry. (n.d.). *Visi Misi KPI UIN Ar-Raniry*. Diakses pada 1 Agustus 2024 dari <http://kpi.uin.ar-raniry.ac.id/index.php/id/pages/visi-misi>



LAMPIRAN

Lampiran 1. SURAT KETERANGAN SK PENUNJUK PEMBIMBING

**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH**
Nomor: B.63/Un.08/FDK/KP.00.4/01/2024

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

DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

- Menimbang** : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi.
b. Bahwa yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan sebagai Pembimbing Skripsi.
- Mengingat** : 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen;
6. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
7. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil;
8. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
9. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry;
10. Keputusan Menteri Agama No.89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry;
11. Keputusan Menteri Agama No. 153 Tahun 1968, tentang Penetapan Pendirian Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry;
12. Keputusan Menteri Agama Nomor 21 tahun 2015 tentang Statuta UIN Ar-Raniry;
13. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry No. 01 Tahun 2015 tentang Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur PPs dalam lingkungan UIN Ar-Raniry
14. DIPA UIN Ar-Raniry Nomor: 025.04.2.423925/2024, Tanggal 24 November 2023

MEMUTUSKAN


- Menetapkan** : Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry.
Pertama : Menunjuk Sdr.: 1) Dra. Muhsinah, M.Ag PEMBIMBING UTAMA (Subtansi Penelitian)
2) Hanifah, S.Sos.I, M.Ag PEMBIMBING KEDUA (Teknik Penulisan)

Untuk membimbing KKU Skripsi:
Nama : Dhiya Aula Fillah
NIM/Jurusan : 200401063/Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Judul : Dinamika Penggunaan Media Sosial : Studi Analisis Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Dalam Mengungkap Permasalahan Pribadi

- 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 2024;
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 : 25 Januari 2024 M
14 Rajab 1445 H

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


Kusnawati Hattah

Tembusan:
1. Rektor UIN Ar-Raniry.
2. Kabeg. Keuangan dan Akutansi UIN Ar-Raniry.
3. Pembimbing Skripsi.
4. Mahasiswa yang bersangkutan.
5. Arsip.
Keterangan:
SK berlaku sampai dengan tanggal 25 Januari 2025

AR - RANIRY

Lampiran 2. SURAT KETERANGAN MELAKUKAN PENELITIAN

8/11/24, 4:26 PM

Document



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telepon : 0651- 7557321, Email : uin@ar-raniry.ac.id

Nomor : B.1351/Un.08/FDK-I/PP.00.9/03/2024
Lamp : -
Hal : **Penelitian Ilmiah Mahasiswa**

Kepada Yth,
Prodi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Penyiaran Islam
Assalamu'alaikum Wr.Wb.
Pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

Nama/NIM : **DHIYA AULA FILLAH / 200401063**
Semester/Jurusan : VIII / Komunikasi dan Penyiaran Islam
Alamat sekarang : Peurada

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul ***Dinamika Penggunaan Media Sosial Studi Analisis Mahasiswa KPI Dalam Mengungkap Permasalahan Pribadi***

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami mengucapkan terimakasih.

Banda Aceh, 06 Agustus 2024
an. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan,



Berlaku sampai : 31 Agustus 2024

Dr. Mahmuddin, M.Si.

جامعة الرانيري
AR - RANIRY

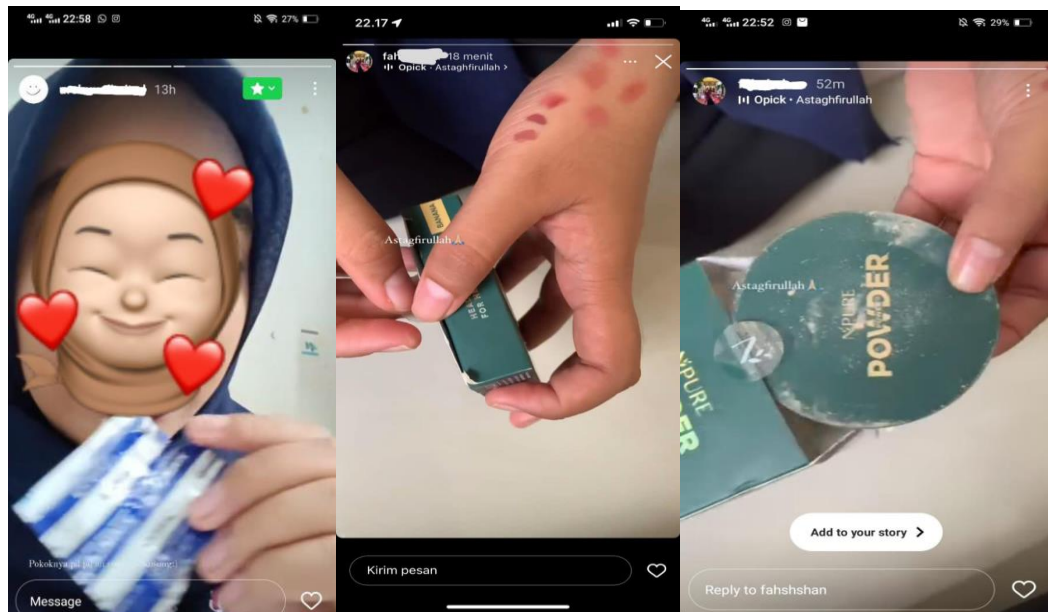
Lampiran 3. DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

1. Berapa lama kamu telah menggunakan *instagram*?
2. Seberapa sering kamu menggunakan *instagram* dalam sehari?
3. Apa yang biasa kamu bagikan di *instagram*?
4. Pernahkah kamu membagikan permasalahan pribadi di media sosial? Jika ada apa bentuk permasalahan pribadi yang Anda bagikan dan di media sosial apa yang Anda bagikan?
5. Mengapa memilih *instagram* untuk kamu membagikan permasalahan tersebut?
6. Bagaimana reaksi teman/pengikut kamu terhadap postingan tentang permasalahan pribadi yang kamu bagikan?
7. Apa tanggapan dari mereka mempengaruhi cara kamu menangani hal tersebut?
8. Apa kamu sering merenungkan kembali dari tanggapan yang kamu terima di *instagram*?
9. Bagaimana kamu menentukan batasan tentang apa yang boleh dan apa yang tidak boleh dibagikan di *instagram*?
10. Apa kamu memiliki aturan pribadi mengenai privasi di media sosial? Jika iya bisa kamu jelaskan
11. Apakah ada pengaruh dari keluarga teman, atau pihak lain yang mempengaruhi cara kamu mengungkap permasalahan pribadi?
12. Apakah kamu tahu dampak positif dan negatif dari mengungkap permasalahan pribadi di media sosial. Salah satu dampak positifnya adalah anda mendapat support dari pengikut anda dan dampak negatifnya adalah kamu mendapatkan cyberhate dari salah satu mereka. Menurut kamu, adakah dampak positif dan negatif yang kamu rasakan? Jika ada boleh dijelaskan!

13. Bagaimana kamu mengatasi dampak negatif yang mungkin muncul dari penggunaan *instagram*?
14. Apa yang kamu lakukan untuk memastikan bahwa kamu telah menggunakan media sosial dengan bijak
15. Apa kamu pernah mempertimbangkan dampak panjang dari informasi yang kamu bagikan di *instagram*?
16. Apa saran kamu selaku sesama mahasiswa/i dalam menggunakan media sosial khususnya *instagram* untuk mengungkap permasalahan pribadi!

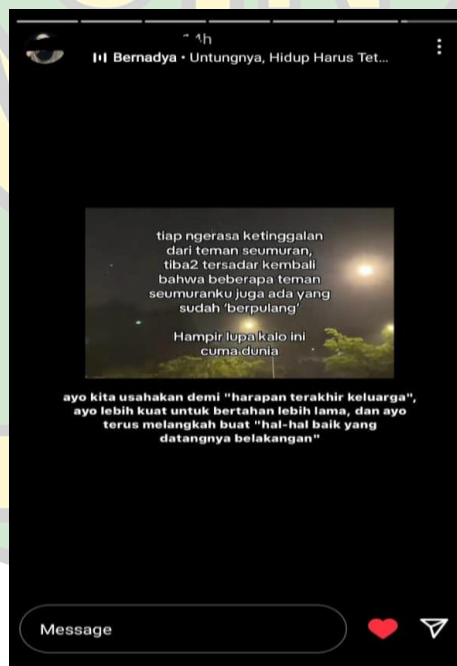


Lampiran 4. DOKUMENTASI PENELITIAN

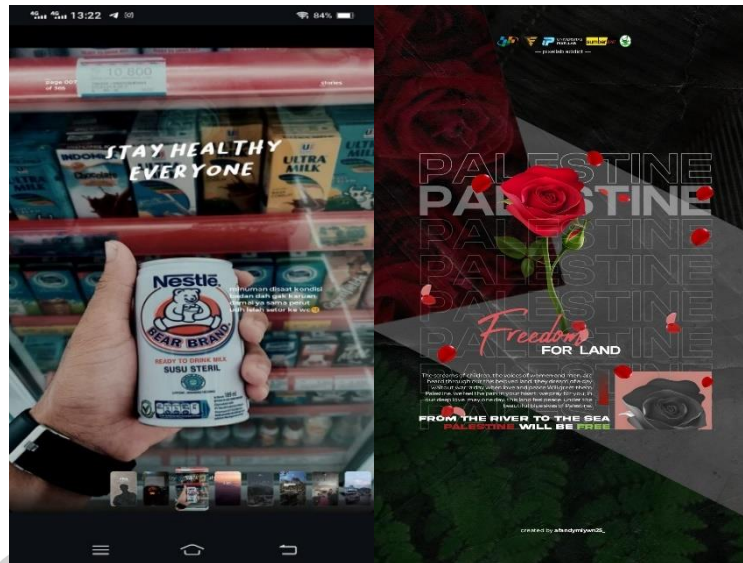


Gambar 1 Ekspresi Diri Dalam Mengungkapkan Kesehatan Fisik

Gambar 2 Ekspresi Diri Dalam Mengungkapkan Perasaan



Gambar 3 Refleksi dan Penguatan diri



Gambar 4 Quotes Typography dan Palestine



Gambar 5 Ekspresi diri dalam menyebarkan pesan dalam nilai moral & inspiratif

Gambar 6 Hiburan



Gambar 7 Wawancara Bersama Anna Rizatil selaku mahasiswa KPI



Gambar 8 Wawancara Bersama Daiyan selaku mahasiswa KPI



Gambar 9 Wawancara Bersama Fandy selaku mahasiswa KPI



Gambar 8. Wawancara bersama Miftari selaku mahasiswi Kpi



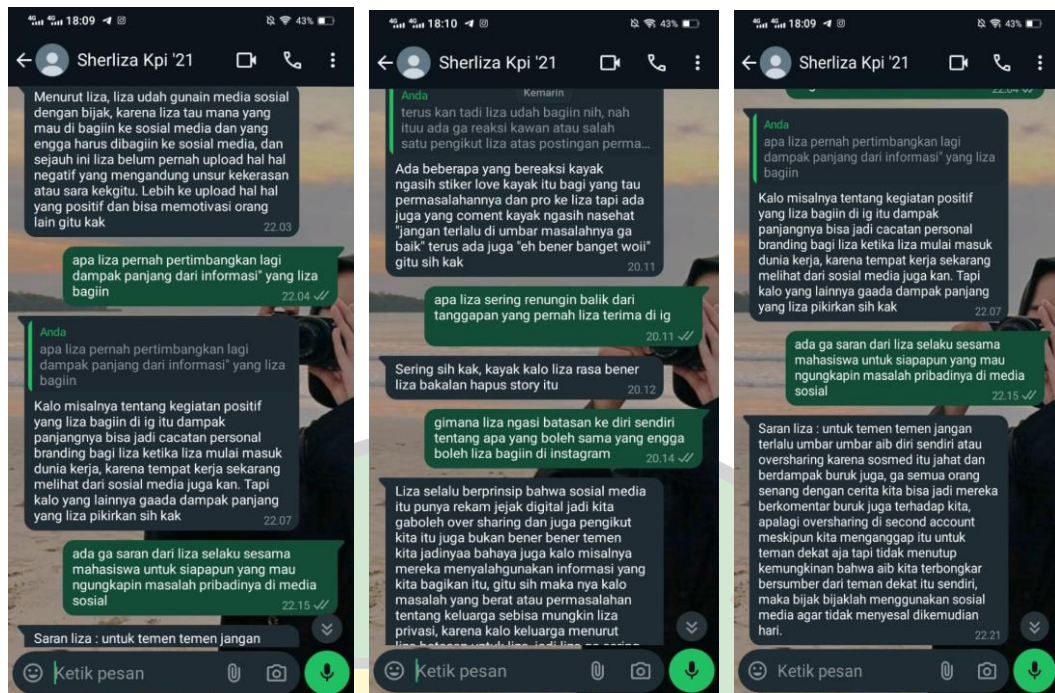
Gambar 9. Wawancara bersama Alyani selaku mahasiswi Kpi



Gambar 10 dan 11 Wawancara bersama Said, Rizky selaku mahasiswa Kpi



Gambar 12 dan 13 Wawancara bersama Bagus dan Halilul selaku mahasiswa Kpi



Gambar 14 Wawancara bersama liza selaku mahasiswi Kpi



Lampiran 5. DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Dhiya Aula Fillah
2. Tempat /Tgl Lahir : Bireuen, 23 Oktober 2002
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. NIM/Jurusan : 200401063 / Komunikasi dan Penyiaran Islam
6. Kebangsaan : Indonesia
7. Alamat : Jln. Abdul Wahab Gam No. 17 Dusun Kommes
MenasahCapa
 - a. Kecamatan : Kota Juang
 - b. Kabupaten : Bireuen
 - c. Provinsi : Aceh
8. Email : dhiyaaulafillah@gmail.com

Riwayat Pendidikan

9. MI/SD/Sederajat : SD N 4 Bireuen
10. MTs/SMP/Sederajat : SMP N 1 Bireuen
11. MA/SMA/Sederajat : SMA N 1 Bireuen
12. Diploma Tahun Lulus :

Orang Tua/Wali

13. Nama Ayah : Amiruddin
14. Nama Ibu : Ismaidah
15. Pekerjaan Orang Tua : PNS
1. Alamat Orang Tua : Jln. Abdul Wahab Gam No. 17 Dusun Kommes
MenasahCapa
 - a. Kecamatan : Kota Juang
 - b. Kabupaten : Bireuen
 - c. Provinsi : Aceh

Banda Aceh 15 Agustus 2024

Peneliti

Dhiya Aula Fillah