

ANALISIS ETIKA DALAM PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL *PATH*
(Studi Kasus Pada Mahasiswa STMIK Perguruan Tinggi Teknokrat Lampung)

(Skripsi)

Oleh

AYU AGUSTINA



ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
2016

ABSTRAK

ANALISIS ETIKA DALAM PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL *PATH* (Studi Kasus Pada Mahasiswa STMIK Perguruan Tinggi Teknokrat Lampung)

Oleh

AYU AGUSTINA

Path merupakan media sosial baru yang muncul pada bulan November 2010, kemudian mulai *booming* pada tahun 2013, dan banyak digandrungi oleh para remaja. Setiap orang bisa dengan mudah berkomunikasi dan berbagi dengan media sosial. Namun ada satu fenomena unik yang bisa diamati disini, yaitu kebebasan berbicara. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana pemahaman etika dalam penggunaan media sosial *Path* dikalangan mahasiswa. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat pemahaman mahasiswa tentang etika dan penerapannya dalam bermedia sosial *Path*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan menggunakan landasan *Computer Mediated Communication Theory* (CMC). Pengumpulan data tentang pemahaman dan penerapan etika dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan wawancara secara mendalam, serta mengamati dan memperhatikan mahasiswa yang diteliti dalam menggunakan media sosial *Path*. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa masih ada mahasiswa yang tidak mengetahui tentang aturan dan etika dalam menggunakan media sosial *Path*. Meskipun demikian, semua mahasiswa menyadari pentingnya memahami dan menerapkan etika dan aturan dalam mengakses media sosial *Path*.

Kata Kunci : Media sosial, Etika Berinternet, *Path*, *Computer Mediated Communication Theory* (CMC).

ABSTRACT

***ANALYSIS THE USE OF SOCIAL MEDIA ETHICS IN PATH
(A Case Study On College Students STMIK Technocrat Lampung)***

By

AYU AGUSTINA

Path is a new social media which appeared in November 2010, then began to boom in 2013, and much loved by the teenagers. Everyone can easily communicate and share with social media. But there is a unique phenomenon that can be observed here, that is freedom of speech. The problems in this study is how the understanding of ethics in the use of social media Path among college students. The purpose of this study was to determine the level of students' understanding and determine how the application of ethics in using the social media Path. This study used descriptive qualitative method, by using the theoretical foundation Theory Computer Mediated Communication (CMC). Collection of data on comprehension and implementation of ethics in research was conducted by in-depth interviews, as well as observe and noticed students who studied in using social media Path. The results of this study found that there are students who didn't know about the rules and ethics in using social media Path. However, all of the students realize the importance of understanding and applying the ethics and rules in accessing social media Path.

Keywords: Social Media, Internet Ethics, Path, Computer Mediated Communication Theory (CMC)

**ANALISIS ETIKA DALAM PENGGUNAAN MEDIA
SOSIAL *PATH***
(Studi Kasus Pada Mahasiswa STMIK Perguruan Tinggi Teknokrat
Lampung)

Oleh

AYU AGUSTINA

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI

Pada

**Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2016**

Judul Skripsi : **ANALISIS ETIKA DALAM PENGGUNAAN MEDIA
SOSIAL PATH**
(Studi Kasus pada Mahasiswa STMIK Perguruan Tinggi
Teknokrat Lampung)

Nama Mahasiswa : **Ayu Agustina**

No. Pokok Mahasiswa : 1116031022

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



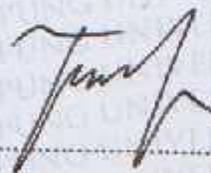
2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Dhanik Sulistyarini, S.Sos., MComn&MediaSt.
NIP 19760422 200012 2 001

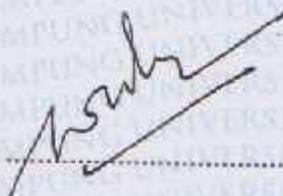
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Toni Wijaya, S.Sos., M.A.

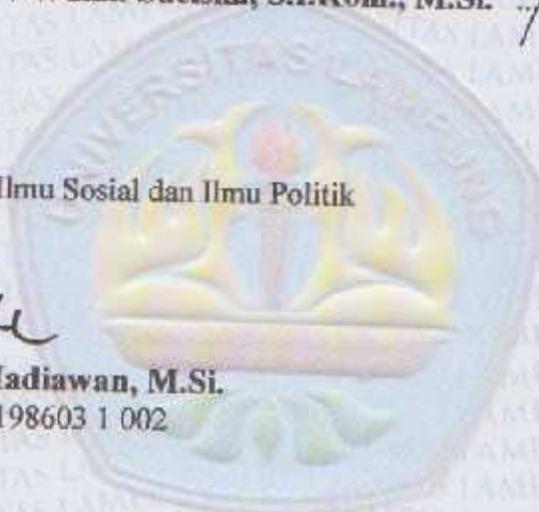


Penguji Utama : Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si.



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Drs. H. Agus Hadiawan, M.Si.
NIP. 19580109 198603 1 002



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 23 Juni 2016

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ayu Agustina
NPM : 1116031022
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Alamat Rumah : Jl. Podosari No. 1050, RT 001 / RW 004
Kel.Rejosari, Kec. Pringsewu, Lampung
No.HP/Telp Rumah : 0822 8067 8727

Dengan ini menyatakan, bahwa skripsi saya yang berjudul **Analisis Etika dalam Penggunaan Media Sosial Path (Studi Kasus Pada Mahasiswa STMIK Perguruan Tinggi Teknokrat)** adalah benar-benar hasil karya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) ataupun dibuatkan oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian/skripsi saya, ada pihak-pihak yang merasa keberatan maka saya akan bertanggung jawab sesuai dengan peraturan yang berlaku dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam tekanan pihak-pihak manapun.

Bandar Lampung, 20 Juni 2016

Yang membuat pernyataan,



Ayu Agustina

NPM. 1116031022

RIWAYAT HIDUP



Penulis lahir di Pringombo pada tanggal 10 Agustus 1993 dan diberikan nama Ayu Agustina. Penulis merupakan putri keempat dari lima bersaudara, buah cinta dari pasangan Bapak Parsinu dan Ibu Mariam Sri Astutik, S.Pd.

Penulis mulai menyelesaikan pendidikannya di Taman Kanak-Kanak (TK) Aisyah Pringsewu tahun 1999, kemudian penulis mengenyam pendidikan dasar di SD Muhammadiyah Pringsewu hingga tahun 2005. Kemudian meneruskan di SMP Negeri 3 Pringsewu lulus pada tahun 2008, dan melanjut ke tingkat berikutnya di SMA Negeri 2 Pringsewu lulus pada tahun 2011.

Pada tahun 2011, penulis terdaftar sebagai mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung melalui jalur SNMPTN Tertulis. Semasa menempuh pendidikan di Jurusan Ilmu Komunikasi, organisasi yang pernah diikuti yaitu aktif dalam *Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi UNILA* sebagai anggota bidang Advertising periode 2011-2012.

Penulis melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) pada Januari 2014 di Desa Negeri Agung, Kecamatan Marga Tiga, Lampung Timur, dan penulis juga melakukan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Lampung di bagian Pos dan Telekomunikasi selama bulan Agustus-September 2014.

MOTTO

Jangan pernah meremehkan orang lain, bahkan dirimu sendiri.

Sekecil apapun itu.

(Penulis)

Judging a person doesn't define who they are, it defines who you are.

(Unknow)

PERSEMBAHAN

Dengan diiringi beribu rasa syukur penulis haturkan kepada Sang pemberi rahmat dan nikmat bagi seluruh alam, Allah SWT.

Kupersembahkan karya ku ini kepada...

Kedua orang tua ku tercinta yang merupakan guru terbaik dan sumber semangat dan motivasiku, kakak-kakakku yang selalu memberikan dukungannya, dan adikku yang selalu menjadi teman dan penghiburku.

SANWACANA

Alhamdulillah *rabbi* *'alamin*, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya yang berlimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Analisis Etika dalam Penggunaan Media Sosial *Path* (Studi Pada Mahasiswa STMIK Perguruan Tinggi Teknokrat Lampung). Begitu banyak daya dan upaya yang penulis lakukan demi terselesaikannya skripsi ini, penulis juga menyadari bahwa hal tersebut terjadi berkat bimbingan, dukungan, motivasi, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang tulus kepada :

1. Ibu Dhanik S. S.Sos., M.Comm and Media St., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
2. Bapak Andy Corry Wardhani, Dr., M.Si., selaku dosen pembimbing akademik yang selalu memberikan saran dan motivasi.
3. Bapak Toni Wijaya, S.Sos., M.A., selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan atas segala kesediannya mengarahkan serta memberikan saran dan kritik yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.

4. Ibu Wulan Suciska, S.I.Kom, M.Si., selaku Dosen Pembahas yang telah meluangkan waktunya serta memberikan kritik dan saran yang membangun dalam proses penulisan skripsi ini.
5. Seluruh jajaran Dosen FISIP Universitas Lampung terutama Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis selama perkuliahan.
6. Seluruh staff administrasi dan karyawan FISIP Universitas Lampung, khususnya Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah membantu penulis demi kelancaran skripsi ini.
7. Keluarga besar HMJ Ilmu Komunikasi, dan teman-teman seangkatan KomSebelas yang selalu kompak dan solid dalam segala hal. Selalu bangga menjadi bagian dari kalian!
8. Kedua orangtuaku yang sangat aku cintai, yang selalu menjadi semangatku untuk terus maju dan berkembang. Terimakasih atas segala curahan kasih sayang, kesabaran, nasehat, pengorbanan, dukungan dan doa yang tak pernah terputus untukku.
9. Kakak-kakakku Eka Sari Setianingsih, Cholyan Perwira, Indah Octaviyana, dan adikku tersayang Oktavia Panca Rani. Terimakasih atas dukungan dan motivasi yang kalian berikan, terimakasih telah menjadi saudara sekaligus teman terbaik yang selalu ada mengisi hari-hari di hidupku.
10. Sahabat-sahabatku, Alifia Oktrina Fayardi, Amy Amelia Mayangsari, Hamdana Fitri, Imelda Oktora, Irwin Sandi dan Tri Hana Pratiwi. Teman seperjuangan semasa kuliah, teman ngumpul, teman nge-*bego* bareng,

teman waktu ketawa bareng bahkan nangis bareng, teman yang menyebut dirinya Kelompok Belajar tapi jarang banget “belajar”, teman yang selalu ngasih *sureprise* tapi gak pernah ngejutin, bocor banget. Bagaimanapun wujud dan kelakuan kalian, *I Love You Guysss!!*

11. Sahabat-sahabatku dari zaman cupu, Nuraini Soleha, Halimatul Mardiyah, Fronica, Leni Widia. Banyak banget kenangan dari SMA sampe udah setua ini, kalian *the best partner in crime* pokoknya. Terimakasih untuk segala dukungan dan ceramahan yang kalian kasih, aku sayang kalian ({}). Untuk *KKN Mate* aku, Sulistya Wardhani. Terimakasih untuk omelan, ceramah, kegilaan, kegokilan dan kesabaran dengerin curhatan aku yang itu-itu aja. Tetep jadi tante yang suka gosip bareng aku ya.. *Loveyou Suleee :**
12. Seseorang yang *special* buat aku, Rully Kesuma Jaya. Seseorang yang memberi aku banyak pengalaman, banyak pelajaran tentang kehidupan dan persahabatan, dan banyak hal lainnya. Terimakasih untuk kasih sayang, kesabaran, canda, dan tawa yang sudah kamu berikan dalam hidupku.
13. Dan terimakasih untuk semua pihak yang tidak sempat disebutkan, tetapi telah membantu dalam proses pengerjaan skripsi ini.

Bandar Lampung, 20 Juni 2016
Penulis,

Ayu Agustina

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR GAMBAR	iii
DAFTAR BAGAN	iv
DAFTAR TABEL	v
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu.....	10
B. Tinjauan Tentang Etika.....	12
C. Kajian Teori Tentang Etika	15
D. Tinjauan Komunikasi Massa	17
E. Tinjauan Tentang Penggunaan Media	19
F. Tinjauan Tentang Media Baru (<i>New Media</i>)	21
G. Tinjauan Tentang Media Sosial.....	25
H. Tinjauan Tentang Media Sosial <i>Path</i>	26
1. Kebijakan Privasi (<i>Privacy Policy</i>) Dalam Media Sosial <i>Path</i> ..	27
2. Syarat Penggunaan (<i>Term of use</i>) Media Sosial <i>Path</i>	29
3. Penggunaan Layanan <i>Path</i>	30
I. Landasan Teori.....	32
J. Kerangka Berpikir.	36
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Tipe Penelitian.....	40
B. Teknik Pengumpulan Data.	41
C. Jenis Data.....	42
D. Fokus Penelitian.	42
E. Penentuan Informan.	43

F. Teknik Analisis Data.....	44
G. Teknik Keabsahan Data.....	45

BAB IV GAMBARAN UMUM

A. Sejarah Singkat STMIK Teknokrat.....	47
B. Visi dan Misi STMIK Teknokrat.....	49
C. Logo STMIK Teknokrat.....	50
D. Struktur Organisasi.....	51
E. Program Studi.....	52
1. Program Studi Teknik Informatika (TI).....	52
2. Program Studi Sistem Informasi (SI).....	55

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Identitas Informan.....	59
B. Penggunaan Media Sosial <i>Path</i> Dikalangan Mahasiswa STMIK Teknokrat.....	64
C. Pemahaman Etika Berinternet (<i>Netiquette</i>) Dan Kebijakan Privasi (<i>Privacy Policy</i>) Dalam Penggunaan Media Sosial <i>Path</i> ..	74
D. Penerapan Etika Berinternet (<i>Netiquette</i>) Dalam Menggunakan Media Sosial <i>Path</i>	84
E. Pembahasan Berdasarkan <i>Communication Mediated Computer Theory</i> (CMC).....	95
F. Pembahasan Berdasarkan Teori Etika.....	97
G. Pembahasan Etika Berinternet (<i>Netiquette</i>) Berdasarkan UU-ITE.....	99
H. Klasifikasi Informan Berdasarkan Hasil Wawancara.....	101

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	108
B. Saran.....	110

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Persentase Pengguna Media Sosial.	2
Gambar 2. <i>Path</i> di Indonesia.....	3
Gambar 3. Pelanggaran Etika di <i>Path</i>	5
Gambar 4. Logo STMIK Teknokrat.....	50
Gambar 5. Aktifitas informan pertama saat menggunakan media sosial <i>Path</i>	65
Gambar 6. Aktifitas informan ketiga saat <i>update</i> lokasi (<i>check in place</i>) dimedia sosial <i>Path</i>	67
Gambar 7. Informan ketujuh saat mengunggah aktifitasnya di media sosial <i>Path</i>	71
Gambar 8. Informan pertama menyindir temannya melalui media sosial <i>Path</i> miliknya.	85
Gambar 9. Informan keempat saat menyindir seorang teman melalui akun <i>Pathnya</i>	88

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Sistematika Etika.	15
Bagan 2. Kerangka Pikir.	39

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Jumlah Mahasiswa STMIK Teknokrat.....	7
Tabel 2. Data Mahasiswa STMIK Teknokrat yang Menggunakan <i>Path</i>	7
Tabel 3. Kajian Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 4. Hasil wawancara informan pertama tentang penggunaan media sosial <i>Path</i>	65
Tabel 5. Hasil wawancara informan kedua tentang penggunaan media sosial <i>Path</i>	66
Tabel 6. Hasil wawancara informan ketiga tentang penggunaan media sosial <i>Path</i>	67
Tabel 7. Hasil wawancara informan keempat tentang penggunaan media sosial <i>Path</i>	68
Tabel 8. Hasil wawancara informan kelima tentang penggunaan media sosial <i>Path</i>	69
Tabel 9. Hasil wawancara informan keenam tentang penggunaan media sosial <i>Path</i>	69
Tabel 10. Hasil wawancara informan ketujuh tentang penggunaan media sosial <i>Path</i>	70
Tabel 11. Hasil wawancara informan kedelapan tentang penggunaan media sosial <i>Path</i>	71
Tabel 12. Hasil wawancara informan kesembilan tentang penggunaan media sosial <i>Path</i>	72
Tabel 13. Hasil wawancara informan kesepuluh tentang penggunaan media sosial <i>Path</i>	73
Tabel 14. Hasil wawancara informan pertama tentang kebijakan privasi dan etika berinternet.	75
Tabel 15. Hasil wawancara informan kedua tentang kebijakan privasi dan etika berinternet.	76
Tabel 16. Hasil wawancara informan ketiga tentang kebijakan privasi dan etika berinternet.	77
Tabel 17. Hasil wawancara informan keempat tentang kebijakan privasi dan etika berinternet.	78

Tabel 18. Hasil wawancara informan kelima tentang kebijakan privasi dan etika berinternet.	79
Tabel 19. Hasil wawancara informan keenam tentang kebijakan privasi dan etika berinternet.	80
Tabel 20. Hasil wawancara informan ketujuh tentang kebijakan privasi dan etika berinternet.	80
Tabel 21. Hasil wawancara informan kedelapan tentang kebijakan privasi dan etika berinternet.	81
Tabel 22. Hasil wawancara informan kesembilan tentang kebijakan privasi dan etika berinternet.	82
Tabel 23. Hasil wawancara informan kesembilan tentang kebijakan privasi dan etika berinternet.	83
Tabel 24. Hasil wawancara informan pertama tentang penerapan <i>netiquette</i> dalam menggunakan media sosial <i>Path</i>	85
Tabel 25. Hasil wawancara informan kedua tentang penerapan <i>netiquette</i> dalam menggunakan media sosial <i>Path</i>	86
Tabel 26. Hasil wawancara informan ketiga tentang penerapan <i>netiquette</i> dalam menggunakan media sosial <i>Path</i>	87
Tabel 27. Hasil wawancara informan keempat tentang penerapan <i>netiquette</i> dalam menggunakan media sosial <i>Path</i>	88
Tabel 28. Hasil wawancara informan kelima tentang penerapan <i>netiquette</i> dalam menggunakan media sosial <i>Path</i>	89
Tabel 29. Hasil wawancara informan keenam tentang penerapan <i>netiquette</i> dalam menggunakan media sosial <i>Path</i>	90
Tabel 30. Hasil wawancara informan ketujuh tentang penerapan <i>netiquette</i> dalam menggunakan media sosial <i>Path</i>	91
Tabel 31. Hasil wawancara informan kedelapan tentang penerapan <i>netiquette</i> dalam menggunakan media sosial <i>Path</i>	92
Tabel 32. Hasil wawancara informan kesembilan tentang penerapan <i>netiquette</i> dalam menggunakan media sosial <i>Path</i>	93
Tabel 33. Hasil wawancara informan kesembilan tentang penerapan <i>netiquette</i> dalam menggunakan media sosial <i>Path</i>	93
Tabel 34. Hasil wawancara informan tentang interaksi dalam media sosial <i>Path</i>	96
Tabel 35. Klasifikasi informan berdasarkan hasil wawancara.	102
Tabel 36. Klasifikasi informan berdasarkan hasil wawancara (lanjutan).	104

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

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

Terlebih di zaman sekarang, dimana mobilitas semakin mudah, dan perubahan yang semakin cepat serta tingkat kesibukan masyarakat yang tinggi. Tidak dapat dipungkiri bahwa internet sekarang menjadi kebutuhan primer bagi sebagian besar kalangan masyarakat untuk sekedar berbagi informasi. Bahkan masyarakat Indonesia kini mulai fasih menggunakan internet.

Penggunaan media internet pada umumnya dibentuk oleh elemen tertentu yang relatif konstan dari struktur sosial dan struktur media. Struktur sosial merujuk pada fakta sosial, misalnya pendidikan, gender, dan seterusnya yang memiliki pengaruh kuat dalam menentukan sikap dan perilaku sosial. Situasi sosial dan struktur media massa mengarah bukan hanya pada pola perilaku yang regular, tetapi juga pada kepribadian yang cukup konstan, yaitu kecenderungan seseorang dalam berorientasi dengan media.

Hal tersebut terbentuk berdasarkan latar belakang sosial dan pengetahuan seseorang terhadap media massa dan mengambil bentuk hubungan dari media tertentu, kesukaan dan kepentingan spesifik, kebiasaan penggunaan, pengharapan mengenai apa tujuan media dan seterusnya. Salah satu kategori utama media baru ialah media partisipasi kolektif (*collective participatory media*). Kategorinya khusus meliputi penggunaan internet untuk mengembangkan hubungan pribadi aktif. Media sosial termasuk didalam kategori ini. (McLeod dan McDonald, 1985 : 89).



Gambar 1. Persentase Pengguna Media Sosial

Sumber: <http://sosmedtoday.com/>

Dilihat dari gambar 1.1, pada tahun 2014 jumlah pengguna internet atau *internet user* di Indonesia mencapai 71 juta pengguna, yang meningkat sebesar 28% dari tahun sebelumnya. Dari jumlah pengguna internet di Indonesia, 70 juta di antaranya mengakses media sosial, dan 41 juta di antaranya mengakses lewat *smartphone*. Media sosial yang sering diakses seperti *Facebook, Twitter, Path, Instagram, LinkedIn*, dan *Google+*.

Path adalah sebuah aplikasi jejaring sosial pada *smartphone* yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi gambar dan juga pesan. Penggunaan dari *Path* ditargetkan untuk menjadi tempat tersendiri untuk pengguna berbagi dengan keluarga dan teman-teman terdekat. Dave Morin, salah satu dari pendiri *Path* dan CEO dari perusahaan tersebut mengatakan yang menjadi visi utama dari *Path* adalah untuk membuat sebuah media sosial dengan kualitas yang tinggi dan menjadikan pengguna nyaman untuk berkontribusi setiap waktu (<http://path.com/about>, 08/01/2015).



Gambar 2. Path di Indonesia

Sumber : <http://sosmedtoday.com/>

Path merupakan media sosial baru yang muncul pada bulan November 2010, kemudian mulai *booming* pada tahun 2013, dan banyak digandrungi oleh para remaja. Pengguna media sosial *Path* memang belum menyamai media sosial lain seperti *Facebook* atau *Twitter*. Tetapi sebagai media sosial yang termasuk baru, saat ini *Path* memiliki 23 juta pengguna aktif di dunia. Dari jumlah tersebut, Indonesia menyumbang paling banyak pengguna aktif yaitu sekitar 4 juta pengguna aktif. Ini menunjukkan bahwa media sosial *Path* banyak diminati di Indonesia. Menurut Dave Morin, pengguna aktif terbesar *Path* adalah perempuan rentang usia 19-20 tahun. Jumlah perempuan melebihi jumlah laki-laki di *Path*. (Vivanews.com/About/Path/, diakses pada 03/04/2015).

Setiap orang bisa dengan mudah berkomunikasi dan berbagi dengan media sosial. Namun ada satu fenomena unik yang bisa diamati disini, yaitu kebebasan berbicara. Mereka yang di dunia nyata takut berpendapat seakan mendapat ruang untuk berekspresi lewat media sosial. Tapi di sisi lain, karena terlalu bebasnya berekspresi sampai-sampai orang lupa etika berpendapat. Kata-kata *bullying* tak jarang muncul menghiasi kolom komentar di sebuah forum *online*. Selain itu, apa yang mereka *share* (status, foto, atau video) tak jarang juga terlepas dari etika, apa yang diungkapkan itu tanpa basa-basi dan tanpa memperhitungkan dampak negatif dari penggunaan media sosial.

Salah satu contoh pelanggaran etika dalam penggunaan media sosial *Path* adalah kasus tentang Florence Sihombing, mahasiswi pascasarjana UGM,

yang dianggap menghina Yogyakarta lewat status di media sosial *Path*. Pelanggaran etika dalam bermedia sosial juga dilakukan oleh seorang pengguna media sosial *Path* yang bernama Dinda, yang berkomentar pedas tentang ibu hamil yang meminta duduk saat naik kereta di akun *Path*-nya.



Gambar 3. Pelanggaran etika di Path

Sumber : www.merdeka.com

Bebas berbagi dan menuliskan status di media sosial bukan berarti tidak ada batasan dan etika. Adanya etika dalam penggunaan media sosial ini bertujuan agar pengguna tidak terkena imbas buruk seperti kejahatan, penipuan dan lain sebagainya. Pelanggaran etika yang dilakukan oleh Florence tersebut telah menyinggung tentang suku, agama, ras, dan antar golongan (SARA). Hal tersebut tercantum dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik (UU-ITE), yaitu Pasal 28 (Ayat 2) yang berbunyi : “Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa

kebencian atau permusuhan individu dan/atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA).” Berdasarkan UU-ITE Pasal 46 ayat (2) : Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) atau ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah). (<http://bti.unpar.ac.id/undang-undang-ite/>, diakses pada 03/04/2015).

Etika merupakan kajian tentang bagaimana seharusnya manusia itu berbuat, apakah perbuatan itu baik dan buruk. Sebagai salah satu kajian dari filsafat, etika diartikan sebagai ilmu tentang apa yang baik dan buruk dan tentang hak dan kewajiban moral. Komunikasi merupakan suatu hal yang amat penting dalam kehidupan manusia. Komunikasi sudah merupakan kebutuhan manusia, bahkan kesuksesan seseorang sekarang ini, lebih banyak ditentukan pada kemampuan dia berkomunikasi (Corry, 2009 : 15).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan studi terhadap mahasiswa STMIK Perguruan Tinggi Teknokrat Lampung, dengan pertimbangan STMIK (Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer) berhubungan erat dengan IT, dan melihat dari fenomena pelanggaran etika yang dilakukan oleh Florence Sihombing, yang merupakan seorang mahasiswi Pascasarjana UGM, membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang etika dalam penggunaan media sosial *Path* dikalangan mahasiswa. Selain itu, pengguna media sosial *Path* sendiri banyak digunakan di kalangan mahasiswa. Berikut

data banyaknya pengguna media sosial *Path* dikalangan mahasiswa STMIK Teknokrat berdasarkan hasil pra-riset:

Tabel 1. Data jumlah mahasiswa STMIK Teknokrat.

Tahun Angkatan	Prodi Sistem Informasi		Prodi Teknik Informatika		Jumlah
	L	P	L	P	
2015	104	180	146	81	511
2014	93	203	151	97	544
2013	107	129	136	78	450
2012	112	116	177	86	491
Total	416	628	610	342	1996

Tabel 2. Data mahasiswa STMIK Teknokrat yang menggunakan media sosial Path berdasarkan hasil prariset.

Tahun Angkatan	Prodi Sistem Informasi		Prodi Sistem Informatika		Jumlah
	L	P	L	P	
2015	42	63	41	52	198
2014	24	74	29	67	194
2013	49	47	24	57	177
2012	38	40	30	61	169
Total	153	224	124	237	738

Dilihat dari tabel diatas, jumlah mahasiswa STMIK Teknokrat yang mempunyai akun media sosial *Path* dan aktif menggunakannya sehari-hari ada sebanyak 738 mahasiswa. Hampir setengah dari total keseluruhan 1996 mahasiswa STMIK Teknokrat jurusan Sistem Informasi dan Teknik Informatika menggunakan media sosial *Path* sehari-harinya.

Untuk hal penelitian, peneliti mengidentifikasi masalah dengan menggunakan metode observasi, selain itu pada penelitian ini juga menggunakan metode wawancara. Peneliti akan memberikan daftar pertanyaan yang akan diberikan kepada responden, guna memperoleh data yang mendukung penelitian ini,

dan teknik pelaksanaan wawancara tersebut dapat dilakukan secara langsung bertatap muka, atau tidak langsung misalnya menggunakan alat komunikasi *handphone*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti membuat rumusan masalah yang bertujuan untuk membatasi penelitian agar lebih terarah dan tidak terlalu luas namun tetap dalam fokus yang diharapkan dan yang telah ditentukan. Maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah: “Bagaimanakah pemahaman etika dalam penggunaan media sosial *Path* dikalangan mahasiswa?”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui pemahaman mahasiswa tentang etika dalam bermedia sosial *Path*.
2. Mengetahui penerapan etika oleh mahasiswa dalam menggunakan media sosial *Path*.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat berguna dalam mengembangkan pengetahuan dan wawasan bagi penulis mengenai fenomena pelanggaran etika bermedia dalam menggunakan media sosial *Path* yang saat ini sedang terjadi dan mendapatkan data dari hasil observasi.

2. Kegunaan Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat berguna sebagai:

- a. Bahan masukan yang berharga bagi mahasiswa untuk lebih memahami betapa pentingnya mengenal dan mencermati segala fenomena yang terjadi di sekitarnya.
- b. Untuk melengkapi dan memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai penggunaan media sosial telah banyak dilakukan dengan menganalisis berbagai tema, terutama dalam tindakan etis pengguna media sosial dan hal yang berhubungan dengan interaksi di dunia maya. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa penelitian terdahulu sebagai perbandingan dan tolak ukur penelitian.

Penelitian yang pertama merupakan penelitian yang dilakukan oleh Taufik Rahmad Setyadi Nugroho (2012), yang berjudul “Memahami Perilaku Etis dalam Komunikasi Antar Pengguna *Twitter*”. Objek penelitian ini terfokus pada perilaku etis dalam komunikasi di *Twitter* dengan mendeskripsikan perilaku penggunanya. *Twitter* sebagai media komunikasi maya, memungkinkan penggunanya dapat menulis identitas yang diinginkan sebagai upaya membentuk suatu *image* tertentu.

Penelitian lain yang serupa dilakukan oleh Beliana (2012), yang berjudul “Pengaruh Pemahaman Etika Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Terhadap Sikap Moral Siswa Dalam Mengamalkan Nilai-Nilai Budi Pekerti Di SMA Muhammadiyah 2 Bandar Lampung Kelas XI Tahun Pelajaran 2011/2012”. Penelitian ini terfokus pada pemahaman etika pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi, dan bagaimana sikap moral siswa dalam pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi. Pemahaman etika pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi berpengaruh terhadap sikap moral siswa dalam mengamalkan nilai-nilai budi pekerti dengan tingkat keeratan sedang.

Tabel 3. Kajian Penelitian Terdahulu

No	Tinjauan	Taufik Rahmad Setyadi Nugroho Program Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro (2012)	Beliana Program Studi PPKn Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung (2012)
1.	Judul	Memahami Perilaku Etis dalam Komunikasi Antar Pengguna <i>Twitter</i>	Pengaruh Pemahaman Etika Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Terhadap Sikap Moral Siswa Dalam Mengamalkan Nilai-Nilai Budi Pekerti Di SMA Muhammadiyah 2 Bandar Lampung Kelas XI Tahun Pelajaran 2011/2012
2	Fokus	Penelitian ini terfokus pada perilaku etis dalam komunikasi di <i>Twitter</i> dengan mendeskripsikan perilaku penggunaanya.	Penelitian ini terfokus pada pemahaman etika pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi, dan bagaimana sikap moral siswa dalam pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi.

3.	Teori	<i>Computer Mediated Communication Theory</i> (CMC) dan Teori Etika Komunikasi.	Teori Perkembangan Moral Lawrence Kohlberg, Teori Perkembangan Moral Piaget, Teori Perkembangan Moral Sigmund Fried.
4.	Metode	Deskriptif Kualitatif	Deskriptif Korelasional
5.	Simpulan	Bahwa <i>Twitter</i> , sebagai media komunikasi maya, memungkinkan penggunaanya dapat menulis identitas yang diinginkan sebagai upaya membentuk suatu <i>image</i> tertentu. Perlindungan atas tersebarnya informasi pribadi maupun orang lain dapat mencegah perbuatan pengguna lain yang dapat merugikan. Keterbatasan <i>Twitter</i> dalam menampilkan bahasa <i>non-verbal</i> , ketidakpastian atas kebenaran informasi dan kemungkinan <i>mis-understanding</i> sangat tinggi.	Bahwa pemahaman etika pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi berpengaruh terhadap sikap moral siswa dalam mengamalkan nilai-nilai budi pekerti di SMA Muhammadiyah 2 Bandar Lampung kelas XI Tahun Pelajaran 2011/2012.

B. Tinjauan Tentang Etika

Menurut K. Bertens (1994), etika adalah ilmu yang membahas tentang moralitas atau tentang manusia sejauh yang berkaitan dengan moralitas. Dengan kata lain, etika adalah ilmu yang mempelajari tingkah laku moral. Dalam pembahasan yang lebih konkret, K. Bertens memilah-milah definisi etika ke dalam tiga hal berikut :

1. Kata etika bisa dipakai dalam arti nilai-nilai dan norma moral yang menjadi pegangan bagi seseorang atau suatu kelompok dalam mengatur tingkah lakunya.
2. Etika berarti juga kumpulan asas atau nilai moral.
3. Etika termasuk ilmu tentang yang baik atau yang buruk.

Ada kesan bahwa antara moral dengan etika itu tumpang tindih pengertiannya. Moral berbicara tentang perilaku baik dan buruk, sementara etika juga begitu. Etika dan moral lebih kurang sama pengertiannya, tetapi dalam kegiatan sehari-hari terdapat perbedaan, yaitu moral atau moralitas untuk penilaian perbuatan yang dilakukan, sedangkan etika adalah untuk pengkajian sistem nilai-nilai yang berlaku. Untuk memperjelasnya, maka perlu ada batasan tentang etika. Istilah lain yang identik dengan etika, yaitu:

- a. Susila (Sansekerta), lebih menunjukkan kepada dasar-dasar, prinsip, aturan hidup (*sila*) yang lebih baik (*su*).
- b. Akhlak (Arab), berarti moral, dan etika berarti ilmu akhlak.

Istilah etika berasal dari bahasa Latin yaitu *Ethic* yang berarti kebiasaan (*habit, custom*). Kebiasaan yang dimaksudkan adalah tentang baik atau buruk. Etika bisa diartikan sebagai ilmu yang membicarakan masalah perbuatan atau tingkah laku manusia, mana yang dapat dinilai baik dan mana yang jahat. Etika sendiri sering dihubungkan dengan kata moral, susila, budi pekerti, dan akhlak (Burhanuddin Salam, 2000).

Secara umum, menurut Keraf (1993 : 41), bahwa etika dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu :

1. Etika Umum

Membahas kondisi dasar bagaimana manusia bertindak etis, dengan mengacu pada prinsip moral dasar yang menjadi pegangan dalam bertindak. Etika sebagai tolok ukur atau pedoman untuk menilai baik atau buruknya suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok. Etika umum dianalogikan dengan ilmu pengetahuan, doktrin, dan ajaran yang membahas mengenai pengertian umum dan teori etika.

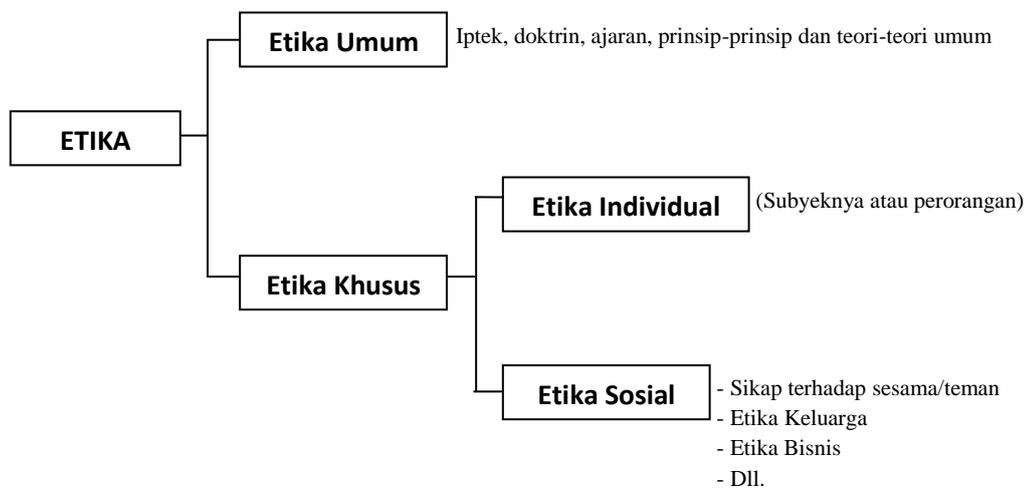
2. Etika Khusus

Penerapan prinsip-prinsip moral dasar dalam bidang khusus, yaitu bagaimana mengambil keputusan dan bertindak dalam kehidupan sehari-hari pada proses dan fungsional dari suatu organisasi, atau dapat juga sebagai seorang professional untuk bertindak etis yang berlandaskan teori-teori etika dan prinsip-prinsip moral dasar. Etika khusus tersebut dibagi lagi menjadi dua bagian, yaitu antara lain:

- a. Etika individual menyangkut kewajiban dan perilaku manusia terhadap dirinya sendiri untuk mencapai kesucian kehidupan pribadi, kebersihan hati nurani dan yang berakhlak luhur (*akhlakul kharimah*).
- b. Etika sosial berbicara mengenai kewajiban, sikap dan perilaku sebagai anggota masyarakat yang berkaitan dengan nilai-nilai sopan santun, tata karma dan saling menghormati, yaitu bagaimana saling berinteraksi yang menyangkut hubungan manusia dengan manusia,

baik secara perorangan dan langsung, maupun secara bersama-sama atau kelompok dalam bentuk kelembagaan masyarakat dan organisasi formal lainnya.

Sistematika Etika yang dibahas tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :



Bagan 1. Sistematika Etika

C. Kajian Teori Tentang Etika

1. Teori Teleleologi

Teori teleleologi disebut juga teori konsekuensialis, menyatakan bahwa nilai moral suatu tindakan ditentukan semata-mata oleh konsekuensi tindakan tersebut. Benar atau salahnya tindakan ditentukan oleh hasil atau akibat dari tindakan tersebut. Teori teleleologi yang sangat menonjol adalah utilitarianisme. Bentuk klasik utilitarianisme dinyatakan sebagai berikut: “Suatu tindakan adalah benar jika tindakan itu menghasilkan

selisih terbesar kesenangan di atas kesedihan bagi setiap orang.” Utilitarianisme berasal dari kata Latin *utilis*, kemudian menjadi kata Inggris *utility* yang berarti bermanfaat (Bertens, 2000). Menurut teori ini, suatu tindakan dapat dikatakan baik jika membawa manfaat bagi sebanyak mungkin anggota masyarakat, atau dengan istilah yang sangat terkenal “*the greatest happiness of the greatest numbers*”. Paham utilitarianisme dapat diringkas sebagai berikut :

- a. Tindakan harus dinilai benar atau salah hanya dari konsekuensinya (akibat, tujuan atau hasilnya).
- b. Dalam mengukur akibat dari suatu tindakan, satu-satunya parameter yang penting adalah jumlah kebahagiaan atau jumlah ketidakbahagiaan.
- c. Kesejahteraan setiap orang sama pentingnya.

2. Teori Deontologi

Teori deontologi menekankan pada pelaksanaan kewajiban. Suatu perbuatan akan baik jika didasari atas pelaksanaan kewajiban, jadi selama melakukan kewajiban berarti sudah melakukan kebaikan. Deontologi tidak terpaku pada hukuman terhadap pelaku kesalahan. Berdasarkan konsep Egalitarian (John Rawls), keadilan diartikan sebagai kewajaran (*fairness*). Istilah deontologi berasal dari kata Yunani *deon* yang berarti kewajiban. Paham deontologi mengatakan bahwa etis tidaknya suatu tindakan tidak ada kaitannya sama sekali dengan tujuan, konsekuensi atau akibat dari tindakan tersebut. Konsekuensi suatu tindakan tidak boleh menjadi pertimbangan untuk menilai etis atau tidaknya suatu tindakan.

Suatu perbuatan tidak pernah menjadi baik karena hasilnya baik. Hasil baik tidak pernah menjadi alasan untuk membenarkan suatu tindakan, melainkan hanya kisah terkenal Robinhood yang merampok kekayaan orang-orang kaya dan hasilnya dibagikan kepada rakyat miskin.

D. Tinjauan Komunikasi Massa

Pada dasarnya komunikasi massa adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas. Komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh (terpencar), sangat heterogen, dan menimbulkan efek tertentu. (Elvinaro Ardianto dan Lukiati Komala, 2007 : 3)

Menurut Dennis McQuail, media massa merupakan lokasi atau forum yang semakin berperan untuk menampilkan peristiwa-peristiwa kehidupan masyarakat, baik yang bertaraf nasional maupun internasional. Laswell mengemukakan fungsi media di masyarakat sebagai berikut :

1. Pengawasan (*surveillance*), yaitu menyampaikan informasi – informasi tentang lingkungan.
2. Korelasi (*correlation*), yaitu memberikan opsi atau pilihan untuk menyelesaikan masalah.
3. Transmisi (*transmission*), yaitu melakukan sosialisasi dan pendidikan.

4. Kemudian, Wright menambahkan satu fungsi lagi yaitu untuk hiburan (*entertainment*) (Lasswell & Wright, 2004 : 208).

John R. Bittner (1996) memberikan penjelasan, dalam komunikasi massa kita membutuhkan *gatekeeper* (penapis informasi atau palang pintu) yakni beberapa individu atau kelompok yang bertugas menyampaikan atau mengirimkan informasi dari individu ke individu lain melalui media massa. Media massa itu tidak berdiri sendiri. Di dalamnya ada beberapa individu yang bertugas melakukan pengolahan informasi, sebelum informasi itu sampai kepada pendengarnya (*audience*). Mereka yang bertugas inilah yang disebut dengan *gatekeeper*. Jadi, informasi yang diterima *audience* dalam komunikasi massa sebenarnya sudah diolah oleh *gatekeeper* dan disesuaikan dengan visi misi media yang bersangkutan, khalayak sasaran dan orientasi bisnis atau ideal yang menyertainya.

Menurut Cangara, media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, sedangkan media massa sendiri adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak dengan menggunakan alat-alat komunikasi seperti surat kabar, film, radio, dan lainnya. Sebuah media bisa disebut media massa jika memiliki karakteristik tertentu. Karakteristik media massa menurut Cangara (2006) antara lain :

1. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan sampai pada penyajian informasi.
2. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima. Walaupun terjadi reaksi atau umpan balik, biasanya memerlukan waktu dan tertunda.
3. Media massa dapat menjangkau sejumlah besar khalayak. Komunikasi dalam media massa berjumlah besar dan berada dimana-mana, serta tidak pernah bertemu dan berhubungan secara personal.
4. Media massa menyajikan materi yang dapat mencapai tingkat intelek rata-rata. Pesan yang disajikan dengan bahasa yang umum sehingga dapat dipahami oleh seluruh lapisan intelektual baik komunikasi dari kalangan bawah sampai kalangan atas.
5. Media massa diselenggarakan oleh lembaga masyarakat atau organisasi yang terstruktur, yang teratur, dan peka terhadap permasalahan masyarakat.

E. Tinjauan Tentang Penggunaan Media

Konsep gaya hidup sering kali digunakan dalam mendeskripsikan dan mengelompokkan beragam pola dari penggunaan media, sering kali sebagai bagian dari konstelasi sikap dan perilaku yang lain. Penggunaan media dibentuk oleh kondisi waktu dan tempat, dan oleh kebiasaan sosial dan

budaya. Orang-orang bergabung dengan khalayak untuk berbagai alasan sosial, seperti untuk berbincang-bincang atau mengatur rutinitas sehari-hari sebagaimana pula untuk berbagai nilai atau tujuan komunikatif. (Frank dan Greenberg, 1980).

Penggunaan media oleh individu dipengaruhi oleh tiga hal, yaitu :

1. Jumlah waktu yang dihabiskan individu

Jumlah waktu yang dihabiskan individu dengan media, berhubungan erat dengan banyaknya atau beberapa kali individu tersebut menggunakan media dalam suatu waktu. Durasi berkaitan dengan berapa lama waktu yang dihabiskan individu setiap kali menggunakan media.

2. Jenis isi media

Jenis isi media berkaitan dengan jenis isi media apa yang dikonsumsi oleh individu. Khusus dalam penelitian ini jenis media adalah internet. Lebih fokusnya lagi adalah penggunaan internet untuk mengakses media sosial. Sementara hubungan antara individu dengan media tersebut berarti hubungan yang tercipta antara individu dengan isi media yang dikonsumsi.

3. Hubungan antara individu dengan media tersebut

Hubungan yang terjadi bisa berupa hubungan yang positif, dalam arti individu terpenuhi kebutuhannya dan meneruskan penggunaannya terhadap media. Bisa juga hubungan yang terjadi berupa hubungan yang negatif, yakni individu menghentikan penggunaannya terhadap media akibat tidak terpenuhi kebutuhannya akan suatu media.

F. Tinjauan Tentang Media Baru (*New Media*)

Media adalah segala sesuatu yang dapat menyalurkan informasi dari sumber informasi kepada penerima informasi. Dan yang dimaksud dengan baru adalah sesuatu yang dapat menciptakan suatu inovasi ataupun perubahan yang dapat melahirkan sesuatu yang sangat diinginkan seseorang. *New media* atau media baru adalah sebuah terminologi untuk menjelaskan konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi serta terhubung ke dalam jaringan. Termasuk dalam *new media* adalah internet. *New media* juga bisa diartikan sebagai produk teknologi komunikasi di media masa yang akan datang bersama-sama dengan komputer digital.

Media baru (*new media*) merupakan sebuah terminology untuk menjelaskan konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi serta terhubung ke dalam jaringan. Contoh dari media yang sangat merepresentasikan media baru adalah Internet. Internet merupakan media komunikasi baru yang menawarkan kecanggihannya sebagai hasil inovasi teknologi. Sifatnya yang instan dan global menjadikannya sebagai sarana praktis untuk berbagi informasi. Program televisi, film, majalah, buku, surat kabar, dan jenis media cetak lainnya tidak termasuk media baru (Flew : 2005).

Dari pengertian di atas, kita bisa menggambarkan yang termasuk media baru adalah segala perangkat yang berkaitan dengan teknologi internet, seperti alat

komunikasi jarak jauh dan media *online*. Jenis media baru sekaligus media *online* yang paling populer saat ini adalah media sosial (*social media*), diantaranya *Facebook, Twitter, Instagram, Google Plus, dan Path*.

Denis McQuail dalam buku *Teori Komunikasi Massa* (2011) menjelaskan, ciri utama media baru yaitu:

- a. Adanya saling keterhubungan (interkonektivitas).
- b. Aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan.
- c. Kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka.
- d. Sifatnya yang ada di mana-mana.

Dalam penggunaan internet semua orang berhak bertindak, berinisiatif, berkreasi apa saja tanpa ada yang melarang dan menentang. Internet bersifat bebas. Namun meskipun bersifat bebas dan terbuka, ternyata berinternet juga memiliki batasan-batasan yang harus kita perhatikan. Batasan-batasan atau etika tersebut berupa tata tertib berinternet yang sering disebut *Netiquette*.

Netiquette (Network Etiquette) atau etika berinternet adalah etika dalam berinteraksi melalui internet yang juga merupakan kode sosial dan moral yang harus dipatuhi oleh pengguna internet. Filosofi dari *netiquette* itu sendiri ialah komunikasi efektif melalui internet dengan menggunakan norma yang sama sebagai panduan mengenai aturan dan standar dalam berkomunikasi menggunakan internet. sebagai sebuah kumpulan komunitas, diperlukan

aturan yang akan menjadi acuan orang-orang sebagai pengguna internet, dimana aturan ini menyangkut batasan dan cara yang terbaik dalam memanfaatkan fasilitas Internet (<http://networketiquette.net/>, 11/04/2015).

Netiket berkaitan erat dengan dua istilah, yaitu etiket dan etika. Etiket didefinisikan sebagai “aturan konvensional perilaku pribadi dalam masyarakat yang menyangkut kesopanan”. Adapun Etika yaitu: “berkaitan dengan moral yang baik dan terhormat” (lihat definisi keduanya dalam *Concise Oxford Dictionary*). Kelly (1996) mengatakan bahwa penulis beberapa artikel netiket lebih suka menggunakan kata “nethics” untuk mengistilahkan “pelanggaran berat di dunia maya daripada netiket,” dan netiket untuk pelanggaran ringan. Namun, sebagian besar peneliti tidak membuat perbedaan antara nethics dan netiket ketika mengacu pada kedua masalah moral dan standar kesopanan (Scheuermann, 1997. 269).

Salah satu rujukan etika berkomunikasi di internet (*cyberspace*) adalah artikel Virginia Shea (*Netiquette, by Virginia Shea, published by Albion Books, San Francisco (info@albion.com). ©1994 Virginia Shea*) berjudul *The Core Rule of Netiquette*. Shea memberikan 10 peraturan ketika berinteraksi di dunia maya. Intinya sama dengan etika komunikasi dalam dunia nyata, seperti jangan menyakiti, jangan menyinggung perasaan, berbicara efektif, jangan sungkan minta maaf jika keliru, dan sebagainya.

Berikut ini etika komunikasi di internet atau –dalam istilah Shea– peraturan inti etika berinternet (netiquette/netiket). *Core Rule of Netiquette*:

1. *Remember the human*. Jangan lupa, orang yang membaca *email* atau *posting* Anda adalah manusia juga yang punya perasaan, bisa tersinggung atau sakit hati. Jadi, jangan menyakiti hati orang lain. Jangan kirim *email* atau *posting* yang sekiranya mempermalukan.
2. *Adhere to the same standards of behavior online that you follow in real life*. Standar etika komunikasi internet sama saja dengan etika komunikasi di dunia nyata, seperti etis, menghargai pendapat orang lain, dan jangan dan melanggar hukum (*breaking the law is bad Netiquette*).
3. *Know where you are in cyberspace*. Setiap situs atau forum *online* biasanya punya aturan main. Maka, taati aturan itu. Baca dulu aturan sebelum bergabung. “Intai dulu sebelum melompat” (*Lurk before you leap*). Sadari Anda ada di forum apa dan bagaimana.
4. *Respect other people’s time and bandwidth*. *Posting* pesan yang sesuai dengan grup diskusi. Jangan ajukan pertanyaan bodoh. Baca dokumen FAQ (*Frequently Asked Questions*) atau “Yang Sering Ditanyakan” (YSD). Jangan *posting* hal yang sekiranya sudah diketahui anggota grup (*don’t waste expert readers’ time by posting basic information*).
5. *Make yourself look good online*. Cek *grammar* dan ejaan (tata bahasa) sebelum *posting*. Pahami yang Anda katakan dan pastikan ia masuk akal. *Know what you’re talking about and make sense*.

6. *Share expert knowledge*. Bagi pengetahuan dan wawasan Anda. Jawab pertanyaan yang ada jika Anda tahu.
7. *Help keep flame wars under control*. Kendalikan emosi Anda. Jangan posting apa pun dalam keadaan marah. Jangan posting atau kirim komentar yang bernada amarah tinggi.
8. *Respect other people's privacy*. Hargai privasi orang. Jangan baca *email*, pesan, atau *inboks* pribadi orang lain.
9. *Don't abuse your power*. Jangan menyalahgunakan kekuasaan. Makin besar kekuasaan yang Anda miliki, kian penting bagaimana menggunakannya.
10. *Be forgiving of other people's mistakes*. Jika orang lain salah, maafkan. Kepatuhan atau pelanggaran atas netiket di atas akan menjadi cermin beradab-tidaknya seseorang di dunia maya, mugin juga sekaligus cermin moralitas dan perilakunya di dunia nyata.

(Jurnal *Online*. <http://komunikasi.uinsgd.ac.id/netiket-etika-komunikasi-di-internet/2013>)

G. Tinjauan Tentang Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media *online* yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang

mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein (2010), mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*.

Media sosial memang sangat besar pengaruhnya terhadap perubahan masyarakat di era sekarang ini. Sebagian besar orang mengakses media sosial secara mudah. Media sosial merupakan salah satu cara yang paling efektif saat ini dalam mengungkapkan keluhan kesah kita kepada suatu obyek, baik itu perusahaan maupun perorangan. Karena media sosial memberikan tempat kepada kita untuk bebas berekspresi dan kebebasan berpendapat. Salah satu media sosial yang banyak digunakan saat ini adalah media sosial *Path*.

H. Tinjauan Tentang Media Sosial *Path*

Path adalah sebuah aplikasi jejaring sosial pada *smartphone* yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi gambar dan juga pesan. Tujuan dari penggunaan *Path* adalah membuat jurnal interaktif untuk para penggunanya berbagi dengan keluarga dan teman-teman terdekatnya. Perusahaan ini berawal dengan aplikasi pada *iPhone* dan juga website lalu merilis versi Android kemudian. Perusahaan ini berkompetisi dengan jejaring sosial lainnya seperti Instagram. Dave Morin, salah satu dari pendiri *Path* dan

CEO dari perusahaan tersebut mengatakan bahwa yang menjadi visi utama *Path* adalah untuk membuat sebuah jejaring dengan kualitas yang tinggi dan menjadikan pengguna nyaman untuk berkontribusi setiap waktu.

Penggunaan *Path* berbeda dari media sosial lainnya, di mana hanya pengguna yang telah disetujui yang dapat mengakses halaman *Path* seseorang. Pada awalnya, *Path* membatasi pertemanan setiap akun hanya sampai 150 teman saja, akan tetapi fitur tersebut dirombak dan kini menjadi 500 teman. Media sosial *Path* juga dapat menghubungkan momen dari pengguna ke dalam beberapa media sosial lainnya seperti *Facebook*, *Foursquare*, *Tumblr* dan *Twitter* dengan pengaturan tertentu. Saat ini *Path* memiliki 23 juta pengguna aktif di dunia. Dari jumlah tersebut, Indonesia menyumbang paling banyak pengguna aktif yaitu sekitar 4 juta pengguna aktif. Ini menunjukkan bahwa media sosial *Path* banyak diminati di Indonesia. Menurut Dave Morin, pengguna aktif terbesar *Path* adalah perempuan rentang usia 19-20 tahun. Jumlah perempuan melebihi jumlah laki-laki di *Path*. (<http://path.com/about>, 08/01/2015).

1. Kebijakan Privasi (*Privacy Policy*) Dalam Media Sosial *Path*

Pengetahuan dan informasi adalah aset-aset paling penting bagi perusahaan kami sehingga butuh perlindungan. Informasi dapat berupa berbagai bentuk, karenanya metode perlindungan informasi tersebut beragam. *Path* menyediakan “suatu metode pengumpulan” dengan memanfaatkan berbagai media termasuk internet, perangkat mobile, dan

layanan pada *counter*. Kebijakan Privasi ini beroperasi bersama Persyaratan Penggunaan dan mencakup:

- a. Informasi yang kami kumpulkan.
- b. Bagaimana kita menggunakan informasi yang kami kumpulkan.
- c. Bagaimana kita berbagi informasi yang kami kumpulkan.
- d. Mengakses dan memodifikasi informasi pemilik akun.
- e. Preferensi pemilik akun.
- f. Pengguna International.
- g. Kebijakan kami terhadap anak-anak.
- h. Bagaimana kami melindungi informasi pemilik akun.
- i. Perubahan kebijakan ini.
- j. Bagaimana pemilik akun dapat menghubungi kami.

Dalam rangka untuk menyediakan layanan, *Path* mengumpulkan informasi tertentu dari pemilik akun ketika mendaftar dan berinteraksi dengan layanan kami. Informasi yang dikumpulkan terbagi dalam dua kategori: informasi yang diberikan (misalnya saat membuat *account*), dan informasi yang kami kumpulkan melalui penggunaan layanan kami. Informasi yang pemilik akun berikan :

- Pendaftaran dan informasi profil. Ketika pemilik akun mendaftar untuk sebuah *account*, kita akan menanyakan nama, alamat *email*, *password*, dan nomor telepon. Anda juga dapat memberikan informasi tambahan seperti *user ID*, gambar profil, jenis kelamin, dan tahun kelahiran, bulan dan hari.

- Kontak. Dengan izin pemilik akun, *Path* dapat mengumpulkan data dari kontak buku alamat ponsel pemilik akun, termasuk nama, nomor telepon, alamat *email*, dan menangani media sosial, jika tersedia.
- Informasi yang pemilik akun *post*. *Path* mengumpulkan informasi atau konten lain yang mungkin pemilik akun *posting* menggunakan layanan *Path* (seperti teks, foto, video, lokasi, teman-teman pemilik akun, dan musik yang didengarkan) atau tindakan lain dalam menggunakan layanan *Path* (seperti mengomentari konten teman, mengubah gambar profil, atau menghubungkan ke aplikasi pihak ketiga).
- Komunikasi. *Path* menerima pesan yang pemilik akun kirim dan terima dari pengguna lain dari layanan *Path*.

2. Syarat Penggunaan (*Term of use*) Media Sosial *Path*

Path mencoba untuk membuat Syarat Penggunaan dan Kebijakan Privasi yang sederhana untuk menjaga keamanan bagi penggunaan layanan media sosial *Path*. *Path* berharap pengguna layanan bisa saling menghormati, dapat berkomunikasi dengan nyaman dan mengekspresikan diri secara bebas dan kreatif.

Persyaratan mengatur dan berlaku untuk akses dan penggunaan *www.path.com* dan situs-situs lain yang terkait dengan aplikasi *mobile Path*. Dengan mengakses atau menggunakan layanan *Path*, maka pemilik akun setuju untuk terikat dengan semua syarat dan kondisi yang dijelaskan dalam persyaratan. Jika pemilik tidak memenuhi syarat atau tidak setuju

dengan semua ketentuan, maka tidak dapat menggunakan layanan *Path*.

Pemilik akun mengakui dan menyetujui hal berikut:

- *The App (s)* dilisensikan, tidak dijual kepada pemilik akun, dan pemilik akun dapat menggunakan layanan hanya sebagai ditetapkan dalam syarat;
- Ketika pemilik akun pertama kali membuat akun dalam layanan, *Path* mungkin meminta nomor ponsel pemilik akun untuk memverifikasi akun dengan pesan teks dan biaya pesan teks yang berlaku dari operator jaringan seluler pengguna akan berlaku;
- Penggunaan layanan mungkin tunduk pada ketentuan pihak ketiga layanan dan biaya, termasuk tanpa batasan persyaratan layanan dan data, SMS, MMS, dan biaya lain menjadi tanggung jawab pemilik akun;
- Layanan ini disediakan “sebagaimana adanya” tanpa jaminan apapun dan kewajiban menjalankan oleh pemilik akun terbatas; dan
- Sengketa yang timbul berdasarkan perjanjian ini akan diselesaikan oleh *arbitrase* mengikat. Hak pemilik akun akan ditentukan oleh *arbiter* NETRAL dan bukan seorang hakim untuk menengahi perselisihan apapun dengan *Path*.

3. Penggunaan Layanan *Path*

Pemilik akun tidak dapat : (i) menyalin, memodifikasi, atau membuat karya turunan dari Layanan (atau bagian daripadanya) untuk tujuan apapun; (ii) mendistribusikan, publik menampilkan, melakukan publik, mentransfer, menjual, mensublisensikan, menyewakan, meminjamkan, menyewakan, atau menyediakan Layanan (atau bagian daripadanya) kepada pihak ketiga;

(iii) mendekompilasi, merekayasa balik, membongkar atau mengganggu atau menghindari Layanan (atau bagian daripadanya), termasuk tanpa batasan mekanisme keamanan atau akses kontrol (kecuali sejauh pembatasan seperti itu dilarang menurut hukum yang berlaku); atau (iv) menggunakan Layanan (atau bagian daripadanya) dengan cara melanggar hukum, untuk tujuan melanggar hukum, atau dengan cara yang tidak konsisten dengan Persyaratan.

Ketika membuat Akun, tidak:

- Memberikan informasi pribadi palsu kepada kami (termasuk *username* palsu) atau membuat akun orang lain untuk diri sendiri tanpa izin;
- Gunakan nama pengguna yang adalah nama orang lain dengan maksud untuk meniru orang itu;
- Gunakan nama pengguna yang merupakan hak orang lain tanpa otorisasi yang tepat; atau
- Gunakan *username* yang menyinggung, vulgar atau cabul atau di rasa buruk.

Kami berhak untuk menangguhkan atau menghentikan Akun Anda jika ada informasi yang diberikan selama proses registrasi atau sesudahnya terbukti tidak akurat, tidak benar atau menyesatkan, atau untuk merebut kembali setiap nama pengguna yang dibuat melalui Layanan yang melanggar Persyaratan. Pemilik akun bertanggung jawab untuk menjaga kerahasiaan password dan akun, dan setuju untuk memberitahu *Path* jika password

hilang, dicuri, atau diungkapkan kepada pihak ketiga yang tidak sah, atau mungkin telah dikompromikan. Pemilik akun bertanggung jawab untuk aktivitas yang terjadi dalam akunnya. Jika pemilik akun memiliki alasan untuk percaya bahwa akun tidak lagi aman, maka pemilik akun harus segera memberitahukan pihak *Path* melalui *atservice@path.com*. (Sumber: www.path.com/aboutpath. Akses pada 9/4/2016)

I. Landasan Teori

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori sebagai bahan acuan dalam melakukan analisis. Teori yang penulis gunakan adalah *Computer Mediated Communication Theory* (CMC). Komunikasi termediasi komputer atau CMC merupakan bentuk dari komunikasi antara dua orang atau lebih individu yang berinteraksi dan atau saling mempengaruhi melalui komputer yang terpisah melalui internet atau sambungan jaringan menggunakan perangkat lunak sosial. CMC tidak termasuk dalam metode dimana dua komputer berkomunikasi, melainkan bagaimana berkomunikasi melalui komputer.

John December (1997 : dalam Thurlow, Lengel & Tomic, 2004) mendefinikan, Teori CMC adalah proses komunikasi manusia melalui komputer, melibatkan orang, dan terlibat dalam proses untuk membentuk media dalam berbagai tujuan. *Computer mediated communication* atau komunikasi yang di mediasi oleh komputer merupakan segala bentuk

komunikasi antar individu atau individu dengan kelompok yang asli berinteraksi melalui komputer dalam suatu jaringan *internet*. CMC di pandang sebagai integrasi teknologi komputer dengan kehidupan sehari-hari. Wilayah CMC mengkaji bagaimana perilaku manusia dipelihara dan diubah dengan saling bertukar informasi melalui mesin. Penelitian CMC berfokus terutama pada dampak sosial yang didukung teknologi komunikasi pesan teks berbasis komputer.

CMC menekankan komputer sebagai media proses komunikasi. Komputer dalam CMC berperan sebagai media yang digunakan untuk berinteraksi oleh para penggunanya melalui jaringan internet. Secara sederhana kita dapat membayangkan komputer sebagai sebuah mobil dan internet sebagai jalan raya di sebuah kota besar, sementara *cyberspace* (dunia maya) merupakan gedung-gedung disekitar jalan raya tersebut yang memberikan berbagai bentuk dan fasilitas yang berbeda. Keseluruhan dari contoh penggambaran tersebut merupakan sebuah bentuk dari proses komunikasi melalui media komputer.

Holmes (2005, 55) menegaskan bahwa terdapat empat poin penting dalam perspektif CMC, yaitu:

1. Memfokuskan pada keunikan komunikasi yang terjadi di *cyberspace*;
2. Lebih mengkhususkan diri pada term “interaksi” dibandingkan dengan “integrasi”, yang lebih mengangkat beragam bentuk interaksi individu dibandingkan semua konteks serta ritual sosial dimana interaksi memiliki

makna;

3. Tidak seperti media studies beberapa pembahas CMC mengungkapkan bagaimana faktor-faktor eksternal memengaruhi kegiatan komunikasi;
4. Dengan sedikit mengabaikan beragam bentuk interaksi sosial yang mungkin mendukung perspektif CMC, bahwa perspektif ini memfokuskan pada intergrasi informasi dimana komunikasi yang terjadi melalui medium komputer berdasarkan pada proses informasi yang dijumpai dalam berbagai bentuk.

Berkaitan dengan interaksi virtual yang membentuk perilaku komunikasi, Marc Smith memberikan empat aspek penting, yaitu :

1. *Virtual interactions is aspatial*, bahwa jarak tidak mempengaruhi proses komunikasi dan interaksi. Kehadiran atau kedekatan jarak tidak menjadi penting selama masing-masing dapat menjalankan fungsinya.
2. *Virtual interaction via system is predominantly asynchronous*. Pengecualian dalam memakai chat, bahwa komunikasi melalui komputer seperti konferensi system, dan *e-mail* dapat dioperasikan berdasarkan waktu atau jadwal yang diinginkan.
3. *CMC is acorporeal because it is primarily a text-only medium*. Interaksi yang terjadi melalui jaringan komputer pada dasarnya diwakili dengan teks. Efek dari CMC yang *asynchronous* dan *acorporeal* ini sebagai contoh dalam melakukan komunikasi dengan melibatkan jumlah individu yang besar, sedangkan hal ini juga bisa dilakukan melalui konferensi telepon.

4. *CMC is astigmatic*. Bahwa interaksi yang terjadi cenderung mengabaikan stigma terhadap individu tertentu, sebab komunikasi berdasarkan teks ini sangat sedikit bisa menampilkan gambaran visual tentang status seseorang dibandingkan dengan tatap muka.

Mengutip penjelasan Tim Jordan dalam bukunya *Cyberspace* bahwa CMC pada dasarnya anti hirarki dikarenakan identitas individu dalam *cyberspace* (dunia maya) tidak menggambarkan secara utuh hirarki dalam keadaan *offline* (keadaan sebenarnya di dunia nyata), hal inilah yang menjadi isu penting ketika membahas CMC. Polkosky (2008 : 34) menegaskan tiga karakteristik dasar yang menjadikan pentingnya pembahasan pengaruh teknologi terhadap komunikasi interpersonal, khususnya dalam CMC. Pertama, beberapa definisi dan teori komunikasi interpersonal yang ada telah dirumuskan jauh sebelum komputer muncul. Kedua, teknologi yang muncul seperti komputer, *handphone*, atau *gadget* merupakan perangkat interaksi atau subjek yang kompleks. Ketiga, karakter media baru tersebut pada akhirnya memunculkan kebiasaan komunikasi yang berbeda dari komunikasi tatap muka (Wickens & Hollands, 2000 dalam Polkosky, 2008 : 35, Crystal, 2004 :17).

Holmes (2005 : 33) menyatakan bahwa setiap individu mengalami peningkatan dalam berinteraksi dengan layar komputer atau *gadget*, membangun relasi *face-to-screen* dibandingkan *face-to-face*. Hal ini terlihat ketika berkomunikasi secara CMC (*online*) secara tidak sadar kita berpartisipasi dengan seluruh pengguna internet dari seluruh belahan dunia

termasuk dengan para individu yang memiliki kedekatan dengan kita, meskipun tidak bertemu secara langsung atau tatap muka, kehadiran kita digantikan oleh teks yang universal dan menjadi bahasa yang digunakan oleh seluruh pengguna internet untuk berkomunikasi dengan pengguna lainnya tanpa melihat perbedaan bahasa.

J. Kerangka Berpikir

Kerangka pemikiran merupakan penjelasan sementara terhadap gejala yang menjadi objek permasalahan, yang dijadikan sebagai skema pemikiran atau dasar-dasar pemikiran untuk memperkuat sub fokus yang melatarbelakangi penelitian ini. Kerangka berpikir adalah pola pikir yang diterapkan untuk mendapat gambaran atau fokus perhatian sebuah penelitian. Dalam kerangka pemikiran ini peneliti akan mencoba menjelaskan masalah pokok penelitian.

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, dalam penelitian ini penulis berusaha untuk menjelaskan bagaimana media massa mempengaruhi kehidupan manusia. Salah satu media baru (*new media*) yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan manusia akan informasi dan kepuasan adalah internet. Internet sebagai media interaktif memberikan kita kemudahan yang sangat besar, tidak perlu lagi kita menghabiskan banyak waktu dan uang untuk melakukan interaksi dengan orang lain.

Dengan internet, orang bisa dengan mudah mengakses apapun, salah satunya adalah media sosial *Path*. Cara berkomunikasi secara *online* inilah yang terus mendorong munculnya beragam fitur dan layanan menyesuaikan dengan kebutuhan. Seperti yang dikutip Holmes (2005) bahwa setiap individu mengalami peningkatan dengan layar komputer, membangun relasi *face-to-screen* dibandingkan *face-to-face*, hal ini menandakan peningkatan interaksi secara *online* perlahan telah mengurangi komunikasi secara tatap muka karena kita dapat berkomunikasi dengan cepat dan mudah secara *online*.

Dalam internet semua orang berhak bertindak, berinisiatif, berkreasi apa saja tanpa ada yang melarang dan menentang. Namun dalam penggunaan internet masih ada batasan-batasan atau etika yang perlu diketahui. Batasan tersebut berupa tata tertib berinternet yang sering disebut *Nettiquette*. Siapa bilang internet tidak memiliki aturan? Tidak ada kebebasan mutlak di dunia ini, bahkan dalam dunia maya pun kita tidak bisa seenaknya sendiri tanpa memikirkan orang lain. Sekalipun ini adalah dunia tanpa batas, namun seperti halnya interaksi dalam dunia nyata, begitu kita bersinggungan dengan orang lain maka sudah pasti ada aturan main, adab ataupun etika yang harus dipatuhi.

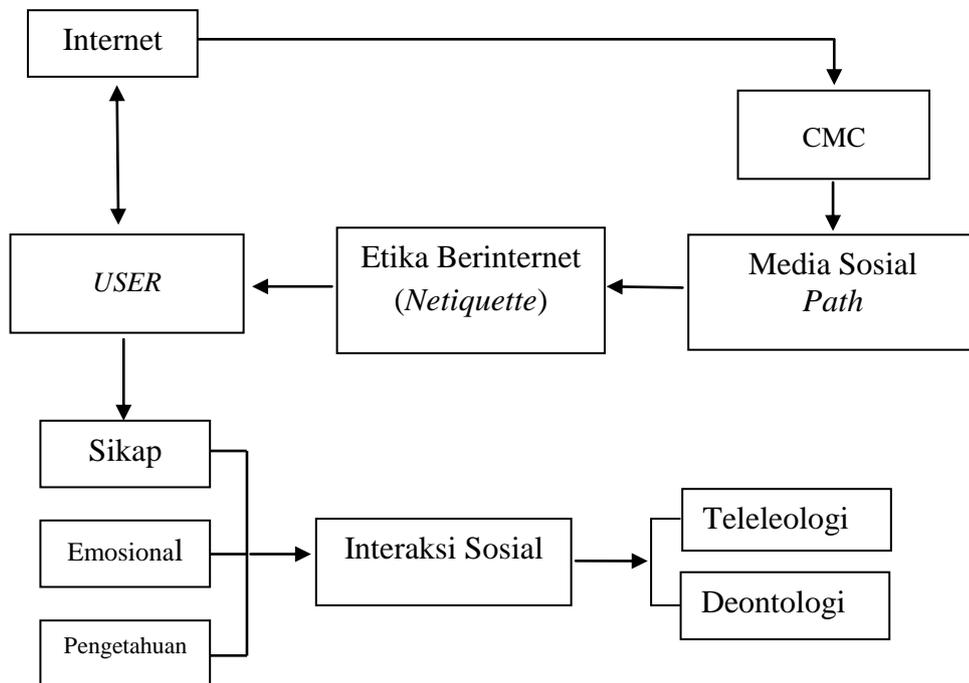
Berawal dari keprihatinan terhadap fenomena berinternet yang semakin vulgar dan cenderung melampaui batas, terutama dalam menggunakan media sosial. Setiap orang bisa dengan mudah berkomunikasi dan berbagi dengan media sosial tersebut. Ketika mereka menggunakan media sosial *Path*, terjadi sedikit

perubahan terhadap wawasan mereka yang mulai mengetahui interaksi dunia luar dan mencoba untuk berkomunikasi dengan pengguna lain yang secara perlahan merubah sikap mereka, dan perlahan mengikuti pengguna lain yang dianggap memiliki popularitas tertentu didalam media ini. Dengan media sosial, orang memiliki kebebasan untuk berbicara dan berpendapat, ketika interaksi ini terus berjalan tidak jarang pengguna media sosial ini melibatkan emosi mereka dalam menggunakannya dan menjadikan *Path* sebagai media untuk menumpahkan perasaan mereka melalui status atau komentar. Mereka yang di dunia nyata takut berpendapat seakan mendapat ruang untuk berekspresi lewat media sosial. Tapi di sisi lain, karena terlalu bebasnya berekspresi sampai-sampai orang lupa akan etika berbahasa. Kata-kata *bullying* dan tidak sopan, tak jarang muncul menghiasi di sebuah forum *online*.

Etika dalam berbahasa sangat perlu untuk dipahami. Karena bahasa merupakan perkataan-perkataan yang digunakan sebagai alat komunikasi untuk mengungkapkan perasaan dan pikiran. Sebagai alat komunikasi, bahasa mempunyai aturan-aturan tertentu yang disesuaikan dengan situasi dan komunikasi yang menggunakannya. Perilaku berbahasa seseorang dapat dijadikan tolok ukur keberadaban suatu bangsa. Pepatah mengatakan bahasa adalah cerminan pribadi seseorang, karena melalui tutur kata kita dapat menilai pribadi seseorang.

Tutur kata yang baik, lemah lembut, dan sopan-santun yang dilakukan seseorang mencerminkan sebagai pribadi yang baik dan berbudi. Sebaliknya, apabila perkataan seseorang buruk, citraan buruklah yang akan melekat kepada pribadi orang tersebut. Hal itu terjadi karena bahasa juga dapat menjadi alat kekerasan verbal yang terwujud dalam tutur kata seperti memaki, memfitnah, menghasut, menghina, dan lain sebagainya. Hal itu akan berdampak negatif terhadap perilaku seseorang seperti permusuhan, perkelahian, aksi anarkisme, provokasi, dan sebagainya. Maka sangat penting memahami dan menerapkan etika dalam berbahasa dan bersosial.

Bagan Kerangka Pikir :



Bagan 2. Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami (Creswell, 1998 : 15).

Bogdan dan Taylor (Moleong, 2007 : 3) mengemukakan bahwa metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dan perilaku dari orang-orang yang diamati. Dengan kata lain penelitian ini dikatakan kualitatif karena tidak mengadakan perhitungan.

B. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang lengkap dan akurat serta dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya ilmiahnya, penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Wawancara Mendalam (*Depth interview*)

Proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara. Proses wawancara dilakukan dengan mengajukan sejumlah pertanyaan langsung kepada orang yang menjadi informan atau dari sumber data yang berkaitan dengan penggunaan etika dalam media sosial *Path* itu sendiri serta bagaimana tanggapan pengguna media sosial *Path* tentang etika bermedia.

2. Studi Pustaka

Yaitu dengan melengkapi dan membaca literatur sebagai bahan dan panduan penulis dalam mengkaji penelitian, sebagai referensi penulis dalam mengidentifikasi dan mendeskripsikan masalah penelitian. Serta Mencari data-data yang tersedia di buku, internet, yang memang berkaitan dengan pembahasan yang diteliti.

C. Jenis Data

Data pada penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder:

1. Data primer merupakan data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya dengan melakukan observasi responden penelitian kepada mahasiswa STMIK Perguruan Tinggi Teknokrat Lampung.
2. Data sekunder adalah data yang biasanya telah tersusun dalam dokumen yaitu berupa hasil dari dokumentasi dan berdasarkan literatur-literatur yang berhubungan dengan judul penelitiannya yaitu analisis etika dalam penggunaan media sosial *Path*.

D. Fokus Penelitian

Pada penelitian ini penulis berfokus pada pemahaman dan penerapan etika oleh pengguna media sosial *Path*, yaitu dengan melakukan wawancara secara langsung, yang kemudian akan mengetahui seberapa tingkat pemahaman mahasiswa tentang etika dalam menggunakan media sosial, dan apa saja yang perlu diperhatikan dalam melakukan komunikasi dengan menggunakan internet. Selain itu, peneliti juga melihat bagaimana penerapannya dalam menggunakan media sosial *Path* sebagai sarana berkomunikasi dengan mengamati postingan dan memberikan pertanyaan mengenai aktifitas informan dalam menggunakan internet atau media sosial *Path*.

E. Penentuan Informan

Berdasarkan pengamatan oleh peneliti, informan yang dipilih dalam penelitian ini adalah mahasiswa STMIK Perguruan Tinggi Teknokrat Lampung, dengan pertimbangan STMIK berhubungan erat dengan IT. Selain itu, pengguna media sosial *Path* sendiri banyak digunakan di kalangan mahasiswa. Pada STMIK Perguruan Tinggi Teknokrat Lampung memiliki dua (2) Program Studi, yaitu Program Studi Sistem Informasi (SI) dan Program Studi Teknik Informatika (TI).

Berdasarkan prariset yang telah dilakukan pada tanggal 15 Juni 2015, peneliti menemukan banyak mahasiswa STMIK Teknokrat yang menggunakan media sosial *Path*, yaitu sebanyak 738 mahasiswa dari 1996 mahasiswa STMIK angkatan 2012 - 2015. Dalam penelitian ini yang menjadi informan adalah mahasiswa STMIK Perguruan Tinggi Teknokrat Lampung dengan kriteria sebagai berikut :

1. Informan merupakan mahasiswa STMIK Perguruan Tinggi Teknokrat Lampung yang masih aktif dalam kegiatan perkuliahan.
2. Informan memiliki akun media sosial *Path*.
3. Informan aktif dalam menggunakan media sosial *Path* tersebut, minimal 2 kali *update* perhari.
4. Informan memiliki waktu untuk wawancara dan memberikan informasi berdasarkan pengalamannya sendiri.

Berdasarkan kriteria diatas, maka peneliti akan mengambil informan sebanyak 8 sampai 10 mahasiswa sebagai informan dalam penelitian ini, informan dipilih berdasarkan frekuensi terbesar menggunakan media sosial *Path* dengan berdasarkan hasil prariset. Alasan pemilihan informan dalam penelitian ini karena peneliti ingin melakukan wawancara secara mendalam kepada informan yang telah terpilih agar mendapatkan informasi yang akurat serta sesuai dengan tujuan penelitian ini.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan analisis kualitatif, yang meliputi :

1. Melakukan pengamatan terhadap media sosial *Path*, serta mengamati dan memperhatikan mahasiswa yang diteliti dalam menggunakan media sosial *Path* tersebut berdasarkan hasil wawancara.
2. Reduksi data, yaitu bagian dari analisis data dengan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan dan membuang data yang tidak sesuai dengan fokus penelitian dan tidak diperlukan.
3. Interpretasi data yaitu memaparkan fenomena yang ada dikalangan mahasiswa terhadap media sosial *Path* sehingga penulis dapat menarik kesimpulan mengenai penerapan etika oleh mahasiswa dalam menggunakan media sosial *Path*.

G. Teknik Keabsahan Data

Penelitian ini menggunakan penelitian pendekatan kualitatif. Untuk menetapkan keabsahan data diperlukan teknik pemeriksaan. Salah satu caranya adalah dengan proses triangulasi, yaitu tehnik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut. Menurut Patton (dalam Sulistiany 1999) ada 4 macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan untuk mencapai keabsahan, yaitu :

1. Triangulasi data

Menggunakan berbagai sumber data seperti dokumen, arsip, hasil wawancara, hasil observasi atau juga dengan mewawancarai lebih dari satu subjek yang dianggap memiliki sudut pandang yang berbeda.

2. Triangulasi Pengamat

Adanya pengamat di luar peneliti yang turut memeriksa hasil pengumpulan data. Dalam penelitian ini, dosen pembimbing studi kasus bertindak sebagai pengamat (*expert judgement*) yang memberikan masukan terhadap hasil pengumpulan data.

3. Triangulasi Teori

Penggunaan berbagai teori yang berlainan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan sudah memasuki syarat. Pada penelitian ini, teori telah dijelaskan pada bab II untuk dipergunakan dan menguji terkumpulnya data tersebut.

4. Triangulasi metode

Penggunaan berbagai metode untuk meneliti suatu hal, seperti metode wawancara dan metode observasi. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan metode wawancara yang ditunjang dengan metode observasi pada saat wawancara dilakukan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi. Untuk menguji keabsahan data pada penelitian ini didahului dengan melakukan wawancara kepada subjek penelitian terkait dengan pemahaman dan penerapan etika oleh mahasiswa, dan peneliti mengamati secara langsung kegiatan masing-masing informan di media sosial *Path*. Sedangkan alat untuk menganalisis penelitian ini adalah dengan metode deskriptif, yaitu dengan mendeskripsikan jawaban dari masing-masing informan. Kegiatan wawancara ini dilakukan untuk mengetahui jawaban dari masing-masing informan atas pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Selanjutnya, peneliti akan melakukan pengujian kredibilitas setiap subjek penelitian, kemudian peneliti menganalisis setiap jawaban dari masing-masing informan sehingga peneliti dapat mengetahui baik persamaan maupun perbedaan dari setiap jawaban yang diberikan.

BAB IV

GAMBARAN UMUM

A. Sejarah Singkat STMIK Teknokrat

Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) Teknokrat Lampung didirikan dan diselenggarakan oleh Yayasan Pendidikan Teknokrat Lampung pada tahun 2001 dengan izin operasional pertama kali diperoleh pada 8 Februari 2001. Bermula dari Lembaga Pendidikan Teknokrat yang didirikan pada tanggal 19 Februari 1986. Lembaga ini didirikan oleh Nasrullah Yusuf, dengan menggunakan nama "Kursus dan Bimbingan Technocrat" atas izin Depdikbud (Depdiknas) Propinsi Lampung.

Pada tahun 1995, Kursus dan Bimbingan Technokrat berganti nama menjadi Lembaga Pendidikan Teknokrat. Lembaga ini membawahi dua departemen yaitu Departemen Kursus dan Bimbingan, serta Departemen Lembaga Pendidikan Bisnis dan Manajemen.

Lembaga Pendidikan Bisnis dan Manajemen berupaya untuk terus mengembangkan program-program pendidikannya, dan pada tahun 1996, mulai diselenggarakan Program Pendidikan Satu Tahun. Sampai saat ini Program Pendidikan Satu Tahun Teknokrat menyelenggarakan Program Pendidikan Satu Tahun Siap Kerja ECOMTEC (*english computer technology infomation*), Komputer Akuntansi, Komputer Desain Grafis, Komputer Sekretaris, dan Bahasa Inggris.

Dari perkembangan yang pesat dan prestasi-prestasi yang telah diraih Lembaga Pendidikan Teknokrat, Lembaga ini berusaha untuk meningkatkan peran sertanya dalam mencerdaskan kehidupan bangsa. Pada tahun 2000 Lembaga Pendidikan Teknokrat memprakarsai didirikannya Akademi Manajemen Informatika dan Komputer (AMIK) Teknokrat dan Sekolah Tinggi Bahasa Asing (STBA) Teknokrat, dan pada tahun 2001 Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) Teknokrat didirikan dan mendapat izin operasional dan status badan hukum pada tanggal 8 Februari 2001 serta status terdaftar di Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional dengan Nomor; 13/D/O/2001. STMIK Teknokrat memiliki dua program studi Strata Satu yaitu Teknik Informatika (TI) dan Sistem Informasi (SI).

B. Visi dan Misi STMIK Teknokrat

1. Visi :

Visi STMIK Teknokrat adalah "Menjadi STMIK Terbaik di kopertis wilayah II tahun 2020 dan dikenal baik secara nasional dengan proyeksi menghasilkan lulusan bidang Teknologi Informasi dan komputer yang berkualitas"

2. Misi :

- a. Menyelenggarakan kegiatan Tri Darma Perguruan Tinggi yang disiplin, bermutu, kreatif dan inovatif.
- b. Menyelenggarakan program pendidikan tinggi yang unggul, modern dan efisien dengan dukungan teknologi informasi dan komunikasi terkini untuk menghasilkan lulusan yang berkualitas tinggi.
- c. Menyelenggarakan program penelitian dan pengabdian pada masyarakat (pelayanan) yang relevan untuk meningkatkan daya saing propinsi Lampung.
- d. Mengembangkan manajemen berbasis teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dalam menumbuh kembangkan suasana akademis yang kondusif dalam rangka menuju Good University Governance (GUG).
- e. Mengembangkan dan menjaga nilai, etika, dan moral akademis dalam usaha meningkatkan peran masyarakat akademis untuk pertumbuhan peradaban yang berbudaya.

C. Logo STMIK Teknokrat



Gambar 4. Logo STMIK Teknokrat

STMIK Teknokrat memiliki lambang siluet bunga teratai yang sedang mekar, berbentuk bulat dengan 5 (lima) mahkota bunga berwarna hitam, yang di dalamnya terdapat:

1. Obor berwarna merah menyala;
2. Payung berbentuk huruf T berwarna hitam sebagai penyangga obor;
3. Toga berwarna hitam;
4. Mata pena berwarna kuning emas;
5. Tulisan SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA & KOMPUTER TEKNOKRAT berwarna hitam dan merah.

Makna Lambang :

- Siluet bunga teratai yang sedang mekar, berbentuk bulat dengan lima mahkota bunga, berwarna hitam , mengandung makna filsafat Pancasila dan kesatuan sebagai pandangan hidup Universitas Teknokrat Indonesia.

- Obor berwarna merah menyala, mengandung makna sebagai pelita penerang kehidupan dari kegelapan.
- Payung berbentuk huruf T berwarna hitam sebagai sebagai penyangga obor, merupakan inisial Teknokrat sebagai lambang tempat berteduh atau yang memayungi/meneduhkan/melindungi kehidupan umat manusia.
- Toga berwarna hitam merupakan lambang pendidikan tinggi sebagai motivasi untuk menuntut ilmu setinggi-tingginya hingga akhir hayat.
- Mata pena berwarna kuning emas sebagai lambang kreatifitas dan inovasi dalam perjuangan memperbaiki kehidupan.
- SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA & KOMPUTER TEKNOKRAT berwarna hitam dan merah sebagai identitas perguruan tinggi yang mengandung makna keteguhan dalam berjuang, dan berani menjunjung kebenaran.

D. Struktur Organisasi

Struktur Organisasi:

Ketua STMIK : Dr. H.M. Nasrullah Yusuf, S.E., MBA

Wakil Ketua I : Yodhi Yuniarthe, M.Kom

Wakil Ketua II : Ir. Maria Septijantini Alie, MM.

Wakil Ketua III : Ir. Affan Zaldi Erya

Ketua – Ketua Program Studi :

Sistem Informasi : Iwan Purwanto, S.Kom., M.T.I., MOS

Teknik Informatika : Agus Mulyanto, S.Kom., M.T., M.Sc.

E. Program Studi

Tujuan umum program akademik adalah menyiapkan peserta didik (mahasiswa) menjadi warga Negara yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berjiwa Pancasila, memiliki integritas kepribadian yang tinggi, terbuka dan tanggap terhadap perubahan dan kemajuan ilmu pengetahuan, teknologi, kesenian, dan masalah yang dihadapi masyarakat, khususnya yang berkaitan dengan bidang keahliannya.

Program pendidikan akademik yang diselenggarakan STMIK Teknokrat adalah Program Sarjana yang terdiri atas Program Studi S1 Teknik Informatika dan S1 Sistem Informasi.

1. Program Studi Teknik Informatika (TI)

Program Studi Teknik Informatika berdiri bersamaan dengan berdirinya STMIK Teknokrat yang ditetapkan dengan ketetapan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 13/D/O/2001 tanggal 8 Pebruari 2001. Proses perkuliahan pertama kali dimulai pada 9 September tahun 2001 dan

angkatan pertama lulus pada tahun 2005. Program Studi Teknik Informatika terakreditasi pertama kali pada tahun 2003 dengan nilai C dan diperpanjang kembali pada tahun 2006. Pada tahun 2010 Program Studi Teknik Informatika berhasil meningkatkan nilai akreditasinya menjadi B.

a. Visi Program Studi Teknik Informatika:

Menjadi Program Studi Teknik Informatika terbaik di Kopertis Wilayah II pada tahun 2018 dan mempunyai reputasi nasional dengan lulusan yang kompeten di bidang rekayasa perangkat lunak, berjiwa wirausaha, dan memiliki daya saing.

b. Misi Program Studi Teknik Informatika:

Untuk mewujudkan cita-cita Program Studi Teknik Informatika STMIK Teknokrat sebagaimana dinyatakan dalam visi program studi dan untuk mendukung pencapaian visi STMIK Teknokrat, Program Studi Teknik Informatika mengemban misi sebagai berikut:

1. Menyelenggarakan pendidikan akademis yang disiplin dan bermutu dengan proses pembelajaran yang kreatif dan inovatif ditunjang dengan sarana dan prasarana mutakhir untuk menghasilkan lulusan yang kompeten, adaptif, kreatif dan inovatif terhadap pemanfaatan ilmu, metode, dan alat bantu dalam bidang informatika serta memiliki jiwa kewirausahaan dan memiliki softskill yang baik.

2. Berperan aktif dalam pengembangan ilmu, metode, dan alat bantu dalam bidang informatika/ilmu komputer dan penerapannya melalui penelitian mutakhir serta menyebarkannya melalui publikasi ilmiah dan kegiatan pengabdian pada masyarakat.
3. Menyelenggarakan sistem tata kelola program studi yang kredibel, transparan, akuntabel, bertanggungjawab dan berkeadilan.

c. Tujuan Dan Sasaran

Berpijak pada visi dan misi program studi, tujuan yang ingin dicapai Program Studi Teknik Informatika STMIK Teknokrat dalam pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi adalah :

1. Menghasilkan lulusan yang mampu mengamalkan keahlian di bidang Informatika, serta mampu menciptakan lapangan kerja.
2. Menghasilkan produk-produk penelitian terapan di bidang Teknik Informatika yang berkualitas dan menyebarkan melalui publikasi ilmiah baik dalam bentuk jurnal maupun seminar ilmiah, kerjasama, dan pengabdian kepada masyarakat.
3. Mewujudkan program studi dengan tatakelola yang kredibel, transparan, bertanggungjawab, kreatif, dan inovatif serta memiliki kepekaan terhadap perubahan.

Sasaran :

1. Lulusan Program Studi Teknik Informatika yang dapat menguasai ilmu komputer dan teknologi komputer.
2. Meningkatnya jumlah lulusan Teknik Informatika yang bekerja pada bidang Teknologi Informasi pada umumnya dan Teknik Informatika pada khususnya.
3. Meningkatnya jumlah lulusan Teknik Informatika yang menciptakan lapangan kerja sendiri (menjadi pengusaha).
4. Menghasilkan penelitian terapan dalam bidang teknik informatika.
5. Terlaksananya kegiatan pengabdian masyarakat dalam bidang Teknik Informatika sebagai wujud pelayanan.
6. Indeks tingkat kepuasan stakeholder terhadap pelayanan program studi meningkat.
7. Standar mutu pendidikan dengan kualifikasi akreditasi A

2. Program Studi Sistem Informasi (SI)

Program Studi Sistem Informasi berdiri bersamaan dengan berdirinya STMIK Teknokrat yang ditetapkan dengan ketetapan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 13/D/O/2001 tanggal 8 Februari 2001. Proses perkuliahan pertama kali dimulai pada 9 September tahun 2001 dan angkatan pertama lulus pada tahun 2005. Program Studi Sistem Informasi terakreditasi pertama kali pada tahun 2003 dengan nilai C dan

diperpanjang kembali pada tahun 2006. Pada tahun 2010 Program Studi Sistem Informasi berhasil meningkatkan nilai akreditasinya menjadi B.

a. Visi Program Studi Sistem Informasi:

Menjadi Program Studi Sistem Informasi terbaik di Kopertis Wilayah II pada tahun 2018 dan mempunyai reputasi nasional dengan lulusan yang kompeten di bidang rekayasa sistem informasi, berjiwa wirausaha, dan memiliki daya saing.

b. Misi Program Studi Sistem Informasi:

Untuk mewujudkan cita-cita Program Studi Sistem Informasi STMIK Teknokrat sebagaimana dinyatakan dalam visi program studi dan untuk mendukung pencapaian visi STMIK Teknokrat, Program Studi Sistem Informasi mengemban misi sebagai berikut:

1. Menyelenggarakan pendidikan akademis yang disiplin dan bermutu dengan proses pembelajaran yang kreatif dan inovatif ditunjang dengan sarana dan prasarana mutakhir untuk menghasilkan lulusan yang kompeten, adaptif, kreatif dan inovatif terhadap pemanfaatan ilmu, metode, dan alat bantu dalam bidang sistem informasi serta memiliki jiwa kewirausahaan dan memiliki *softskill* yang baik.
2. Berperan aktif dalam pengembangan ilmu, metode, dan alat bantu dalam bidang sistem informasi dan penerapannya melalui

penelitian mutakhir serta menyebarkannya melalui publikasi ilmiah dan kegiatan pengabdian pada masyarakat.

3. Menyelenggarakan sistem tata kelola program studi yang kredibel, transparan, akuntabel, bertanggungjawab dan berkeadilan

c. Tujuan Dan Sasaran

Berpijak pada visi dan misi program studi, tujuan yang ingin dicapai Program Studi Sistem Informasi STMIK Teknokrat dalam pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi adalah :

1. Menghasilkan lulusan yang mampu mengamalkan keahlian di bidang sistem dan teknologi informasi, serta mampu menciptakan lapangan kerja.
2. Menghasilkan produk-produk penelitian terapan di bidang sistem dan teknologi informasi yang berkualitas dan menyebarkan melalui publikasi ilmiah baik dalam bentuk jurnal maupun seminar ilmiah, kerjasama, dan pengabdian kepada masyarakat.
3. Mewujudkan program studi dengan tatakelola yang kredibel, transparan, bertanggungjawab, kreatif, dan inovatif serta memiliki kepekaan terhadap perubahan.

Sasaran :

1. Lulusan Program Studi Sistem Informasi yang dapat menguasai kelola dan perencanaan serta implementasi sistem, teknologi informasi dalam organisasi.
2. Meningkatnya jumlah lulusan Sistem Informasi yang bekerja pada bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi pada umumnya dan Sistem Informasi pada khususnya.
3. Meningkatnya jumlah lulusan Program Studi Sistem Informasi yang menciptakan lapangan kerja sendiri (menjadi pengusaha).
4. Menghasilkan penelitian terapan dalam bidang sistem dan teknologi informasi.
5. Terlaksananya kegiatan pengabdian masyarakat dalam bidang sistem dan teknologi informasi sebagai wujud pelayanan kepada masyarakat.
6. Indeks tingkat kepuasan stakeholder terhadap pelayanan program studi meningkat.
7. Standar mutu pendidikan dengan kualifikasi akreditasi A.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah dan hasil penelitian terhadap informan pengguna media sosial *Path*, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pengetahuan dan pemahaman mahasiswa STMIK Teknokrat tentang etika dalam menggunakan media sosial *Path* masih kurang. Dari 10 informan yang telah diwawancarai, 3 diantaranya tidak mengetahui tentang etika berinternet. Dan sebagian besar informan mengatakan bahwa baru mengetahui adanya istilah *Netiquette* saat dilakukannya wawancara tentang etika dan aturan-aturan dalam menggunakan internet ataupun media sosial. Ke 10 informan juga kurang memperhatikan peraturan dan kebijakan privasi dari media sosial *Path* sendiri, hal tersebut terbukti dari hasil wawancara kepada informan yang menyatakan tidak membaca atau

cenderung mengabaikan peraturan dan kebijakan privasi media sosial *Path* yang muncul saat awal membuat akun.

2. Kesadaran mahasiswa STMIK Teknokrat tentang pentingnya memahami serta menerapkan etika dan aturan dalam menggunakan media sosial *Path* sangatlah tinggi. Hal tersebut terlihat dari hasil wawancara terhadap ke 10 informan yang mengatakan bahwa penting untuk memperhatikan etika dan peraturan dalam menggunakan media sosial *Path*. Meskipun masih ada informan yang kurang mengetahui tentang etika berinternet, namun bagi informan etika dalam menggunakan internet ataupun media sosial *Path* sangatlah penting dalam penerapannya untuk berinteraksi dengan orang disekitarnya.

3. Bahwa para pengguna *Path* lebih mampu menjalin kehidupan sosial melalui interaksi dunia maya dan kurang memperhatikan interaksi dengan dunia nyata. Hal tersebut terbukti dengan pernyataan dari beberapa informan yang mengatakan bahwa banyak teman mereka yang di media sosial *Path* terkesan akrab dan saling kenal dekat tetapi di dunia nyatanya mereka pun jarang saling berbicara atau saling sapa.

B. Saran

Saran peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kepada para informan pada penelitian ini perlu peningkatan dalam pemahaman tentang etika berinternet, dapat menggunakan media sosial dengan lebih bijak, misalnya dalam memberikan informasi atau memposting di akun pribadinya dikarenakan informan juga mendapatkan mata kuliah yang mengenai tentang etika, yaitu etika profesi.
2. Kepada mahasiswa STMIK Teknokrat, terutama informan dalam penelitian ini agar lebih bisa menjalin komunikasi dan keakraban tidak hanya melalui media sosial *Path* (dunia maya) saja tetapi juga lebih menjalin hubungan yang baik secara langsung di lingkungannya.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian yang sejenis dengan penelitian tentang analisis etika dalam penggunaan media sosial *Path*, diharapkan untuk dapat lebih mengeksplor lagi hasil-hasil yang diperoleh dari hasil wawancara ataupun observasi. Selain itu, diharapkan peneliti yang selanjutnya dapat menggabungkan tentang kajian-kajian ilmu komunikasi yang berhubungan dalam jalinan hubungan serta kreatifitas dalam menggunakan media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardial, H. 2014. *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Bertens, Kees. 2003. *Keprihatinan Moral : Telaah atas Masalah Etika*. Yogyakarta: Penerbit Kasinus.
- Corry, Andy. Morrison. 2009. *Teori Komunikasi*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Crispin Thurlow, Laura Lengel, Alice Tomic. 2004. *Computer Mediated Communication*. London. SAGE Publications.
- Denis, McQuail. 2011. *Teori Komunikasi Massa Mcquail, edisi 6 Buku 1*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Hafied, Cangara. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Mufid, Muhammad. 2010. *Etika dan Filsafat Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Nasution, S. 2003. *Metode Research, Cet.VI*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ruslan, Rosady. 2001. *Etika Kehumasan Konsepsi & Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Cetakan ke-12*. Bandung: Alfabeta.
- Wood, Andrew F and Smith, Matthew J, 2005, *Online Communication, Lawrence Erlbaum Associates Publishers, New Jersey*.

Jurnal :

- Corry, Andy. 2009. *Etika Berkomunikasi Dalam Penyampaian Aspirasi*. Jurnal.
- Ersafitri, Olivia. 2012. *Krisis Netiquette di Twitter*. Fakultas Ilmu Komunikasi-Bakrie, Jakarta: Jurnal.
- Nazhifah. 2014. *Pengaruh Twitter Terhadap Perilaku Kecanduan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau*. Universitas Riau. Jurnal.
- Romli, A. SM. 2013. *Netiket – Etika Komunikasi Di Internet*. Prodi Studi Jurnalistik & Humas. Komunikasi UIN Bandung. Jurnal.
- Scheuermann, Larry; Taylor, Gary, *Netiquette*, Jurnal Internet Research 7. 4 (1997): 269-273.
- Shea, Virginia. *Netiquette*. Cornell Univ: Albio Publisher, 1994, jurnal digitized 2004.

Skripsi :

- Beliana. 2012. *Pengaruh Pemahaman Etika Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Terhadap Sikap Moral Siswa Dalam Mengamalkan Nilai-Nilai Budi Pekerti Di SMA Muhammadiyah 2 Bandar Lampung Kelas XI Tahun Pelajaran 2011/2012*. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Universitas Lampung.
- Mu'jijat, Mohammadf. 2014. *Peranan Facebook Dalam Pembentukan Deindividuasi Pada Para Santri (Studi Kasus Pada Penggunaan Facebook Dikalangan Para Santri Pondok Pesantren Nurul Islam Bandar Lampung)*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Lampung.

Internet :

- Pelanggaran di *Path* @www.tribunnews.com. Diakses pada 15 Februari 2015, pukul 21.08 WIB.

Pengguna Internet dan Media Sosial Indonesia. (<http://sosmedtoday.com/2014/09/pengguna-internet-2014-berapa-data-nielsen>). Diakses pada 10 Januari 2015, pukul 22.45 WIB.

Pengguna Path di Indonesia Nomor 1 di Dunia. (*TEMPO.com*). Diakses pada 08 Januari 2015, pukul 22.07 WIB.

Tentang *Netiquette*. (<http://networketiquette.net/>). Diakses pada 11 April 2015, pukul 20.12 WIB.

Tentang Path (<https://path.com/about>). Diakses pada 08 Januari 2015, pukul 23.36 WIB.

UU ITE (<http://bti.unpar.ac.id/undang-undang-ite/>). Diakses pada 03 April 2015, pukul 20.14 WIB.