

**PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP ETIKA KOMUNIKASI  
PESERTA DIDIK DI SMP NEGERI 1 SEPUTIH BANYAK**

**Skripsi**

**Oleh**

**Diah Puspita Ningrum**

**NPM. 1913032016**



**PENDIDIKAN PANCASILA DAN KEWARGANEGARAAN  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS LAMPUNG**

**2023**

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP ETIKA KOMUNIKASI PESERTA DIDIK DI SMP NEGERI 1 SEPUTIH BANYAK**

**Oleh**

**Diah Puspita Ningrum**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh media sosial terhadap etika komunikasi peserta didik di SMP Negeri 1 Seputih Banyak. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Subjek penelitian ini adalah peserta didik kelas VII, VIII dan IX di SMP Negeri 1 Seputih Banyak. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 88 responden. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan uji regresi linear sederhana dengan bantuan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh media sosial terhadap etika komunikasi peserta didik di SMP Negeri 1 Seputih Banyak sebesar 42,7% dengan indikator variabel X yaitu: jaringan, informasi, interaksi dan penyebaran (*share/sharing*), kemudian dalam indikator variabel Y yaitu: menjaga ucapan, sopan santun, saling menghargai, efektif dan efisien. Menggunakan media sosial dengan bijak bagi peserta didik akan menghasilkan etika dan berkomunikasi yang baik. Pelajar sebagai salah satu kategori pengguna media sosial yang tertinggi sehingga harus lebih banyak untuk dibekali informasi terkait penggunaan media sosial yang baik dan benar, etika komunikasi peserta didik dapat dipengaruhi sebagian besar oleh media sosial di zaman sekarang. perlunya penanaman yang lebih kuat lagi terhadap etika di lingkungan sekolah.

Kata kunci: *Media Sosial, Etika, Etika Komunikasi, Peserta Didik*

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA ON THE COMMUNICATION ETHICS OF STUDENTS AT SMP NEGERI 1 SEPUTIH BANYAK**

**By**

***Diah Puspita Ningrum***

*The purpose of this study was to find out how the influence of social media on the communication ethics of students at SMP Negeri 1 Seputih Banyak. The research method used in this research is descriptive method with a quantitative approach. The subjects of this study were students in grades VII, VIII and IX at Seputih Banyak Public Middle School. The sample in this study amounted to 88 respondents. The data analysis technique in this study used a simple linear regression test with the help of SPSS version 25. The results showed that there was an influence of social media on the communication ethics of students at Seputih Many 1 Public Middle Schools of 42.7% with variable X indicators namely: network, information, interaction and dissemination (share/sharing), then in the variable Y indicators, namely: keeping speech, courtesy, mutual respect, effective and efficient. Using social media wisely for students will produce good ethics and communication. Students as one of the highest categories of social media users so they have to be provided with more information regarding the use of social media that is good and right, the ethics of communication of students can be influenced to a large extent by social media today. the need for stronger inculcation of ethics in the school environment.*

*Keywords: Social Media, Ethics, Communication Ethics, Students*

**PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP ETIKA KOMUNIKASI  
PESERTA DIDIK DI SMP NEGERI 1 SEPUTIH BANYAK**

**Oleh**

**Diah Puspita Ningrum**

**SKRIPSI**

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar**

**SARJANA PENDIDIKAN**

**Pada**

**Program studi PPKn**

**Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial**

**Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung**



**PENDIDIKAN PANCASILA DAN KEWARGANEGARAAN  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2023**

Judul Skripsi

**: PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP ETIKA  
KOMUNIKASI PESERTA DIDIK DI SMP NEGERI 1  
SEPUTIH BANYAK**

Nama Mahasiswa

**: Diah Puspita Ningrum**

NPM

**: 1913032016**

Program Studi

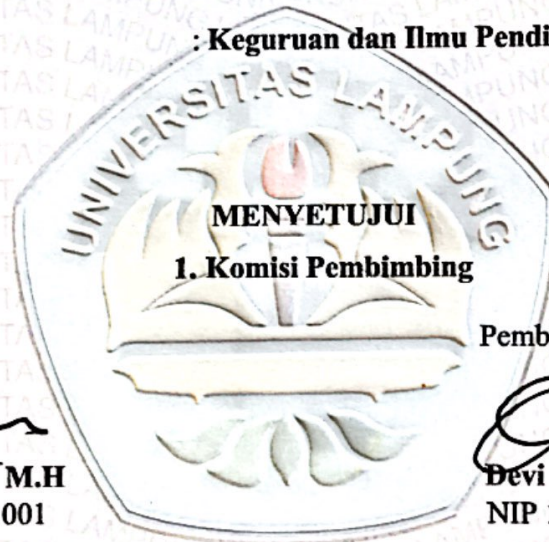
**: Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan**

Jurusan

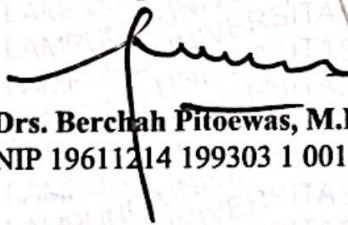
**: Pendidikan IPS**

Fakultas

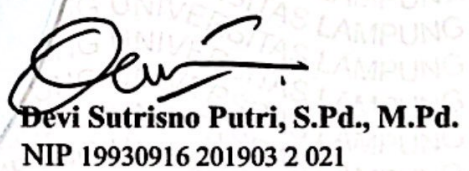
**: Keguruan dan Ilmu Pendidikan**



Pembimbing I,

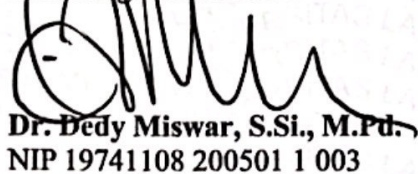
  
**Drs. Berchah Pitoewas, M.H**  
NIP 19611214 199303 1 001

Pembimbing II,

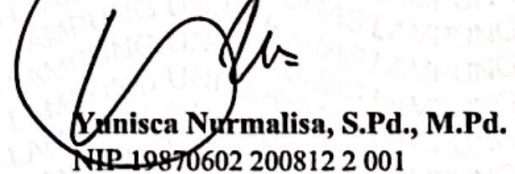
  
**Devi Sutrisno Putri, S.Pd., M.Pd.**  
NIP 19930916 201903 2 021

## 2. Mengetahui

Ketua Jurusan Pendidikan  
Ilmu Pengetahuan Sosial

  
**Dr. Dedy Miswar, S.Si., M.Pd.**  
NIP 19741108 200501 1 003

Ketua Program Studi  
Pendidikan PKn

  
**Yanisca Nurmalisa, S.Pd., M.Pd.**  
NIP 19870602 200812 2 001



**MENGESAHKAN**

**1. Tim Penguji**

**Ketua**

**: Drs. Berchah Pitoewas, M.H**

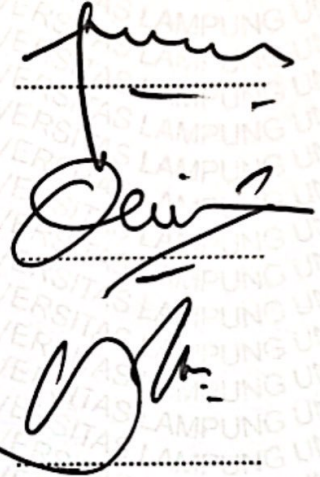
**Sekretaris**

**: Devi Sutrisno Putri, S.Pd., M.Pd.**

**Penguji**

**Bukan Pembimbing**

**: Yunisca Nurmalisa, S.Pd., M.Pd.**



**2. Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan**



**Prof. Dr. Sunyono, M.Si.**

**NIP. 19651230 199111 1 001**

**Tanggal Lulus Ujian Skripsi: 08 November 2023**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, adalah :

Nama : Diah Puspita Ningrum  
NPM : 1913032016  
Program Studi : Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan  
Jurusan : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial  
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Alamat : Desa Tanjung Harapan, Kecamatan Seputih Banyak,  
Kabupaten Lampung Tengah, Provinsi Lampung

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana disuatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bandar Lampung, 22 November 2023



*Diah Puspita Ningrum*  
Diah Puspita Ningrum

NPM. 1913032016

## RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Seputih Banyak, pada tanggal 27 Januari 2001. Anak Bungsu dari lima bersaudara, buah cinta kasih dari pasangan Bapak Hadi Warsono dan Ibu Tri Pujiati.

Penulis Menyelesaikan Pendidikan di Taman Kanak-Kanak Nu Ma'arif pada tahun 2007, kemudian melanjutkan pendidikan di Sekolah Dasar Negeri 3 Tanjung Harapan

Kecamatan Seputih Banyak dan lulus pada tahun 2013, kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 1 Seputih Banyak dan lulus pada tahun 2016, kemudian melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 1 Seputih Banyak dan lulus pada tahun 2019, pada tahun 2019 penulis melanjutkan pendidikan di salah satu perguruan tinggi negeri yang ada di Provinsi Lampung dan tercatat sebagai mahasiswa Program Studi PPKn Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung melalui jalur SNMPTN.

Selama kuliah, penulis pernah menjadi anggota bidang Minat dan Bakat HIMAPIS FKIP Universitas Lampung tahun 2019, menjadi Staf Ahli bidang Sosial FORDIKA FKIP Universitas Lampung tahun 2021. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) dengan tujuan Yogyakarta-Bandung-Jakarta tahun 2022. Melaksanakan salah satu mata kuliah wajib yakni Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kampung Setia Bakti, Kecamatan Seputih Banyak Kabupaten Lampung Tengah, penulis juga melaksanakan Pengenalan Lapangan Persekolahan (PLP) di SD Negeri 2 Setia Bakti.



## MOTTO

*"Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya."*

*(Q.S Ali Imran: 159)*

*"Tidak peduli seberapa jauh kita melangkah, orang tua kita selalu ada di dalam kita."*

*(Brad Meltzer)*

## **PERSEMBAHAN**

*Dengan mengharap ridho dan berkah dari Allah SWT, penulis mengucapkan puji syukur atas rahmat dan karunia yang Allah SWT limpahkan sehingga penulis dapat mempersembahkan karya ini sebagai tanda bakti dan cinta kepada :*

*“Kedua orang tuaku, Alm. Bapak Hadi Warsono dan Ibu Tri Pujiati yang aku sayangi dan aku cintai, yang selalu menjadi semangatku disetiap langkah perjuanganku, selalu mendoakan setiap langkahku, selalu menyayangi dan mencintai tanpa syarat, serta memberikan dukungan dan motivasi dalam hidupku. Terima kasih telah merawat dan menjagaku dengan penuh kasih sayang yang tulus dan ikhlas. Aku memohon maaf karena belum bisa menjadi orang hebat, tetapi aku selalu berusaha untuk membuat kalian tersenyum dan bangga ketika melihatku, aku selalu berdoa agar ibu selalu diberikan kesehatan dan umur yang panjang serta untuk Bapak kelak kita bisa berkumpul bersama-sama di surga-Nya Allah SWT. Bapak dan ibu toga dan gelar di belakang namaku tidak akan ada jika tanpa jerih payah kalian.”*

*Serta*

*“Almamater Tercinta Universitas Lampung”*

## SANWACANA

Puji dan Syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya yang sangat berlimpah sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Media Sosial Terhadap Etika Komunikasi Peserta Didik Di SMP Negeri 1 Seputih Banyak”**. Skripsi ini dibuat sebagai syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Pendidikan di Universitas Lampung.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini terdapat banyak kekurangan. Pada kesempatan ini penulis hendak mengucapkan rasa terima kasih kepada bapak Drs. Berchah Pitoewas, M.H selaku dosen Pembimbing I dan Ibu Devi Sutrisno Putri, S.Pd., M.Pd. selaku dosen Pembimbing II, serta semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai. Penulis juga hendak menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Sunyono, M.Si. selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
2. Bapak Dr. Riswandi, M.Pd. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kerja sama Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
3. Bapak Dr. Albet Maydiantoro, M.Pd. selaku Wakil Dekan Bidang Umum dan Keuangan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
4. Bapak Hermi Yanzi, S.Pd., M.Pd. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
5. Bapak Dr. Dedy Miswar, S.Si, M.Pd. selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.

6. Ibu Yunisca Nurmalisa, S.Pd., M.Pd. selaku Ketua Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
7. Bapak Drs. Berchah Pitoewas, M.H., selaku dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran serta motivasi, dan nasehat kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Ibu Devi Sutrisno Putri, S.Pd., M.Pd., selaku pembimbing II. Terima kasih atas bimbingan, dukungan, semangat, ilmu, waktu, tenaga, arahan, serta nasehatnya selama ini
9. Ibu Yunisca Nurmalisa, S.Pd., M.Pd., selaku dosen Pembahas I atas masukan dan sarannya dalam pembuatan skripsi ini
10. Ibu Nurhayati, S.Pd., M.Pd., selaku pembahas II terima kasih atas saran dan masukannya dalam pembuatan skripsi ini
11. Bapak dan Ibu dosen khususnya dosen Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung yang dengan rela dan ikhlas memberikan ilmu yang dimilikinya kepada penulis
12. Terima kasih kepada Ibu Nurhayati, S.Pd., M.Pd. selaku Koordinator Seminar yang telah membantu terselesainya skripsi ini.
13. Staf Program Studi PPKn Universitas Lampung yang telah membantu penulis selama melaksanakan penelitian.
14. Kepala Sekolah serta jajaran guru dan staff SMP Negeri 1 Seputih Banyak yang telah membantu penulis selama melaksanakan penelitian.
15. Kepada diriku sendiri, terima kasih karena selalu berusaha dan berjuang untuk terus berjalan melangkah kedepan, terus mencoba hal yang tidak bisa sampai berhasil. Untuk diriku, lalui semua tantangan yang akan datang dengan yakin bahwa kamu bisa melewatinya.
16. Teristimewa untuk Ibuku, Ibu Tri Pujiati yang paling aku sayangi lebih dari siapapun di dunia ini. Terima kasih telah berjuang membesarkan dan merawatku dengan kasih sayang yang tulus serta doa yang ibu panjatkan setiap saat untuk diriku. Semoga ibu diberikan kesehatan dan umur yang



panjang agar oleh Allah SWT. Agar kelak bisa menyaksikan kesuksesanku dan membahagiakan ibu.

17. Terima kasih untuk Bapak paling hebat, cinta pertamaku Alm. Bapak Hadi Warsono. Terima kasih telah menyayangiku dan merawatku dengan cinta yang tulus, terima kasih telah membuatku menjadi orang yang kuat, terima kasih telah menjadi motivasi dalam setiap langkah perjuanganku. Walau bapak tidak bisa melihat toga dan gelar di belakang namaku tapi aku selalu berdoa agar kelak kita dapat bertemu di surganya Allah SWT.
18. Untuk kakak-kakakku tersayang Mas M. Ikhsan Nur Kholis, Mas Yahya Hanif, Mas Eko Setiawan, Mas Cahyo Aminu, terima kasih atas semua dukungan dan motivasi yang telah diberikan kepadaku.
19. Untuk Sepupu dan keponakanku tersayang, dek vina, cantik, rilfa, iqbal, serta keluarga besarku, terima kasih atas dukungan dan canda tawa sebagai penyemangatku.
20. Teruntuk sahabatku sejak duduk di bangku Sekolah Menengah Pertama hingga saat ini, Alifa Cantika Dewi, terima kasih telah menjadi partner disetiap perjuangan dalam meraih kesuksesan dalam pendidikan kita, terima kasih atas dukungan yang diberikan kepadaku.
21. Untuk partner terbaik dalam segala hal, Bayu Akbar Maulana, terima kasih telah menjadi teman terbaik dalam setiap waktuku, terima kasih selalu ada untuk berbagi keluh kesah dan kebahagiaan. Semoga segala hubungan baik ini terjalin sampai maut memisahkan.
22. Untuk sahabatku yang kutemui di bangku perkuliahan, Alfina Nurhaliza, Murni Sari Dewi, Dean Yuniaswati, Laili Fauziah, Alphayoga Mahardika dan Anggara Saputra, terima kasih telah menjadi tempat berbagi keluh kesah, kebahagiaan dan canda tawa dan partner dalam segala hal di perkuliahan. Semoga segala hubungan baik ini tetap terjalin sampai maut memisahkan.
23. Terima kasih untuk teman-teman seperjuangan PPKn 2019, Sinta, Kukuh Alief, Devia, Caroline, Willya, Arief, Senji, Anisa, Anggun, Nadya, Lutfi serta teman-teman PPKn 2019 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terima kasih atas semua pengalaman yang telah diberikan. Semoga apa

yang kita perjuangkan selama ini dapat bermanfaat dan mendapatkan ridho Allah SWT.

24. Teman-teman KKN, Cantika, Anisu, Nirmak, Eca, Tiara, terima kasih untuk kebersamaannya selama KKN, suka duka telah kita lewati bersama sebagai partner. Semoga segala bentuk perjalanan hidup kita senantiasa diberkahi Allah SWT.
25. Terima kasih untuk semua pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis Menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Penulis berharap semoga dengan adanya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Bandar Lampung, 22 November 2023

Penulis

**Diah Puspita Ningrum**

NPM. 1913032016

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Media Sosial Terhadap Etika Komunikasi Peserta Didik di SMP Negeri 1 Seputih Banyak” yang merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi penulis.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Semoga Allah SWT. selalu memberkahi langkah kita dan memberikan kesuksesan di masa mendatang dan semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Bandar Lampung, 22 November 2023

Penulis,

**Diah Puspita Ningrum**

**NPM 1913032016**

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>COVER JUDUL</b> .....	<b>iv</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>SANWACANA</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>I. PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah .....	6
E. Tujuan Penelitian .....	7
F. Manfaat Penelitian .....	7
1. Manfaat Teoritis .....	7
2. Manfaat Praktis .....	7
G. Ruang Lingkup Penelitian.....	7
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Deskripsi Teori.....	9
1. Tinjauan Umum Media Sosial .....	9
2. Tinjauan Umum Etika Komunikasi .....	20
B. Penelitian yang Relevan.....	33
C. Kerangka Berpikir.....	36
D. Hipotesis.....	37
<b>III. METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Metode Penelitian.....	38
B. Populasi dan Sampel Penelitian .....	38
1. Populasi .....	38



2. Sampel .....	39
C. Variabel Penelitian .....	41
1. Variabel Bebas .....	41
2. Variabel Terikat .....	41
D. Definisi Operasional dan Konseptual.....	42
1. Definisi Konseptual.....	42
2. Definisi Operasional.....	42
E. Rencana Pengukuran Variabel .....	43
F. Instrumen Penelitian.....	44
G. Teknik Pengumpulan Data.....	45
1. Teknik Pokok .....	46
2. Teknik Pendukung .....	46
H. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	47
1. Uji Validitas .....	47
2. Uji Reliabilitas .....	48
I. Teknik Analisis Data.....	49
1. Analisa Distribusi Frekuensi.....	49
2. Uji Prasyarat Analisis.....	50
3. Analisis Data .....	52

#### **IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Langkah-Langkah Penelitian.....	54
1. Persiapan Pengajuan Judul .....	54
2. Penelitian Pendahuluan .....	54
3. Pengajuan Rencana Penelitian .....	55
4. Penyusunan Alat Pengumpulan Data .....	55
5. Pelaksanaan Uji Coba Penelitian .....	55
B. Gambaran Umum dan Lokasi Penelitian .....	60
1. Profil SMP Negeri 1 Seputih Banyak .....	60
2. Visi dan Misi SMP Negeri 1 Seputih Banyak.....	61
3. Tujuan SMP Negeri 1 Seputih Banyak .....	61
4. Sarana dan Prasarana SMP Negeri 1 Seputih Banyak .....	62
5. Keadaan Guru di SMP Negeri 1 Seputih Banyak .....	63
C. Deskripsi Data Penelitian .....	65
1. Pengumpulan Data .....	65
2. Penyajian Data .....	66
D. Analisis Data Media Sosial (X) dan Etika Komunikasi (Y) .....	86
1. Uji Prasyarat.....	86
2. Uji Hipotesis.....	88
E. Pembahasan Hasil Penelitian .....	90

#### **V. KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan.....	111
B. Saran.....	111

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1. Populasi Penelitian .....	39
2. Jumlah Sampel Penelitian .....	41
3. Indeks Koefisien Reliabilitas .....	48
4. Hasil Uji Coba Angket (Variabel X) Kepada 10 responden Diluar Sampel Penelitian.....	57
5. Hasil Uji Coba Angket (Variabel Y) Kepada 10 Responden Diluar Sampel Penelitian.....	58
6. Uji Reliabilitas (Variabel X) Kepada 10 Responden Diluar Sampel .....	59
7. Uji Reliabilitas (Variabel Y) Kepada 10 Responden Diluar Sampel .....	60
8. Sarana Dan Prasarana SMP Negeri 1 Seputih Banyak .....	63
9. Data Jumlah Guru SMP Negeri 1 Seputih Banyak .....	63
10. Distribusi Frekuensi Indikator Jaringan .....	67
11. Distribusi Frekuensi Indikator Informasi .....	69
12. Distribusi Frekuensi Indikator Interaksi.....	71
13. Distribusi Frekuensi Indikator Penyebaran ( <i>Share/Sharing</i> ) .....	73
14. Distribusi Frekuensi Media Sosial .....	75
15. Distribusi Frekuensi Indikator Menjaga Ucapan .....	77
16. Distribusi Frekuensi Indikator Sopan Santun .....	79
17. Distribusi Frekuensi Indikator Saling Menghargai .....	81
18. Distribusi Frekuensi Indikator Efektif dan Efisien .....	83
19. Distribusi Frekuensi Etika Komunikasi .....	85
20. Hasil Uji Normalitas Data Penelitian Menggunakan SPSS Versi 25 .....	86
21. Data Hasil Uji Linearitas Penelitian Menggunakan Bantuan SPSS 25.....	87
22. Data Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Data Penelitian Menggunakan Bantuan SPSS 25.....	88
23. Hasil Perhitungan R Kuadrat Menggunakan SPSS 25 .....	89

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
1. Kerangka Pikir Penelitian .....	37

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian

Lampiran 2 Tabulasi Data Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 3 Hasil Uji Angket Kepada 88 Responden

Lampiran 4 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel X (Media Sosial)

Lampiran 5 Tabel Distribusi Frekuensi Variabel Y (Etika Komunikasi)

Lampiran 6 Kisi-Kisi Instrumen Angket Penelitian dan Pedoman Wawancara

Lampiran 7 Dokumentasi Penelitian

Lampiran 8 Hasil Analisis Data



## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015). Menurut Setiadi (2016) dalam media sosial, tiga bentuk yang merujuk pada makna bersosial adalah pengenalan (*cognition*), komunikasi (*communicate*) dan kerjasama (*co-operation*). Media sosial mempunyai batasan dan ciri khusus bila dibandingkan dengan media-media lainnya. Media sosial beranjak dari pemahaman bagaimana media sosial digunakan sebagai sarana sosial di dunia virtual. Karakteristik media sosial ini dipandang perlu untuk melihat perbedaan dengan media lainnya, yang bisa dipergunakan baik dibidang jurnalisme, hubungan masyarakat, pemasaran dan politik. Peran masyarakat semakin terbuka lebar dalam mengeluarkan pendapatnya di media sosial aliran komunikasi yang dihasilkan bukan lagi berbentuk linier namun dipegang teguh oleh penggunaannya.

Tidak dapat disangkal bahwa pada saat ini sosial media telah menjadi cara baru masyarakat dalam berkomunikasi. Hal ini berdampak pada berbagai sisi kehidupan masyarakat. Kehadiran media sosial telah membawa dampak yang sangat signifikan dalam cara melakukan komunikasi. Lembaga *We Are Social* dalam Nasrullah (2015) mempublikasikan hasil risetnya bahwa pengguna internet dan media social di Indonesia cukup tinggi. Ada sekitar 15% penetrasi internet atau 38 juta lebih pengguna internet. Dari jumlah total penduduk, ada sekitar 62 juta orang yang terdaftar serta memiliki akun di media sosial *Facebook*. Dari riset tersebut

juga menunjukkan bahwa rata-rata pengguna internet di Indonesia menghabiskan waktu hampir 3 jam untuk terkoneksi dan berselancar di media sosial melalui perangkat telepon genggam. Pada intinya, dengan sosial media dapat dilakukan berbagai aktifitas dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan, visual maupun audiovisual. Sosial media diawali dari tiga hal, yaitu *Sharing*, *Collaborating* dan *Connecting* (Puntoadi, 2011).

Media Sosial mengalami perkembangan yang sangat signifikan dari tahun ke tahun, Jika pada tahun 2002 *Friendster* merajai sosial media karena hanya *Friendster* yang mendominasi media sosial di era tersebut, kini telah banyak bermunculan sosial media dengan keunikan dan karakteristik masing-masing. Sejarah sosial media diawali pada era 70-an, yaitu ditemukannya sistem papan buletin yang memungkinkan untuk dapat berhubungan dengan orang lain menggunakan surat elektronik ataupun mengunggah dan mengunduh perangkat lunak, semua ini dilakukan masih dengan menggunakan saluran telepon yang terhubung dengan modern.

Pada tahun 1995 lahirlah situs *GeoCities*, *GeoCities* melayani *web hosting* (layanan penyewaan penyimpanan data-data *website* agar *website* dapat diakses dari manapun). *GeoCities* merupakan tonggak awal berdirinya banyak *website*. Pada tahun 1997 sampai tahun 1999 munculah sosial media pertama yaitu *Sixdegree.com* dan *Classmates.com*. Tak hanya itu, di tahun tersebut muncul juga situs untuk membuat blog pribadi, yaitu *Blogger*, situs ini menawarkan penggunaanya untuk bisa membuat halaman situsnya sendiri. Sehingga pengguna dari *Blogger* ini bisa memuat hal tentang apapun. Pada tahun 2002 *Friendster* menjadi sosial media yang sangat *booming* dan kehadirannya sempat menjadi fenomenal. Setelah itu pada tahun 2003 sampai saat ini bermunculan berbagai sosial media dengan berbagai karakter dan kelebihan masing-masing, seperti *LinkedIn*, *MySpace*, *Facebook*, *Twitter*, *Wiser*, *Google+* dan lain sebagainya. Media Sosial juga kini menjadi sarana atau aktivitas digital *marketing*, seperti

*social media maintenance, social media endorsement dan social media activation.*

Laju perkembangan informasi dan teknologi dalam bingkai globalisasi yang semakin pesat turut berpengaruh pada meningkatnya penggunaan media sosial dalam masyarakat. Beberapa media sosial yang berkembang saat ini, seperti *facebook, instagram, dan twitter*, telah melahirkan gaya hidup baru dalam kehidupan sosial bermasyarakat. Dengan menggunakan media sosial, seseorang dapat menjalin pertemanan dan saling berinteraksi dengan siapapun, kapanpun, dan di mana saja (Mansyur, 2016). Mansyur (2018) menjelaskan bahwa di Indonesia media sosial menjadi media paling populer digunakan semua lapisan masyarakat untuk berkomunikasi. Merujuk pada hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2016, pengguna internet di Indonesia telah mencapai 132,7 juta orang, dan *facebook* menjadi konten media sosial yang paling sering dikunjungi, yakni sebesar 54%, disusul *instagram, youtube, dan twitter* (Mansyur, 2018).

Di era saat ini, akibat cepatnya perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan, termasuk di dalamnya perkembangan ilmu-ilmu sosial kemanusiaan serta media dan teknologi informasi komunikasi yang begitu pesat terutama media sosial secara relatif mendekatkan jarak perbedaan budaya antara satu wilayah dengan wilayah lain. Maka dari itu, pada tahun 2009 media sosial menjelma menjadi sarana informasi yang cukup potensial di Indonesia (Fahmi, 2011). Naiknya pengguna media sosial di Indonesia berlaku pada aplikasi jejaring situs pertemanan dan informasi. Dalam hal ini, hampir setiap masyarakat di Indonesia mempunyai dan mengakses media sosial yang ada. Media sosial ini juga bermacam-macam antara lain *Facebook, Twitter, Instagram, Path*, dan lain sebagainya (Nurudin, 2012).

Media sosial di era ini sangat melekat dengan pelanggaran etika, moral, dan nilai-nilai spiritual yang bersifat universal. Pada hasil riset penelitian telah didapatkan bahwa *trend cyberbullying* di media sosial sangat tinggi. Pelaku *cyberbullying* didominasi oleh remaja generasi milenial yang menyerang teman sebaya melalui ruang komentar. Kedua riset ini menunjukkan bahwa remaja yang notabnya sebagai generasi milenial sangat mudah melakukan pelanggaran etika yang dapat membahayakan perkembangan mental baik individu maupun sosial . (Whittaker dan Kowalski, 2015).

Era globalisasi merupakan proses yang mendorong umat manusia untuk beranjak dari cara hidup dengan wawasan nasional semata-mata ke arah cara hidup dengan wawasan global (Yanti, S., Pitoewas, B., & Yanzi, H., 2017). Media Sosial adalah salah satu wujud dari teknologi yang sangat canggih oleh sebab itu yang tak terhindarkan adalah degradasi etika yang dikeluhkan oleh tak sedikit pendidik di Indonesia, karena adanya beberapa contoh gaya komunikasi peserta didik terhadap guru yang dinilai tidak beretika. Permasalahan dalam etika merupakan sesuatu yang dianggap sebagai sebuah guncangan besar bagi dunia pendidikan pada era ini. Etika merupakan suatu hal yang sangat dibutuhkan dalam menjalankan pekerjaan dalam berbagai macam profesi pun dalam menjalankan segala aspek dalam kehidupan. Individu yang memiliki etika akan cenderung untuk tidak melakukan hal-hal yang tidak etis dan dapat merugikan pihak lain (Fauziyyah, 2019).

Etika tidak hanya ada ketika dua atau lebih orang berhubungan secara langsung maupun tidak langsung. Terdapat juga etika dalam berbahasa, etika dalam komunikasi, dan lainnya. Komunikasi yang terjalin antara satu orang dengan orang lain biasa disebut dengan komunikasi interpersonal atau yang dikenal juga dengan *interpersonal communication*. Komunikasi interpersonal (*interpersonal communication*) merupakan proses komunikasi secara langsung (tatap muka) antara dua orang atau lebih dimana pengirim pesan (informasi) dapat menyampaikan pesan (informasi) tersebut secara

langsung dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung (Cangara, 1998). Implementasi dari etika komunikasi di media sosial salah satunya dapat diketahui dari cara komunikasi yang santun. Sebab etika komunikasi akan berbicara mengenai penyampaian bahasa, dan implementasi tersebut dapat dilihat dari kesantunan dalam berkomunikasi. Kesantunan dalam berkomunikasi dapat dilihat dari penggunaan pilihan kata atau kalimat yang diunggah ke sosial media.

Berdasarkan Penelitian Pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti di SMP Negeri 1 Seputih Banyak yaitu dengan melakukan wawancara kepada guru bimbingan dan konseling, dalam hasil wawancara tersebut peneliti menemukan masalah tentang etika komunikasi peserta didik di SMP Negeri 1 Seputih Banyak bahwa Permasalahan yang muncul pada peserta didik saat berkomunikasi dengan guru ialah banyaknya peserta didik yang tidak menggunakan etika komunikasi yang baik dan benar, pelanggaran etika ini ditunjukkan oleh banyaknya peserta didik yang melakukan kesalahan dalam berkomunikasi dengan guru, seperti peserta didik yang menggunakan bahasa yang tidak sopan kepada guru layaknya kepada teman sebaya, nada bicara yang kurang tepat saat berbicara dengan guru karena nada bicara juga dianggap sebagai salah satu etika dalam berkomunikasi, tidak memperhatikan waktu saat berkomunikasi dengan guru.

Permasalahan ini diperkuat dengan pernyataan peserta didik yang diperoleh dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, hasil wawancara tersebut peneliti menemukan masalah dengan banyaknya peserta didik yang belum mengetahui etika berkomunikasi yang baik dan benar, baik kepada guru maupun kepada teman sebaya. Permasalahan dalam etika komunikasi peserta didik ditunjukkan dengan banyaknya peserta didik yang menggunakan bahasa yang tidak sopan atau kata-kata kasar saat berbicara dengan teman sebaya, banyak dari mereka yang melakukan perundungan seperti mengolok-olok teman sebaya. Hal tersebut menunjukkan rendahnya

etika komunikasi peserta didik. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan di atas dan permasalahan yang terjadi, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh Media Sosial Terhadap Etika Komunikasi Peserta Didik SMP Negeri 1 Seputih Banyak**” untuk mengetahui bagaimana pengaruh Media Sosial terhadap etika komunikasi peserta didik SMP Negeri 1 Seputih Banyak.

### **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dalam penelitian ini dapat ditentukan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Kurangnya Pemahaman peserta didik di SMP Negeri 1 Seputih Banyak tentang etika komunikasi
2. Terdapat peserta didik di SMP Negeri 1 Seputih Banyak yang tidak menggunakan etika yang baik dan benar saat berkomunikasi dengan guru
3. Terdapat peserta didik di SMP Negeri 1 Seputih Banyak yang kurang tepat dalam menggunakan intonasi atau nada bicara saat berkomunikasi dengan guru
4. Terdapat peserta didik di SMP Negeri 1 Seputih Banyak yang menggunakan kata-kata kasar saat berkomunikasi dengan teman sebaya
5. Terdapat peserta didik di SMP Negeri 1 Seputih Banyak yang melakukan perundungan seperti mengolok-olok teman sebaya

### **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka peneliti membatasi masalah pada pengaruh media sosial terhadap etika komunikasi peserta didik di SMP Negeri 1 Seputih Banyak.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, identifikasi, dan pembatasan masalah yang ada maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

“Adakah pengaruh media sosial terhadap etika komunikasi peserta didik di SMP Negeri 1 Seputih Banyak?”

### **E. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap etika komunikasi peserta didik di SMP Negeri 1 Seputih Banyak.

### **F. Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis penelitian ini berguna untuk bahan kajian dan referensi bagi penelitian lain yang berminat untuk mengkaji atau mengembangkan pemahaman mengenai pengaruh media sosial terhadap etika komunikasi.

#### **2. Manfaat Praktis**

Secara praktis penelitian ini bermanfaat sebagai berikut:

##### **a) Bagi Peneliti**

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan tentang wawasan serta pengetahuan baru mengenai pengaruh media sosial terhadap etika komunikasi.

##### **b) Bagi Pembaca**

Dalam penelitian ini diharapkan nantinya dapat dijadikan sebagai informasi dan referensi bagi pembaca untuk menambah pengetahuan mengenai pentingnya etika komunikasi.

### **G. Ruang Lingkup Penelitian**

#### **1. Ruang Lingkup Ilmu**

Penelitian ini di dalam ruang lingkup Pendidikan Nilai Moral Pancasila karena mengkaji tentang Pengaruh Media Sosial Terhadap Etika Komunikasi Peserta Didik di SMP Negeri 1 Seputih Banyak.

## 2. Objek Penelitian

Ruang lingkup objek penelitian ini adalah pengaruh media sosial terhadap etika komunikasi peserta didik.

## 3. Subjek Penelitian

Ruang lingkup subjek penelitian ini adalah peserta didik di SMP Negeri 1 Seputih Banyak.

## 4. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di SMP Negeri 1 Seputih Banyak, Kecamatan Seputih Banyak, Kabupaten Lampung Tengah, Provinsi Lampung, 34156.

## 5. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan sejak dikeluarkannya surat izin penelitian pendahuluan oleh Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Lampung pada tanggal 1 Desember 2022 dengan nomor surat **8878/UN26.13/PN.01.00/2022**. mendapatkan surat balasan izin penelitian pendahuluan oleh Kepala SMP Negeri 1 Seputih Banyak pada tanggal 5 Desember 2022 dengan nomor surat **420/1535/03/098/D.a.VI.01/2022**. Kemudian dikeluarkannya surat izin penelitian oleh Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Lampung pada tanggal 13 Juni 2023 dengan nomor surat **5603/UN26.13/PN.01.00/2023**. mendapatkan surat balasan izin penelitian oleh Kepala SMP Negeri 1 Seputih Banyak pada tanggal 26 Juli 2023 dengan nomor surat **420/1619/03/098/C.20/D.a.VI.01/2023**. Penelitian telah selesai dilaksanakan sampai dengan 27 Juli 2023.



## II. TINJAUAN PUSTAKA

### A. Deskripsi Teori

Deskripsi teori berisi tentang uraian teori yang menjelaskan variabel yang akan diteliti dengan cara mendeskripsikan variabel tersebut melalui pendefinisian dan menguraikan secara lengkap dari berbagai informasi yang aktual sehingga memperkuat penelitian.

#### 1. Tinjauan Umum Media Sosial

##### a. Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual, (Nasrullah, 2015).

Menurut Mandibergh (2012) media sosial adalah media yang mewadahi kerjasama di antara pengguna yang menghasilkan konten (*user-generated content*). Shirky (2008) media sosial dan juga perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerjasama (*to co-operate*) di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi.

Pendapat Boyd (2009) menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content*, dimana konten

dihasilkan oleh pengguna dan tidak oleh editor sebagaimana yang ada di institusi media massa. Van Dijk (2013) media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu media sosial dapat dilihat fasilitator *online* atau menguatkan jaringan antarindividu dalam sebuah hubungan sebagai sebuah nilai sosial. Meike dan Young (2012) mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi di antara individu (*to be shared one- to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu. Definisi lain dari media sosial juga di jelaskan oleh Antony Mayfield (2008). Menurutnya media adalah media dimana penggunanya dengan mudah berpartisipasi di dalamnya, berbagi dan menciptakan pesan, termasuk *blog*, jejaring sosial, *wiki/ensiklopedia online*, forum-forum maya, termasuk *virtual worlds* (dengan avatar dan karakter *3D*).

Dari berbagai definisi atau pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa definisi media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna (*users*) merepresentasikan dirinya maupun bekerjasama, berbagi, berinteraksi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

#### **b. Sejarah Media Sosial**

Era globalisasi seperti saat ini kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dalam bentuk penggunaan media komunikasi berupa gadget (*handphone, smartphone, tablet, note* dan lain-lain) banyak memberikan dampak positif untuk kemajuan dalam bidang telekomunikasi namun tanpa disadari ada hal-hal yang berdampak negatif apabila pengguna *gadget* tidak tepat dalam penggunaan fasilitas-fasilitas aplikasi yang terdapat dalam *gadget*

yang menimbulkan efek kecanduan dan membawa anak tenggelam dalam dunia maya dan berpengaruh menjadikan orang yang dekat menjadi jauh serta membuat anak tidak berinteraksi sosial dengan baik (Lioni, T., Holilulloh, H., & Nurmalisa, Y. , 2014). Berikut adalah penjelasan mengenai sejarah media sosial dalam Rafiq (2020). Media sosial mengalami perkembangan yang sangat signifikan dari tahun ke tahun, Jika pada tahun 2002 *Friendster* merajai media sosial karena hanya *Friendster* yang mendominasi sosial media di era tersebut, kini telah banyak bermunculan sosial media dengan keunikan dan karakteristik masing-masing. Sejarah sosial media diawali pada era 70-an, yaitu ditemukannya sistem papan buletin yang memungkinkan untuk dapat berhubungan dengan orang lain menggunakan surat elektronik ataupun mengunggah dan mengunduh perangkat lunak, semua ini dilakukan masih dengan menggunakan saluran telepon yang terhubung dengan modem.

Pada tahun 1995 lahir lah situ *Geo Cities*, *Geo Cities* melayani *web hosting* (layanan penyewaan penyimpanan data-data *website* agar *website* dapat diakses dari manapun). *Geo Cities* merupakan tonggak awal berdirinya *website-website*. Pada tahun 1997 sampai tahun 1999 munculah sosial media pertama yaitu *Sixdegree.com* dan *Classmates.com*. Tak hanya itu, ditahun tersebut muncul juga situs untuk membuat blog pribadi, yaitu *Blogger*. situs ini menawarkan penggunanya untuk bisa membuat halaman situsnya sendiri. Sehingga pengguna dari *Blogger* ini bisa memuat hal tentang apapun.

Pada tahun 2002 *Friendster* menjadi sosial media yang sangat booming dan kehadirannya sempat menjadi fenomenal. Setelah itu pada tahun 2003 sampai saat ini bermunculan berbagai media sosial dengan berbagai karakter dan kelebihan masing-masing,

seperti *LinkedIn*, *MySpace*, *Facebook*, *Twitter*, *Wiser*, *Google+* dan lain sebagainya. Media sosial juga kini menjadi sarana atau aktivitas digital marketing, seperti *Social Media Maintenance*, *Social Media Endorsement* dan *Social Media Activation*. Oleh karena itu, Sosial Media kini menjadi salah satu layanan yang ditawarkan oleh *Digital Agency*.

### c. Karakteristik Media Sosial

Media sosial (*social media*) terdiri dari dua kata yang berbeda, yaitu media (alat, sarana komunikasi, perantara, penghubung), dan sosial (berkenaan dengan masyarakat atau merujuk pada cara orang berinteraksi). Kaplan & Haenlein merumuskan media sosial yaitu sebuah aplikasi berbasis internet yang memungkinkan terjadinya penciptaan dan pertukaran konten yang diciptakan oleh penggunanya (Fatmawati; 2017). Media sosial merupakan suatu bentuk internet yang berkembang pesat. Data dari Kementerian Komunikasi Dan Informatika (Kemenkominfo) tahun 2013 ([kominfo.com](http://kominfo.com)), mengungkapkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 63 juta orang. Dari angka tersebut, 95 persennya menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial. Media sosial merupakan bentuk nyata dari media baru (*new media*) berbasis TIK. Jika media konvensional masih menggunakan media cetak semata, lain halnya dengan media sosial.

Media sosial mengajak siapapun yang tertarik untuk memberikan partisipasi dengan cara pemberian *feedback* terbuka, saling memberi komentar, serta menyebarkan informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Media sosial merupakan kombinasi dari tiga elemen, yaitu content, komunitas, dan teknologi Web 2.0. Perkembangan dari media sosial akan berdampak pada tiga area, yaitu masyarakat, perusahaan, dan lingkungan lokal

(Ahlqvist et. al; 2012). Teknologi media sosial menggabungkan model-model seperti majalah, forum internet, *weblogs*, sosial blog, *microblogging*, *wikis*, jaringan sosial, gambar, video, dan lain-lain. Menurut Nasrullah (2016) Media sosial mempunyai karakteristik yaitu:

1. Jaringan (*network*) Antar Pengguna, Media sosial dapat terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet.
2. Informasi (*Information*), Informasi menjadi entitas yang penting dari media sosial. Tidak seperti media lainnya di internet, pengguna media sosial mengkreasikan merepresentasi identitasnya, melakukan interaksi berdasarkan informasi, menjadi komoditas yang dikonsumsi antar pengguna.
3. Interaksi, Secara sederhana interaksi yang terjadi di media sosial minimal berbentuk saling mengomentari atau memberikan tanda seperti jempol "*like*".
4. Penyebaran (*Share/sharing*), adalah komentar yang tidak sekedar opini, tetapi juga data atau fakta terbaru. Penyebaran menjadi penting di media sosial diantaranya upaya membagi informasi yang dianggap penting kepada komunitas media sosial lainnya, menunjukkan posisi terhadap sebuah isu atau informasi yang disebar, konten yang disebar merupakan sarana untuk menambah informasi atau data baru lainnya sehingga konten menjadi semakin lengkap.

Media sosial memiliki beberapa dampak positif diantaranya begitu mudah digunakan (*user friendly*), memiliki jangkauan global, siapapun dapat berbagi informasi lebih cepat secara *real time*, maupun dapat mengukur efektivitas informasi yang dibagi melalui respon yang muncul. Media sosial juga telah menghapus

batasan-batasan dalam bersosialisasi. Dalam media sosial tidak ada batasan ruang dan waktu lagi, semua dapat diakses dengan mudah kapan saja dan dimana saja. Namun tidak dipungkiri pula media sosial memiliki dampak yang membahayakan, diantaranya semakin berkurangnya interaksi sosial di dunia nyata. Individu tidak perlu lagi saling bertemu langsung untuk berkomunikasi sehingga pola hidup sosial yang terjadi di masyarakat akan menjadi semakin tertutup.

#### d. Klasifikasi Media Sosial

Media sosial teknologi mengambil berbagai bentuk termasuk majalah, forum internet, *weblog*, *blog* sosial, *microblogging*, *wiki*, *podcast*, foto atau gambar, video, peringkat dan *bookmark* sosial (Sugeng, 2016). Menurut Kaplan dan Haenlein (2010) ada enam klasifikasi media sosial, yaitu:

1. Proyek Kolaborasi

*Website* mengizinkan usernya untuk dapat mengubah, menambah, ataupun *me-remove* konten-konten yang ada di website ini, contohnya *Wikipedia*.

2. *Blog* dan *microblog*

User lebih bebas dalam mengekspresikan sesuatu di blog ini seperti curhat ataupun mengkritik kebijakan pemerintah, contohnya *twitter*.

3. Konten

Para pengguna website ini saling meng-*share* konten-konten media, baik seperti video, *e-book*, gambar, dan lain-lain, contohnya *youtube*, *tiktok*.

4. Situs jejaring sosial

Aplikasi yang mengizinkan user untuk dapat terhubung dengan cara membuat informasi pribadi sehingga dapat terhubung dengan orang lain. Informasi pribadi itu bisa seperti foto – foto. contoh *facebook* dan *Instagram*.

### 5. *Virtual game world*

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

### 6. *Virtual social world*

Dunia virtual yang dimana penggunanya merasa hidup di dunia virtual, sama seperti *virtual game world*, berinteraksi dengan yang lain. Namun, *Virtual Social World* lebih bebas, dan lebih ke arah kehidupan, contohnya *second life*.

Pada awalnya situs-situs jejaring sosial isinya lebih banyak terkait hal-hal yang sifatnya fun dan nostalgia ria tapi selanjutnya terjadi perkembangan yang mengarah ke arah profesionalisme. Dari sekedar komunitas biasa/pertemanan, lalu bertransformasi menjadi tempat untuk melakukan kontak yang lebih intens (Aljawiy dan Muklason; 2011). Hal yang ada di media sosial seakan lebih menarik untuk diketahui dari pada hal yang ada di dekat kita. Fokus dan perhatian yang biasanya tertuju pada lawan berinteraksi, langsung berubah menjadi terfokuskan ke media sosial yang ada di *smartphone* sehingga terjadilah fenomena *phubbing* yang kemudian berpengaruh pada degradasi relasi sosial.

## e. **Jenis-Jenis Media Sosial**

Menurut Nasullah (2015) setidaknya ada enam kategori besar untuk melihat pembagian media sosial, yakni:

### 1. Media Jejaring Sosial (*Social networking*)

Media jejaring sosial merupakan medium yang paling populer. Media ini merupakan sarana yang bias digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut di dunia

virtual. Karakter utama dari situs jejaring sosial adalah setiap pengguna membentuk jaringan pertemanan, baik terhadap pengguna yang sudah diketahuinya dan kemungkinan saling bertemu di dunia nyata (*offline*) maupu membentuk jaringan pertemanan baru. Contoh jejaring sosial yang banyak digunakan adalah facebook, Instagram, dan tiktok.

## 2. Jurnal online (*blog*)

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

## 3. Jurnal online sederhana atau *microblog (micro-blogging)*

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

## 4. Media berbagi (*media sharing*)

Situs berbagi media merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi penggunanya untuk berbagi media, mulai dari dokumen (file), video, audio, gambar, dan sebagainya. Contoh



media ini adalah: *Youtube, Flickr, Photo-bucket*, atau *snafish*.

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

6. Media konten bersama atau wiki.

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

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa media sosial terdiri dari beberapa jenis diantaranya jejaring sosial yang digunakan manusia untuk berinteraksi satu sama lain ataupun jenis media sosial lainnya yang digunakan sebagai penyebaran informasi dan pengetahuan.

#### **f. Fungsi Media Sosial**

Social media memiliki beberapa fungsi menurut Roma (2017) sebagai berikut :

1. *Social media* adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia menggunakan internet dan teknologi web.
2. *Social media* berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak audience (*one to many*) menjadi praktik komunikasi dialogis antar banyak audience (*many to many*).

3. *Social media* mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.

Berdasarkan beberapa fungsi media sosial di atas, maka dapat disimpulkan bahwa media sosial berfungsi sebagai media yang digunakan manusia untuk melakukan interaksi sosial, bertukar informasi dan pengetahuan.

#### **g. Dampak Positif dan Negatif Media Sosial**

##### **1) Dampak Positif**

Berikut ini adalah dampak positif media sosial menurut Fronika (2019).

- a) Menjaga silaturahmi dengan keluarga ataupun saudara yang jauh dan sudah lama tidak bertemu, kemudian lewat media sosial hal itu bisa dilakukan.
- b) Sebagai sumber belajar dan mengajar media sosial memiliki dampak yang sangat besar sekali. Kita dapat *browsing* dan belajar ilmu pengetahuan yang baru disana. Karena internet banyak topik dan sumber ilmu terbaru. Dengan mencari topik di internet anda selangkah lebih maju saat memulai pembelajaran di dalam kelas.
- c) Media penyebaran informasi. Hanya dalam tempo beberapa menit setelah kejadian, kita telah bisa menikmati informasi tersebut.
- d) Memperluas jaringan pertemanan. Dengan menggunakan media sosial kita bisa berkomunikasi dengan siapa saja, bahkan yang belum dikenal sekalipun.
- e) Sebagai sarana untuk mengembangkan keterampilan. Pengguna media sosial dapat belajar bagaimana beradaptasi, bersosialisasi dengan publik.
- f) Media sosial sebagai media komunikasi. Pengguna media sosial dapat berkomunikasi dengan pengguna diseluruh dunia.

- g) Media sosial sebagai media promosi dalam berbisnis. Hal ini memungkinkan para pengusaha kecil dapat mempromosikan produknya tanpa mengeluarkan biaya yang besar.

Berdasarkan penjelasan beberapa dampak positif di atas, maka dapat disimpulkan bahwa media sosial membawa dampak positif diantaranya begitu mudah digunakan (*user friendly*), memiliki jangkauan global, siapapun dapat berbagi informasi lebih cepat secara *real time*, maupun dapat mengukur efektivitas informasi yang dibagi melalui respon yang muncul. Media sosial juga telah menghapus batasan-batasan dalam bersosialisasi. Dalam media sosial tidak ada batasan ruang dan waktu lagi, semua dapat diakses dengan mudah kapan saja dan dimana saja.

## 2) Dampak Negatif

Berikut adalah dampak negatif media sosial menurut Fronika (2019).

- a) Sulit bersosialisasi dengan orang-orang sekitar.  
Disebabkan karena mereka malas belajar berkomunikasi secara nyata. Orang yang aktif dalam media sosial, jika bertemu langsung nyatanya adalah orang yang pendiam dan tidak banyak bergaul.
- b) Media sosial membuat seseorang hanya mementingkan diri sendiri,. Mereka menjadi tidak sadar dengan lingkungan mereka, karena mereka banyak menghabiskan waktu di internet.
- c) Berkurangnya kinerja, karyaan perusahaan, pelajar, mahasiswa yang bermain media sosial pada saat mengerjakan pekerjaannya akan mengurangi waktu kerja dan waktu belajar mereka.
- d) Kejahatan dalam dunia maya. Kejahatan ini dikenal dengan nama *cyber crime*. Kejahatan dunia sangat banyak

macamnya seperti : *hacking, cracking, spamming*, dan lainnya.

- e) Pornografi. Dengan adanya kemampuan penyampaian informasi yang dimiliki internet, pornografi pun merajalela. Terkadang seseorang memposting foto yang seharusnya menjadi privasi sendiri di media sosial. Hal ini sangat berbahaya karena bisa jadi postingan tersebut digunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

Berdasarkan penjelasan beberapa dampak negatif dari media sosial di atas, maka dapat disimpulkan bahwa media membawa dampak negatif diantaranya semakin berkurangnya interaksi sosial di dunia nyata. Individu tidak perlu lagi saling bertemu langsung untuk berkomunikasi sehingga pola hidup sosial yang terjadi di masyarakat akan menjadi semakin tertutup.

## **2. Tinjauan Umum Etika Komunikasi**

### **a. Pengertian Etika**

Etika merupakan norma, pedoman, aturan dan acuan tata cara untuk melakukan perbuatan sehari-hari (Turnip,2021). Tanpa adanya etika, seseorang tidak dapat mengetahui batasan baik buruknya perilaku yang dilakukan. Oleh karena itu, etika sangat dibutuhkan dalam kehidupan bermasyarakat agar setiap tindakan yang dilakukan tidak bernilai buruk dan dipandang kurang baik oleh masyarakat.

Dari segi etimologi (asal kata), istilah etika berasal dari kata Latin *ethicus* yang berarti kebiasaan. Sesuatu dianggap etis atau baik, apabila sesuai dengan kebiasaan masyarakat. Pengertian lain tentang etika ialah sebagai studi atau ilmu yang membicarakan perbuatan atau tingkah laku manusia, mana yang dinilai baik dan mana pula yang dinilai buruk (Mutiah,2019).

Etika juga disebut ilmu normatif, maka dengan sendirinya berisi ketentuan-ketentuan yang dapat digunakan sebagai acuan untuk menilai tingkah laku yang baik atau buruk.

Dalam buku yang berjudul Etika Komunikasi hasil karya Richard L. Johannessen (2008) mengatakan bahwa :

“Etika dinyatakan sebagai bagian umum dan sistematis tentang apa yang seharusnya menjadi prinsip benar dan salah perilaku manusia.”

Pengertian tersebut menunjukkan bahwa etika merupakan hal yang sangat umum, artinya bahwa etika adalah yang mesti diketahui oleh setiap manusia, dalam kehidupan bermasyarakat, namun ketika menjadi prinsip benar dan salah dari perilaku setiap manusia. Oleh karenanya dari individu jelas berbeda, tergantung dari corak kehidupannya. Kehidupan individu antara satu dengan yang lainnya jelas berbeda, tergantung dari corak kehidupan yang melatar belakanginya. Untuk itu kadang-kadang perilaku individu yang satu dengan yang dianggap salah oleh individu yang lain, terkadang pula bahwa etika yang satu dianggap benar oleh individu lain, sehingga terjadi peniruan perilaku dari individu yang satu kepada individu yang lain.

Dalam pengertian lain, Jonathan Crowther (1995) mengemukakan bahwa yang di maksud dengan etika adalah “*Of or Relating to moral principles or questions*”. Sedangkan J. Coulson mengungkapkan etika adalah “*Relating to, treating of, moral or ethics; moral, behaviour*”. Dalam pengertian ini antara moral dan etika hampir disamakan, namun kedudukan etika lebih umum dibandingkan dengan moral. Dalam kata lain bahwa etika dipakai untuk ketentuan khalayak umum sedangkan moral dipakai pada ketentuan ketentuan pribadi (akhlak pribadi).

Secara etimologis, kata “Etika” berasal dari bahasa Yunani “*ethos*”. Kata yang berbentuk tunggal ini berarti “adat atau kebiasaan”. Bentuk jamaknya “*ta etha*” atau “*ta ethe*” artinya adat kebiasaan, sehingga etika merupakan sebuah teori tentang perbuatan manusia, yang ditimbang menurut baik dan buruknya atau sebuah ilmu yang menyelidiki mana yang baik dan mana yang buruk, dengan memperhatikan akal pikiran (Setiyani, 2013).

Dari definisi etika diatas, dapat diketahui bahwa “etika” berhubungan dengan empat hal sebagai berikut:

- a. Dilihat dari segi objek pembahasannya, etika berupaya membahas perbuatan yang dilakukan oleh manusia.
- b. Dilihat dari segi sumbernya, etika bersumber pada akal pikiran atau filsafat. Sebagai hasil pemikiran, maka etika tidak bersifat mutlak, absolute dan tidak pula universal. Ia terbatas, dapat berubah, memiliki kekurangan, kelebihan dan sebagainya. Selain itu, etika juga memanfaatkan berbagai ilmu yang membahas perilaku manusia seperti ilmu antropologi, psikologi, sosiologi, ilmu politik, ilmu ekonomi dan sebagainya.
- c. Dilihat dari segi fungsinya, etika berfungsi sebagai penilai, penentu dan penetap terhadap sesuatu perbuatan yang dilakukan oleh manusia, yaitu apakah perbuatan tersebut akan dinilai baik, buruk, mulia, terhormat, hina dan sebagainya. Dengan demikian etika lebih berperan sebagai konseptor terhadap sejumlah perilaku yang dilaksanakan oleh manusia. Etika lebih mengacu kepada pengkajian sistem nilai-nilai yang ada.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa etika adalah pedoman atau aturan manusia dalam

tingkah laku berinteraksi dengan sesama manusia lainnya dalam sehari-hari.

#### **b. Pengertian Komunikasi**

Komunikasi merupakan keterampilan paling penting dalam hidup kita. Seperti halnya bernafas, banyak orang beranggapan bahwa Komunikasi sebagai sesuatu yang otomatis terjadi, sehingga orang tidak tertantang untuk belajar berkomunikasi secara efektif dan beretika. Hal yang paling penting dalam komunikasi, bukan sekadar pada apa yang dikatakan, tetapi pada karakter kita dan bagaimana kita mentransfer pesan serta menerima pesan (Mutiah,2019).

Secara umum komunikasi adalah proses antara manusia yang satu dengan yang lainnya dalam berhubungan untuk menyampaikan suatu informasi agar dapat dimengerti kedua pihak.. Komunikasi menurut salah satu ahli yaitu oleh Anwar Arifin adalah jenis proses sosial yang erat kaitannya dengan aktivitas manusia serta sarat akan pesan maupun perilaku. Perkembangan teknologi yang sangat pesat membawa dampak perkembangan pula dalam ranah komunikasi. Perkembangan dalam bidang komunikasi berteknologi digital sudah menciptakan aneka macam jenis media komunikasi, terutama pada smartphone yang digunakan pada kehidupan sehari-hari, baik dalam berbisnis atau sekedar menanyakan kabar pada seseorang kerabat dekat dalam kehidupan sosial.

Komunikasi harus dibangun dari diri kita yang paling dalam sebagai fondasi integritas yang kuat. Komunikasi merupakan suatu hal yang amat penting dalam kehidupan manusia. Kita tidak bisa, tidak berkomunikasi. Kita belajar menjadi manusia melalui komunikasi. Komunikasi sudah merupakan kebutuhan

manusia, bahkan kesuksesan seseorang sekarang ini, lebih banyak ditentukan pada kemampuan dia berkomunikasi.

Pengertian tersebut memberikan gambaran bahwa yang dimaksud dengan komunikasi adalah pengiriman atau penerimaan, baik itu pesan maupun berita dari seseorang kepada orang lain dengan tujuan bahwa pesan yang dimaksud dapat dipahami. Dalam hal ini yang dimaksud komunikasi masih dalam konteks komunikasi manusia (orang) bukan termasuk hewan, artinya bahwa komunikasi yang dimaksud di sini hanya mencakup manusia saja, tidak mencakup komunikasi yang terjadi pada hewan. Lain halnya arti komunikasi yang dikemukakan oleh Jonatan Crawther, ia mengungkapkan bahwa "*Communication is the action or proses of communicating*". Dalam pengertian ini mencakup berbagai macam bentuk komunikasi yang terdapat pada manusia atau komunikasi yang terjadi antara hewan.

Selain itu, komunikasi yang di maksud dalam pengertian tersebut, hanya sekitar aksi/perilaku dan proses, belum mencakup apa yang harus di pakai dalam berkomunikasi. Untuk itu James G. Robbin mengungkapkan pengertian komunikasi, yang dipandang dari segi apa yang dipakai dalam berkomunikasi, yakni sebagai berikut:

"Komunikasi adalah suatu tingkah laku, perbuatan atau kegiatan penyampaian atau pengoperan lambang-lambang, yang mengandung arti atau makna. Atau perbuatan penyampaian suatu gagasan atau informasi dari seseorang kepada orang lain. Atau lebih jelasnya, suatu pemindahan atau penyampaian informasi, mengenai pikiran, dan perasaan-perasaan."

Dari pengertian tersebut jelaslah bahwa komunikasi bisa disampaikan dalam bentuk lambang-lambang yang disampaikan



bisa berupa pikiran, gagasan-gagasan, informasi maupun perasaan-perasaan.

Lebih lanjut, Onong Uchjana Efendy dalam bukunya *Dinamika komunikasi* mengungkapkan bahwa “pengertian komunikasi dibagi menjadi tiga yakni pengertian komunikasi secara etimologi yakni berasal dari kata *communis* yang berarti sama, dalam arti kata sama makna yaitu sama makna mengenai suatu hal. Yang kedua pengertian komunikasi secara terminologi yakni proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Sedangkan pengertian komunikasi yang ketiga yakni pengertian komunikasi secara paradigmatis yakni proses penyampaian suatu pernyataan yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain sebagai konsekuensi dari hubungan sosial dan bersifat intensional (mengandung tujuan) misalnya komunikasi melalui surat kabar, radio, televisi atau film. Dan papan pengumuman serta poster”.

Dalam interaksi selalu diperlukan norma-norma atau aturan-aturan yang berfungsi untuk pengendalian atau *social control*. tujuannya untuk menciptakan masyarakat yang tertib. Salah satu bentuk untuk mewujudkan tertibnya masyarakat adalah adanya etika, yakni filsafat yang mengkaji baik-buruknya suatu tindakan yang dilakukan manusia. Komunikasi memiliki beberapa fungsi menurut (Mulyana, 2000: 119), antara lain:

- a. Fungsi sosial. Fungsi ini bertujuan untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, dan memperoleh kebahagiaan. Dalam lingkup dunia pendidikan peserta didik akan berinteraksi dengan sesama peserta didik, dengan pendidik, kepala sekolah, warga sekolah, tokoh masyarakat dan lain-lain;

- b. Fungsi ekspresif. Fungsi ini menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) seseorang. Perasaan tersebut dikomunikasikan terutama melalui pesan non-verbal. Sebagai contoh perasaan sayang, simpati, peduli, rindu, gembira, sedih, takut bisa disampaikan melalui kata-kata, namun terutama melalui perilaku non-verbal. Seorang pendidik yang mengajukan “jempol” kepada muridnya menunjukkan pemberian motivasi dan kebanggaan;
- c. Fungsi ritual. Fungsi ini menegaskan komitmen anggota terhadap nilai-nilai agama, tradisi maupun budaya komunitas. Dalam lingkungan pendidikan misalnya diadakannya upacara wisuda atau pelepasan peserta didik dan mengadakan kegiatan doa bersama menjelang pelaksanaan UN;
- d. Fungsi instrumental. Fungsi ini bertujuan untuk mengajak pendengarnya mempercayai bahwa fakta atau informasi yang disampaikan akurat dan layak untuk diketahui.

Komunikasi melibatkan interaksi antar anggota masyarakat. Dalam interaksi diperlukan norma-norma atau aturan-aturan yang berfungsi untuk pengendalian yang tujuannya adalah untuk tercapainya Ketertiban dalam masyarakat. Salah satu, upaya mewujudkan tertibnya masyarakat adalah adanya etika komunikasi yakni kajian tentang baik buruknya suatu tindakan komunikasi yang dilakukan manusia, suatu pengetahuan rasional yang mengajak manusia agar dapat berkomunikasi dengan baik. Komunikasi menandakan pula adanya interaksi antar -anggota masyarakat, karena komunikasi selalu melibatkan setidaknya dua orang.

**c. Etika Komunikasi**

Etika komunikasi adalah norma, nilai, atau ukuran tingkah laku dalam interaksi. Tata cara pergaulan bermasyarakat yang mengatur manusia untuk saling menghormati, sopan santun, tata krama, berinteraksi dengan sesama makhluk lainnya (Sari, 2019). Maka demikian diperlukan pemahaman tentang etika komunikasi yang baik kepada bertujuan untuk menjaga kepentingan seseorang dengan lawan bicaranya agar merasa senang, tentram, terlindungi tanpa ada pihak yang dirugikan kepentingannya dan perbuatan yang dilakukan sesuai dengan adat kebiasaan yang berlaku serta tidak bertentangan dengan hak asasi manusia secara umum. Tata cara pergaulan, aturan perilaku, adat kebiasaan manusia dalam bermasyarakat dan menentukan nilai baik dan nilai tidak baik.

**d. Fungsi Etika Komunikasi**

Dikutip dari buku Etika Komunikasi dalam Media Sosial: Sering Sebelum Sharing (2019) karya Rahmanita Ginting, dkk, berikut ini beberapa fungsi etika komunikasi:

**a. Berfungsi sebagai landasan moral**

Etika komunikasi membangun landasan moral antarmanusia. Misalnya berkomunikasi dengan bahasa yang baik, berperilaku sopan saat berbicara, dan sebagainya.

**b. Mempermudah proses penyampaian pesan**

Dengan menjalankan etika komunikasi, manusia akan lebih mudah dalam menyampaikan dan menerima pesan. Karena bahasa yang digunakan mudah dimengerti kedua belah pihak.

**c. Sebagai panduan manusia dalam berkomunikasi**

Fungsi lain etika komunikasi ialah sebagai panduan manusia dalam menjalin komunikasi. Panduan ini meliputi

penggunaan bahasa, baik komunikasi lisan maupun tertulis, hingga cara berperilaku.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa etika komunikasi berfungsi sebagai landasan moral manusia, mempermudah proses penyampaian pesan serta sebagai panduan manusia dalam berkomunikasi dengan manusia lainnya.

#### **e. Standar Etika Komunikasi**

Perangkat-perangkat kriteria etika yang secara khusus telah disarankan guna meningkatkan komunikasi etis dalam kelompok. Maksud dari perangkat-perangkat ini adalah kriteria etika yang biasa dan standar dalam etika komunikasi. Empat tugas keetikaan yaitu Keteguhan hati, keterbukaan, kelemah lembut, dan keharuan, dimodifikasi oleh Cheney dan Tompkins (1990) untuk diterapkan dalam konteks komunikasi kelompok antara lain:

1. Kehati-hatian, Komunikator dalam kelompok seharusnya menggunakan kemampuan persuasifnya sendiri untuk menilai secara menyeluruh pesan-pesan yang jelas dan yang tersembunyi dari organisasi tersebut dan harus menghindari penerimaan atas pandangan konvensional secara otomatis dan tanpa berpikir.
2. Mudah untuk dicapai, Komunikator harus terbuka terhadap kemungkinan diubahnya pesan dari orang lain dari orang yang dibujuk. Keyakinan yang kita pegang secara dogmatis atau pandangan berfokus sempit yang membutuhkan kita terhadap informasi yang berguna, pandangan yang berbeda tentang suatu masalah, atau penyelesaian alternatif, perlu diseimbangkan atau dikurangi.
3. Tanpa kekerasan, penipuan ,terang-terangan atau pun tidak, terhadap orang lain berdasarkan etika tidak diinginkan. Apa bentuk-bentuk penipuan yang tersembunyi yang

mungkin terjadi dalam konteks kelompok? anggota juga harus menghindari penggunaan sudut pandang persuasif yang menganjurkan suatu sikap yang masuk akal.

4. Empati, Komunikator empatis benar-benar mendengarkan argumen, opini, nilai dan asumsi orang lain, terbuka terhadap perbedaan pendapat, mengesampingkan cetusan stereotip berdasarkan julukan atau isyarat non verbal, dan menghargai hak semua orang sebagai person untuk memegang pandangan yang berbeda. Dalam latar kelompok Empati melibatkan keseimbangan kepentingan individu dan kepentingan kelompok.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa etika dalam berkomunikasi memiliki standar diantaranya harus memiliki kehati-hatian dalam berbicara, mudah diterima oleh lawan bicara, menggunakan kata-kata yang baik serta memiliki empati.

#### **f. Etika Komunikasi yang Dapat Diterapkan Dalam Kehidupan Sehari-hari**

Beberapa etika berkomunikasi antar manusia yang dapat kita terapkan dalam kehidupan sehari-hari menurut (Sari,2019) antara lain:

##### **1. Menjaga Ucapan**

Seorang manusia itu yang dipegang adalah kata-katanya, tidak boleh berbicara bohong serta melontarkan ucapan-ucapan kotor. Ajaran Islam amat sangat serius memperhatikan soal menjaga lisan. Berhati-hati dalam berbicara yaitu memikirkan terlebih dahulu sebelum mengeluarkan kata-kata. Karena setiap perkataan itu akan dimintai pertanggungjawabannya kelak diakhirat. Seperti halnya dengan berdiskusi di dalam kelas atau berbincang

santai hendaknya mengatur nada bicara dan tetap tenang. Ketika terdapat perbedaan pendapat dan menghindari ucapan yang dapat menyinggung perasaan orang lain.

Menggunakan bahasa yang baik, ramah dan sopan untuk menjaga perasaan orang lain agar tidak tersinggung atau dirugikan oleh sikap dan tingkah laku seseorang. Di dalam masyarakat Indonesia sendiri ada etika, adab, dan sopan santun dalam berbicara yang telah mereka sepakati dari dulunya, itulah menjadi norma yang berlaku. Karena mudharatnya lebih besar daripada manfaatnya, sehingga alangkah lebih baik jika seseorang berkata-kata dengan bahasa yang baik serta dengan adab yang baik sesuai.

## 2. Sopan Santun

Bertingkah laku yang baik dan ramah terhadap lawan bicara. Ada beberapa hal sopan santun yang diperhatikan dalam berkomunikasi. Misal, Menyapa lawan bicara dengan sopan dan tidak berlebihan dan dibuat-buat. Menggunakan panggilan/sebutan orang yang baik serta memperhatikan volume, nada, intonasi suara serta kecepatan bicara. Bicara dengan suara yang stabil, tidak terlalu pelan dan tidak terlalu cepat sehingga dapat dimengerti dan dipahami oleh lawan bicara. Bertingkah laku yang baik muncul karena kesadaran diri. Dengan tingkah laku yang baik, komunikasi menjadi kondusif. prilaku yang baik mengandung kebaikan kehidupan dunia dan akhirat bagi individu, keluarga, dan masyarakat. Ketika berkomunikasi diharapkan dapat bersikap serta berperilaku. Berpikir tentang apa yang akan dilakukan dan diucapkan. Selalu sopan dalam berbicara dan bertindak, mengetahui bagaimana caranya membawa diri saat berbicara kepada orang lain dan waktu dimana harus

bersikap serius dan waktu untuk bermain-main, Sikap seperti ini sangat penting karena banyak orang yang saat serius malah bermain-main atau sebaliknya. Berpakailah yang rapi dan bersih dan tidak berbau, gunakanlah pakaian yang pantas dan sesuai keadaan dan harus yang menutup aurat agar lawan bicara merasa nyaman. Karena apabila kita menggunakan pakaian yang tak pantas atau berbau akan membuat lawan bicara tidak merasa nyaman dan merasa terganggu sehingga tidak tertarik dengan pembicaraan kita.

### 3. Efektif dan Efisien

Komunikasi dilakukan dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. Komunikasi merupakan perwujudan dari ekspresi manusia tentang apa yang dipikirkan dan dirasakannya baik dalam bentuk verbal maupun non verbal. Komunikator dan komunikan harus berbicara dengan sopan santun yang tidak melukai perasaan satu sama lainnya yaitu secara lemah lembut, jujur, sesuai fakta dan di waktu dan ruang yang tepat. Ketika konsep ini digunakan oleh kedua pihak, maka penghargaan dan menghargai dari kedua pihak akan tampak dan efeknya akan melahirkan komunikasi yang efisien dan efektif. Menggunakan bahasa yang sopan dan dapat dipahami oleh lawan bicara serta dapat menyesuaikan gaya bahasa dan lingkungan. Contoh, ketika berbicara kepada dosen kita akan menggunakan kata-kata yang lebih formal dan sopan dalam penyampaian, namun berbeda ketika kita berkomunikasi kepada teman sejawat dapat menggunakan bahasa yang lebih santai. Dengan demikian kita mampu menempatkan diri dan menyesuaikan gaya komunikasi sesuai dengan karakteristik lawan bicara semestinya. Menggunakan komunikasi non-verbal yang baik sesuai budaya yang berlaku seperti berjabat tangan, merunduk,

hormat, cium pipi kanan-cium pipi kiri. Memberikan ekspresi wajah, gerakan tubuh yang ramah dan sopan.

#### 4. Saling Menghargai

Menatap mata lawan bicara dengan lembut. Melihat lawan bicara adalah hal yang sangat penting yang harus dilakukan saat memulai pembicaraan. Hal ini menunjukkan kesan pertama yang baik kepada lawan bicara, yaitu adanya ketertarikan kita kepada lawan bicara. Jangan melihat ke arah lain atau fokus pada kegiatan lainnya yang dapat mengganggu lawan bicara karena merasa tidak diperhatikan atau seolah-olah tidak dihargai dalam pembicaraan tersebut. Yang paling baik adalah menatap mata lawan bicara. Jika kesulitan menatap langsung mata lawan bicara, kita bisa melihat ke arah garis tengah antara kedua matanya (sejajar dengan hidung). Mendengarkan juga salah satu bagian dari komunikasi. Mendengarkan dan tidak memotong pembicaraan lawan bicara pada saat komunikasi berlangsung. Tunjukkan antusias dan ketertarikan pada lawan bicara dengan mengajukan pertanyaan.

Ketika kita yang menjadi pembicara berikan kesempatan lawan bicara untuk mengajukan pertanyaan. Namun ketika pembicaraan dipotong oleh lawan bicara maka jangan mudah terpancing emosi oleh lawan bicara. Mendengarkan adalah hal yang sangat penting dalam komunikasi. Dengan menjadi pendengar yang baik, maka komunikasi akan berjalan efektif tidak akan. Karena apabila kita tidak mendengarkan dan memperhatikan dengan baik apa yang dibicarakan orang lain akan membuat komunikasi jadi terhambat. Saling menghargai dengan berlapang dada menerima kritikan dan saran dari lawan bicara. Tidak egois,



bersifat lapang dada ketika di nilai oleh orang lain untuk kemajuan diri dan untuk kebesaran jiwa, kritik yang sangat bermanfaat baginya.

Dengan demikian, hubungan yang terjalin dengan lawan bicara pun akan terus terjalin dengan baik. Tidak mudah tersulut emosi apabila dalam berkomunikasi terdapat kesalahpahaman yang terjadi karena berbagai hal, misalkan adanya gangguan dari luar, salah memahami makna, atau tidak fokus dalam menyimak pesan yang disampaikan. Ketika bertemu dengan orang, coba untuk menyapa seperti, tersenyum dan membuka pembicaraan untuk mecairkan suasana. Sehingga menciptakan rasa kedekatan dan kebersamaan. Dalam berinteraksi dengan orang lain. Kita harus mampu memahami dan mengetahui keadaan mereka. Misal apakah lawan bicara kita dalam keadaan sibuk dengan aktifitas pekerjaannya, tidak ingin berkomunikasi karena ada sesuatu hal, seperti contoh seseorang dalam keadaan tidak ingin diganggu karena lagi dalam masalah. Atau ketika mengobrol dan menjenguk kerabat sedang sakit yang membutuhkan istirahat yang banyak.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa etika komunikasi yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari diantaranya menjaga ucapan, saling menghargai, komunikasi yang efektif dan efisien serta sopan santun.

## **B. Penelitian yang Relevan**

Peneliti dalam menyusun skripsi ini menggunakan acuan penelitian yang relevan, dalam hal ini peneliti mengangkat penelitian tentang Pengaruh Media Sosial Terhadap Etika Komunikasi Peserta Didik Di SMP Negeri 1 Seputih Banyak. Berikut beberapa penelitian yang relevan:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Setiadi pada tahun 2016 dengan judul penelitian “Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi”. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil dari penelitian tersebut adalah Fenomena kehadiran media sosial sebagai dampak perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memang luar biasa. Dengan berbagai layanan yang dapat digunakan, media sosial telah mengubah cara kita berkomunikasi di masyarakat. Kehadiran media sosial bahkan berdampak pada cara kita berkomunikasi di segala bidang, seperti komunikasi pemasaran, komunikasi politik, dan komunikasi dalam sistem pembelajaran. Tentu menarik untuk dikaji apakah kehadiran media sosial hanya membawa dampak perubahan sarana komunikasi konvensional menjadi modern dan serba digital, atau juga menyebabkan komunikasi menjadi lebih efektif.
2. Penelitian yang dilakukan oleh A. Rafiq pada tahun 2019 dengan judul penelitian “Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat”. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif. Hasil dari penelitian tersebut adalah media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi *blog*, jejaring sosial, *wiki*, forum dan dunia virtual. *Blog*, jejaring sosial dan *wiki* merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Dampak positif dari media sosial adalah memudahkan para penggunanya untuk berinteraksi dengan banyak orang, memperluas pergaulan, jarak dan waktu penyebaran bukan lagi masalah, lebih mudah dalam mengekspresikan diri, informasi dapat berlangsung secara cepat, biaya lebih murah. Sedangkan dampak negatif dari medsos adalah menjauhkan orang-orang yang sudah dekat dan

sebaliknya, interaksi secara tatap muka cenderung menurun, membuat orang-orang menjadi kecanduan terhadap internet, menimbulkan konflik, masalah privasi, rentan terhadap pengaruh buruk orang lain.

Adanya medsos telah mempengaruhi kehidupan sosial dalam masyarakat. Perubahan-perubahan dalam hubungan sosial (*social relationships*) atau sebagai perubahan terhadap keseimbangan (*equilibrium*) hubungan sosial dan segala bentuk perubahan perubahan pada lembaga lembaga kemasyarakatan didalam suatu masyarakat, yang mempengaruhi sistem sosialnya, termasuk didalamnya nilai-nilai, sikap dan pola perilaku diantara kelompok-kelompok dalam masyarakat. Perubahan sosial positif seperti kemudahan memperoleh dan menyampaikan informasi, memperoleh keuntungan secara sosial dan ekonomi. Sedangkan perubahan sosial yang cenderung negatif seperti munculnya kelompok-kelompok sosial yang mengatasnamakan agama, suku dan pola perilaku tertentu yang terkadang menyimpang dari norma-norma yang ada.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Wilga Secsio Ratsja Putri, R. Nunung Nurwati, dan Meilanny Budiarti S. pada tahun 2016 dengan judul penelitian “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja”. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut adalah kalangan remaja yang menjadi hiperaktif di media sosial ini juga sering memposting kegiatan sehari-hari mereka yang seakan menggambarkan gaya hidup mereka yang mencoba mengikuti perkembangan jaman, sehingga mereka dianggap lebih populer di lingkungannya. Namun apa yang mereka posting di media sosial tidak selalu menggambarkan keadaan social life mereka yang sebenarnya. Ketika para remaja tersebut memposting sisi hidupnya yang penuh kesenangan, tidak jarang kenyataannya dalam hidupnya mereka merasa kesepian. Manusia sebagai aktor yang

kreatif mampu menciptakan berbagai hal, salah satunya adalah ruang interaksi dunia maya.

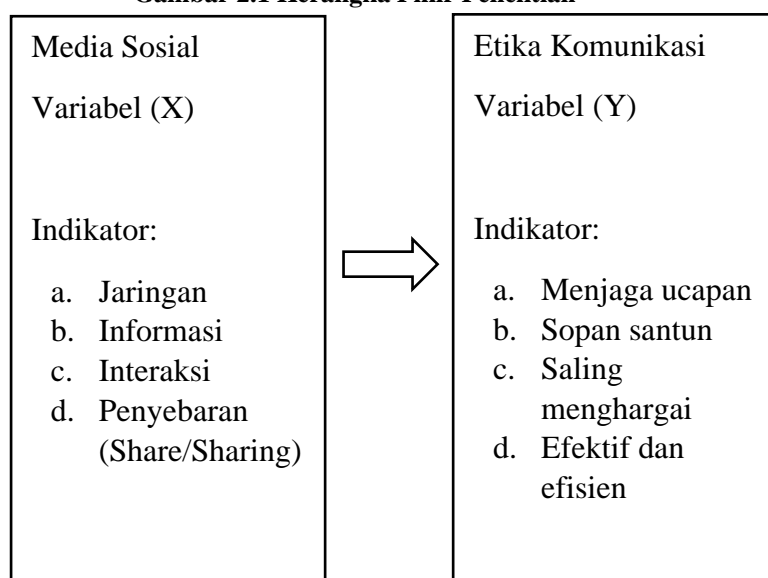
4. Penelitian yang dilakukan oleh Astari Clara Sari, Rini Hartina, Reski Awalia, Hana Irianti, dan Nurul Ainun pada tahun 2018 dengan judul penelitian “Komunikasi dan Media Sosial”. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif. Hasil dari penelitian tersebut adalah kehadiran media sosial sebagai dampak dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memang luar biasa. Dengan berbagai layanan yang dapat digunakan, media sosial telah merubah cara berkomunikasi dalam masyarakat. Kehadiran media sosial bahkan membawa dampak dalam cara berkomunikasi di segala bidang, kehadiran media sosial tersebut ternyata membawa dampak perubahan cara berkomunikasi dari konvensional menjadi modern dan serba digital, namun juga menyebabkan komunikasi yang berlangsung menjadi lebih efektif. Dengan adanya media sosial, komunikasi menjadi lebih mudah dan cepat serta lebih transparan dalam menyampaikan informasi.

### **C. Kerangka Berpikir**

Penelitian ini akan dikaji bagaimana pengaruh media sosial terhadap etika komunikasi peserta didik di SMP Negeri 1 Seputih Banyak. Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijelaskan sebelumnya bahwasanya terdapat banyaknya peserta didik yang tidak menggunakan etika yang baik dan benar saat berkomunikasi dengan guru, peserta didik yang kurang tepat dalam menggunakan intonasi atau nada bicara saat berkomunikasi dengan guru, peserta didik yang menggunakan kata-kata kasar saat berkomunikasi dengan teman sebaya, peserta didik yang melakukan perundungan seperti mengolok-olok teman sebaya, sehingga terjadi adanya kurangnya pemahaman peserta didik di SMP Negeri 1 Seputih Banyak mengenai etika komunikasi.

Pada era globalisasi saat ini, media sosial telah banyak merubah dunia. Merubah banyak pemikiran dan teori yang dimiliki. Tingkatan atau level komunikasi melebur dalam satu wadah yang disebut jejaring sosial/media sosial. Konsekuensi yang muncul pun juga wajib diwaspadai, dalam arti media sosial semakin membuka kesempatan tiap individu yang terlibat di dalamnya untuk bebas mengeluarkan pendapatnya. Akan tetapi kendali diri harusnya juga dimiliki, agar kebebasan yang dimiliki juga tidak melanggar batasan dan tidak menyinggung pihak lain. Berdasarkan uraian di atas, maka kerangka pikir penelitian ini adalah sebagai berikut.

**Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian**



#### **D. Hipotesis**

Berdasarkan latar belakang, tinjauan pustaka, dan kerangka berpikir dari permasalahan di atas, maka dapat ditentukan hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- $H_0$ : Tidak adanya pengaruh media sosial terhadap etika komunikasi peserta didik di SMP Negeri 1 Seputih Banyak.
- $H_i$ : Adanya pengaruh media sosial terhadap etika komunikasi peserta didik di SMP Negeri 1 Seputih Banyak.

### **III. METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, yang dikemukakan oleh Sugiyono (2011) yaitu: “Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Adapun tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat sebuah deskripsi, gambaran atau sebuah lukisan secara sistematis, faktual yang akurat mengenai fakta- fakta atau sifat yang berhubungan dengan fenomena yang diselidiki. Sebagaimana penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Media Sosial Terhadap Etika Komunikasi Peserta Didik SMP Negeri 1 Seputih Banyak.

#### **B. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Menurut Sugiyono (2017) pengertian populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh peserta didik SMP Negeri 1 Seputih Banyak Tahun Ajaran 2021/2022.

**Tabel 3.1 Populasi Penelitian**

No	KELAS	JUMLAH SISWA
1	Kelas VII	263
2	Kelas VIII	242
3	Kelas IX	239
<b>TOTAL</b>		744

(Sumber Data: Daftar Hadir Peserta Didik SMP Negeri 1 Seputih Banyak)

Berdasarkan dari Tabel 3.1, dapat diketahui bahwa populasi dalam penelitian ini adalah seluruh peserta didik di SMP Negeri 1 Seputih Banyak dengan jumlah 744 peserta didik, yang terdiri atas: 1) Kelas VII terdapat VII A sampai VII H, 2) Kelas VIII terdapat VIII A sampai VIII H, serta 3) Kelas IX terdapat IX A sampai IX H.

## 2. Sampel

Sugiyono (2008), mendefinisikan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Selanjutnya menurut arikunto (2006), mengatakan bahwa sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Apabila subjek kurang dari 100 lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi, selanjutnya jika jumlah subjeknya lebih dari 100 dapat diambil antara 10% - 15 % atau 20% - 25% atau lebih (Arikunto,2019).

Dalam penelitian in, populasi terdiri dari beberapa strata yaitu kelas VII, VIII dan IX. maka dalam penelitian ini penarikan sampel menggunakan teknik *random sampling* (Sukardi, 2008). Semua kelas ini mendapatkan perlakuan yang sama dan tidak terdapat kelas unggulan. Untuk mewakili dari setiap strata maka sampel penelitian ini berjumlah 88 peserta didik yang terdiri dari 3 jenjang kelas yaitu kelas VII, VIII dan IX.

Mengacu pada penjelasan diatas, maka penelitian ini sampel yang diambil adalah 10% dari jumlah populasi yang ada serta dihitung dengan menggunakan rumus taro yamane sebagai berikut:

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

Keterangan :

$n$  : Jumlah Sampel

$N$  : Jumlah Populasi

$d^2$  : presisi atau batas toleransi kesalahan pengambilan sampel (ditetapkan 10%)

$$n = \frac{744}{744 \times 0,1^2 + 1}$$

$$n = \frac{744}{744 \times 0,01 + 1}$$

$$n = \frac{744}{7,44 + 1}$$

$$n = \frac{744}{8,44} = 88,15 = 88$$

(Riduan Dakdon, 2009)

Dari perhitungan diatas didapatkan jumlah sampel sebanyak 88 responden. Kemudian ditentukan jumlah masing-masing sampel menurut jumlah peserta didik di setiap tingkatan kelas yaitu kelas VII, VIII, IX secara *random sampling* dengan rumus sebagai berikut:

$$ni \frac{Ni}{N} . n$$

Keterangan

$ni$  : Jumlah sampel menurut tingkatan kelas

$n$  : Jumlah sampel keseluruhan



Ni: Jumlah populasi menurut tingkatan kelas

N : Jumlah populasi keseluruhan

Berdasarkan rumus diatas, maka dapat diperoleh jumlah sampel menurut masing-masing tingkatan sebagai berikut:

**Tabel 3.2 Jumlah Sampel Penelitian**

No.	Kelas	Jumlah Peserta Didik	Sampel
1.	VII	$\frac{263 \times 88}{744}$	31
2.	VIII	$\frac{242 \times 88}{744}$	28
3.	IX	$\frac{239 \times 88}{744}$	29
<b>Jumlah</b>		744	88

(Sumber Data: Data yang Telah Diolah Oleh Penulis)

### C. Variabel Penelitian

Sugiyono (2017) berpendapat bahwa Variabel Penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, sebuah objek, atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh seorang peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Variabel yang digunakan adalah Variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).

#### 1. Variabel Bebas (diberi simbol X)

Sugiyono (2017) berpendapat Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pengaruh Media Sosial (X).

#### 2. Variabel Terikat (diberi simbol Y)

Menurut Sugiyono (2017) variabel terikat adalah sebuah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi sebuah akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini Etika Komunikasi (Y).

## **D. Definisi Operasional dan Konseptual**

### **1. Definisi Konseptual**

Definisi konseptual variabel digunakan guna menegaskan tentang masalah yang akan diteliti. Definisi konseptual merupakan penegasan serta penjelasan suatu konsep dengan menggunakan konsep atau kata-kata kembali, yang tidak diharuskan untuk menunjukkan dimensi pengukuran tanpa menunjukkan deskripsi, indikator, dan tentang bagaimana cara mengukurnya. Beberapa aspek yang perlu di konsepskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### a) Media Sosial

Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual.

#### b) Etika Komunikasi

Etika komunikasi merupakan norma, nilai, atau ukuran tingkah laku dalam interaksi. Tata cara pergaulan bermasyarakat yang mengatur manusia untuk saling menghormati, sopan santun, tata krama, berinteraksi dengan sesama makhluk lainnya.

### **2. Definisi Operasional**

Untuk dapat memahami objek permasalahan yang ada di dalam penelitian ini secara jelas, maka diperlukan variabel operasional. Menurut Suryabrata (2012) menyatakan bahwa, “definisi operasional merupakan definisi yang didasarkan atas sifat-sifat hal yang didefinisikan dan dapat diamati”. Berdasarkan pendapat ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa definisi operasional merupakan variabel yang dapat diamati melalui pengoperasionalan variabel menggunakan proses pengukuran yang tepat.

#### b) Media Sosial

Media sosial mempunyai batasan dan ciri khusus bila dibandingkan dengan media-media lainnya. Media sosial

beranjak dari pemahaman bagaimana media sosial digunakan sebagai sarana sosial di dunia virtual. Karakteristik media sosial ini dipandang perlu untuk melihat perbedaan dengan media lainnya, yang bisa dipergunakan baik dibidang jurnalisme, hubungan masyarakat, pemasaran dan politik. Peran masyarakat semakin terbuka lebar dalam mengeluarkan pendapatnya di media sosial aliran komunikasi yang dihasilkan bukan lagi berbentuk linier namun dipegang teguh oleh penggunanya. Indikator yang ada pada Media Sosial yaitu:

- 1) Jaringan
- 2) Informasi
- 3) Interaksi
- 4) Penyebaran (Share/Sharing)

#### c) Etika Komunikasi

Pemahaman tentang etika komunikasi yang baik kepada bertujuan untuk menjaga kepentingan seseorang dengan lawan bicaranya agar merasa senang, tenang, terlindungi tanpa ada pihak yang dirugikan kepentingannya dan perbuatan yang dilakukan sesuai dengan adat kebiasaan yang berlaku serta tidak bertentangan dengan hak asasi manusia secara umum. Tata cara pergaulan, aturan perilaku, adat kebiasaan manusia dalam bermasyarakat dan menentukan nilai baik dan nilai tidak baik. Indikator yang ada pada etika komunikasi yaitu:

- 1) Menjaga Ucapan
- 2) Sopan santun
- 3) Saling menghargai
- 4) Efektif dan efisien

### **E. Rencana Pengukuran Variabel**

Rencana pengukuran pada variabel dalam penelitian ini menggunakan butir-butir soal yang berisikan pertanyaan tentang pengaruh Media Sosial

terhadap Etika Komunikasi peserta didik di SMP Negeri 1 Seputih Banyak. Di dalam penelitian ini variabel (X) yang akan diukur adalah Pengaruh Media Sosial dan variabel (Y) adalah Etika Komunikasi Peserta Didik. Dalam mengukur variabel ini menggunakan alat ukur berupa angket yang berisi item. Angket yang disebar dan diberikan kepada responden bersifat tertutup. Setiap soal yang diberikan memiliki jawaban a, b, c dan d sehingga responden tinggal memilih jawaban yang tersedia.

Skala angket yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah skala angket *likert*. Skala angket *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok mengenai fenomena. Instrumen yang akan digunakan dalam skala *likert* dapat dibuat dalam bentuk *checklist* maupun pilihan ganda. Untuk melakukan kuantifikasi maka skala tersebut kemudian diberi angka-angka sebagai simbol agar dapat dilakukan perhitungan. Rencana pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan kategori sebagai berikut:

1. Berpengaruh

Media Sosial dinyatakan berpengaruh terhadap Etika Komunikasi Peserta didik apabila peserta didik memiliki kemampuan etika komunikasi dengan baik.

2. Cukup Berpengaruh

Media Sosial dinyatakan cukup berpengaruh terhadap Etika Komunikasi Peserta didik apabila peserta didik memiliki kemampuan etika komunikasi dengan baik namun belum sepenuhnya.

3. Tidak Berpengaruh

Media Sosial dinyatakan kurang berpengaruh terhadap Etika Komunikasi Peserta didik apabila peserta didik tidak memiliki kemampuan etika komunikasi dengan baik.

## **F. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian adalah alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan informasi kuantitatif tentang variasi karakteristik variabel secara objektif.

Instrumen penelitian juga merupakan alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data (Hamni, 2016). Berdasarkan pendapat tersebut maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian merupakan alat bantu yang dapat digunakan oleh peneliti untuk membantu mengumpulkan dan mengukur informasi kuantitatif tentang variabel yang sedang diteliti.

Adapun instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1. Angket**

Angket adalah pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadi atau hal-hal yang ia ketahui (Arikunto, 2006). Peneliti menggunakan angket tertutup berisi pertanyaan-pertanyaan yang jawabannya sudah disediakan, sehingga responden tinggal memilih jawaban yang mereka inginkan.

### **2. Wawancara**

Penelitian ini menggunakan lembar pertanyaan wawancara yang disusun dalam bentuk format khusus dengan aspek-aspek penilaian yang dikembangkan dari indikator. Penilaiannya dilakukan oleh peneliti secara langsung menggunakan bantuan lembar kisi-kisi dengan tujuan untuk melihat pengaruh media sosial terhadap etika komunikasi peserta didik di SMP Negeri 1 Seputih Banyak.

## **G. Teknik Pengumpulan Data**

Guna memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka digunakan teknik pengumpulan data. Dengan tujuan untuk mendapatkan data yang lengkap dan valid yang nantinya akan menunjang keberhasilan dalam penelitian ini. Maka diterapkan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

## 1. Teknik Pokok

### Angket

Angket adalah daftar pertanyaan tertulis yang terdiri dari item-item pertanyaan yang berkaitan dengan penelitian dan akan dijawab oleh responden. Dimana responden dalam penelitian ini adalah peserta didik di SMP Negeri 1 Seputih Banyak. Angket yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup dengan item-item pertanyaan yang disertai alternatif jawaban, sehingga membantu responden untuk menjawab dengan cepat, dan juga memudahkan bagi penulis dalam melakukan analisis data terhadap seluruh angket yang telah terkumpul. Penelitian ini menggunakan angket yang bersifat tertutup dengan model *skala likert* dalam bentuk *checklist*, dan telah ditentukan bahwa responden akan menjawab pertanyaan dari empat alternatif, yaitu: (a), (b), dan (c), yang setiap jawaban diberikan bobot nilai yang berbeda. Variasi nilai atau skor dari masing-masing jawaban dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Untuk alternatif jawaban setuju diberi nilai atau skor tiga (3).
- b. Untuk alternatif jawaban kurang setuju diberi nilai atau skor dua (2).
- c. Untuk alternatif jawaban tidak setuju diberi nilai atau skor satu (1).

## 2. Teknik Pendukung

### Wawancara

Wawancara telah dilakukan oleh penulis dalam rangka melakukan studi pendahuluan untuk menemukan letak permasalahan yang harus diteliti. Wawancara berstruktur dengan menggunakan pedoman wawancara telah dilakukan kepada guru PPKn dan guru Bimbingan Konseling secara langsung (dengan tatap muka). Akan tetapi, tidak menutup kemungkinan jika penulis akan melakukan

wawancara kembali untuk mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Jika wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara terpimpin, dimana pihak yang mewawancarai yaitu peneliti sudah mempersiapkan dan memiliki daftar pertanyaan secara rinci dan detail mengenai topik yang akan ditanyakan kepada narasumber. Adapun tujuan wawancara ini dilakukan untuk melengkapi dan memperkuat data penelitian yang belum lengkap. Pertanyaan yang diajukan oleh peneliti tentu saja berkaitan dengan permasalahan yang diteliti dan untuk melihat bagaimana pengaruh media sosial terhadap etika komunikasi peserta didik di SMP Negeri 1 Seputih Banyak.

## H. Uji Validitas dan Reliabilitas

### 1. Uji Validitas

Menurut Arikunto.S (2010) bahwa “Sebuah instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan”. Maka dapat diketahui bahwa, uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas dilakukan pada masing-masing variabel penelitian. Cara mengukur variabel konstruk yaitu mencari korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total menggunakan rumus teknik korelasi *pearson product moment*, sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{N\sum x^2 - (\sum x)^2}[\sum y^2 - (\sum y)^2]}$$

(Sumber: Sujarweni (2012))

Keterangan :

$r_{xy}$  = Koefesien korelasi pearson validitas

x = Skor tanggapan responden atas setiap pertanyaan

y = Skor tanggapan responden atas seluruh pertanyaan

$n$  = Banyaknya jumlah/subyek

Setelah mengetahui hasil dari rumus *pearson product moment*, kemudian peneliti juga melakukan pengujian kembali angket menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05 dengan kriteria pengambilan keputusan yaitu jika  $r$  hitung  $\geq r$  tabel maka instrumen dinyatakan valid. Untuk memudahkan uji validitas dalam penelitian ini maka dilakukan dengan menggunakan bantuan program *Statistical Product and Service Solution (SPSS)* versi 25.

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument itu sudah baik (Suharsimi Arikunto, 2010: 178). Untuk menentukan reliabilitas angket digunakan rumus. Uji reliabilitas dilakukan pada masing-masing variabel penelitian. Cara mencari besaran angka reliabilitas dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* dengan bantuan SPSS versi 25. Menurut Sekaran dalam Wibowo (2012) kriteria penilaian uji reliabilitas jika reliabilitas kurang dari 0.6 adalah kurang baik, sedangkan 0.7 dapat diterima dan diatas 0.8 adalah baik. Beberapa peneliti berpengalaman merekomendasikan dengan cara membandingkan nilai dengan tabel kriteria indeks koefisien pada tabel:

**Tabel 3.3 Indeks Koefisien Reliabilitas**

Nilai Interval	Kriteria
<0,20	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Cukup
0,60 – 0,799	Tinggi
0,80 – 1,00	Sangat Tinggi

(Sumber: Wibowo (2012))



Selain itu nilai reliabilitas dapat dicari dengan membandingkan nilai *cronbach's alpha* pada perhitungan SPSS dengan nilai *r* tabel menggunakan uji satu sisi pada taraf signifikansi 0,05 (SPSS secara default menggunakan nilai ini) dan  $df = N - k$ ,  $df = N - 2$ , *N* adalah banyaknya sampel dan *k* adalah jumlah variabel yang diteliti, kriteria reliabilitasnya yaitu (Wibowo, 2012:52)

- a. Jika  $r_{hitung} (r_{alpha}) > r_{tabel}$  maka butir pertanyaan/pernyataan tersebut reliabel.
- b. Jika  $r_{hitung} (r_{alpha}) < r_{tabel}$  maka butir pertanyaan/pernyataan tersebut tidak reliabel.

## I. Teknik Analisis Data

Analisis data bertujuan untuk menyederhanakan ke dalam bentuk yang lebih mudah dipahami dan diinterpretasikan. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data kuantitatif yaitu menguraikan kata-kata dalam kalimat serta angka secara sistematis yang dilakukan setelah semua data terkumpul, yaitu dengan mengidentifikasi data selanjutnya mengolah data tersebut. Adapun dalam penggolongan data tersebut menggunakan rumus interval, yakni:

### 1. Analisis Distribusi Frekuensi

Analisis distribusi frekuensi dilakukan terhadap hasil pengambilan data dari angket (Pengaruh Media Sosial) dan angket (Etika Komunikasi). Analisis distribusi frekuensi dilakukan untuk mengetahui klasifikasi beserta persentase tingkat Media Sosial dan tingkat Etika Komunikasi. Analisis distribusi frekuensi menggunakan rumus interval yang dikemukakan oleh Hadi (1986) dengan persamaan berikut:

$$I = \frac{NT - NR}{K}$$

Keterangan:

I = Interval

NT = Nilai tertinggi

NR = Nilai terendah

K = Kategori

Selanjutnya untuk mengetahui tingkat presentase digunakan rumus presentase sebagai berikut:

$$I = \frac{NT - NR}{K}$$

Keterangan:

P = Besarnya persentase

F = Jumlah skor yang diperoleh diseluruh item

N = Jumlah perkalian seluruh item dengan responden

Selanjutnya untuk mengetahui banyaknya presentase yang diperoleh maka digunakan dengan kriteria yang ditafsirkan sebagai berikut:

76% - 100 % = Baik

56% - 75% = Cukup

40% - 55% = Kurang baik

0% - 39% = Tidak baik

(Suharsimi Arikunto, 2010: 196).

## 2. Uji Prasyarat Analisis

Uji prasyarat analisis ini dilakukan karena analisisnya menggunakan statistik parametris, maka harus dilakukan pengujian persyaratan analisis terhadap asumsi dasar seperti normalitas dan linieritas untuk uji korelasi dan regresi. Pada penelitian ini menggunakan uji prasyarat

normalitas dan linieritas karena analisis akhir dari penelitian ini adalah analisis korelasi dan analisis regresi linier sederhana.

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah data penelitian yang digunakan terdistribusi dengan normal. Uji normalitas dilakukan menggunakan SPSS 25 untuk memperoleh koefisien signifikansinya. Uji yang digunakan adalah uji *Kolmogorov Smirnov*. Berikut rumus uji *Kolmogorov smirnov*:

$$D = |F_s(x) - F_t(x)|_{max}$$

Keterangan

$F_s(x)$  = Distribusi frekuensi kumulatif sampel

$F_t(x)$  = Distribusi frekuensi kumulatif teoritis

Dasar pengambilan keputusan hasil uji normalitas adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05, maka data penelitian berdistribusi normal.
- b. Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05, maka data penelitian tidak berdistribusi normal.

#### b. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah Media Sosial (variabel X) dan Etika Komunikasi (variabel Y) memiliki hubungan yang linear secara signifikan atau tidak. Uji linearitas dilakukan menggunakan SPSS 25 untuk memperoleh koefisien signifikansinya. Uji yang digunakan adalah uji F dengan rumus sebagai berikut:

$$F_{reg} = \frac{RK_{reg}}{RK_{res}}$$

Keterangan :

$F_{reg}$  = Harga bilangan F untuk garis regresi

$RK_{reg}$  = Rerata kuadrat garis regresi

$RK_{res}$  = Rerata kuadran residu

(Sutrisno Hadi, 2014)

Dasar pengambilan keputusan hasil uji linearitas adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai Sig. > 0,05, maka ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel X dan variabel Y.
- b. Jika nilai Sig. < 0,05, maka tidak ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel X dan variabel Y.

### 3. Analisis Data

#### 1. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh positif yang signifikan dari Media Sosial ( X) sebagai variabel bebas Etika Komunikasi (Y) sebagai variabel terikat. Uji hipotesis dilakukan menggunakan SPSS versi 25 berdasarkan hasil uji analisis regresi linear sederhana untuk memperoleh koefisien signifikansinya. Dasar pengambilan keputusan hasil uji hipotesis adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil < dari probabilitas 0,05, maka ada pengaruh Media Sosial (X) terhadap Etika Komunikasi (Y).
- b. Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar > dari probabilitas 0,05, maka tidak ada pengaruh Media Sosial (X) terhadap Etika Komunikasi (Y).

Dalam pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji t. Menurut Prayitno (2008), uji t digunakan untuk mengetahui suatu

pengaruh pada variabel bebas secara individu atau parsial terhadap suatu variabel terikat. Adapun beberapa kriteria yang harus dilakukan, diantaranya:

- a. Apabila nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel dengan  $dk = n-2$  atau  $66-2$  dan  $\alpha 0.05$  maka  $H_0$  ditolak dan sebaliknya  $H_a$  diterima.
- b. Apabila probabilitas ( $sig$ )  $< 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan sebaliknya  $H_a$  ditolak.

Lalu untuk menguji hipotesis yaitu menggunakan uji regresi linearitas sederhana dengan bantuan SPSS 25 sebagai berikut:

- a. Uji Regresi Linearitas Sederhana

Penelitian ini juga akan di ujikan menggunakan rumus regresi linearitas sederhana dan untuk mempermudah dalam uji linearitas maka pada penelitian ini menggunakan daftar analisis varian (anova) dengan ketentuan apabila  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  pada taraf 5% dengan  $dk$  pembilang  $(k-2)$  dan  $dk$  penyebut  $(n-k)$ , maka regresi linear dari data analisis regresi ini digunakan untuk melihat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y yaitu pengaruh Media Sosial (X) terhadap etika komunikasi peserta didik (Y). Adapun persamaan dari regresi linear adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b X$$

Keterangan:

Y= Subjek dalam variabel dependen

X= Prediktor

$\alpha$  = Harga Y bila  $X = 0$  (harga konstan)

b = Koefisien regresi

(Sugiyono, 2019)

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis yang dilakukan mengenai pengaruh media sosial terhadap etika komunikasi peserta didik di SMPN 1 Seputih Banyak dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh media sosial terhadap etika komunikasi peserta didik di SMPN 1 Seputih Banyak dengan presentasi sebesar 42,7% yang menunjukkan besarnya pengaruh Media Sosial terhadap Etika Komunikasi. Hal ini dapat dilihat dari indikator Jaringan Informasi, Interaksi, Penyebaran (*Share/Sharing*), Menjaga ucapan, Sopan-santun, Saling menghargai, serta Efektif dan efisien. Sedangkan 57,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar Media Sosial.

### B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan di atas, maka saran yang dapat penulis berikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### a. Bagi Peserta Didik

Bagi peserta didik diharapkan mampu menanamkan sikap saling menghargai dan melakukan komunikasi yang baik di lingkungan sekitar ataupun di media sosial serta senantiasa menyaring segala informasi yang didapat sehingga peserta didik akan bisa menjadi siswa yang berpikir kritis.

#### b. Bagi Guru

Hendaknya guru diharapkan untuk selalu memperhatikan etika siswa melalui perilaku siswa, sehingga guru sebagai pendidik dapat Mengetahui pengaruh-pengaruh lingkungan dan media sosial yang siswa akses dalam komunikasi siswa terhadap sekitar. Sebagai

pendidik, guru juga harus berupaya untuk terus memahami tentang cara menciptakan media sosial dengan berbagai informasi yang menarik dan memberikan pengetahuan mengenai penggunaan media sosial yang baik untuk peserta didik sehingga karakter siswa yang diinginkan dapat terbentuk.

c. Bagi Sekolah

Sekolah hendaknya mengupayakan untuk memberikan fasilitas yang lebih baik dan memanfaatkan teknologi seperti media sosial dengan sebaik mungkin sehingga ini akan menunjang peserta didik untuk menggunakan media sosial dengan baik. Dengan informasi yang positif di media sosial yang peserta didik gunakan ini akan menggiring untuk melakukan hal-hal yang baik kedepannya sehingga dengan begitu tak hanya etika komunikasi peserta didik yang meningkat akan tetapi prestasi peserta didik akan meningkat dengan pesat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ayub,M. (2022). Dampak Sosial Media Terhadap Interaksi Sosial pada Remaja: Kajian Sistematis. *Jurnal Penelitian Bimbingan dan Konseling* 7(1).
- Damayanti, R., & Jatningsih, O. (2014). Sikap Sopan Santun Remaja Pedesaan dan Perkotaan di Madiun. *Kajian Moral dan Kewarganegaraan*, 3(2), 912-926.
- Djuwita,P. (2017). Pembinaan Etika Sopan Santun Peserta Didik Kelas V Melalui Pembelajaran Pendidikan Kewarganegaraan di Sekolah Dasar Nomor 45 Kota Bengkulu. *JPGSD: Jurnal Ilmiah Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 10(1), 27-36.
- Fauziyyah, N. (2019). Etika komunikasi peserta didik digital natives melalui media komunikasi online (whatsapp) kepada pendidik: Perspektif dosen. *PEDAGOGIK: Jurnal Pendidikan*, 6(2), 437-474.
- Harjanti, T., & Suryanti, H. H. S. (2019). Pengaruh Layanan Informasi Etika Komunikasi Terhadap Sikap Sopan Santun Peserta Didik Kelas VII C DI SMP Negeri 2 Tasikmadu Karanganyar Tahun Pelajaran 2018/2019. *Medikons: Jurnal Prodi Bimbingan dan Konseling Unisri Surakarta*, 5(2).
- Hasanah,A.N., & Asikin,I. (2022). Nilai-Nilai Pendidikan dalam Hadits Riwayat Imam Ahmad No 11472 tentang Etika menjaga Lisan. *Jurnal Riset Pendidikan Agama Islam*, 43-50.
- Hermansyah,H., & Saputra,A. (2019). Model Interaksi Komunikasi Pembelajaran SD/MI. *Jurnal Elementary: Kajian Teori dan Hasil Penelitian Pendidikan Sekolah Dasar*, 2(1), 6-10.
- Ihsani, A. F. A., & Febriyanti, N. (2021). Etika Komunikasi Sebagai Kontrol Kesalahan Virtual dalam Perilaku Bermedia Masyarakat di Era Digital. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial E-ISSN*, 2745, 5920.
- Junaidi, J. (2018). Analisis Etika Komunikasi Siswa Melalui Pendidikan Karakter Islam Di Sma Kota Tangerang Selatan. *Edukasi Lingua Sastra*, 16(2), 68-85.
- Kaharu, S., & Sakina, O. (2016). Perancangan Sistem Informasi Pengolahan Data Akademik pada TK Al-Hidayah Lolu. *Jurnal Elektronik Sistem Informasi dan Komputer*, 2(1), 30-40.
- Lioni, T., Holilulloh, H., & Nurmalisa, Y. (2014). Pengaruh penggunaan gadget pada peserta didik terhadap interaksi sosial. *Jurnal Kultur Demokrasi*, 2(2).
- Mahendra , A. (2012). *LKP. Rancang Bangun Aplikasi Pendataan Guru Pendidikan Agama Kristen* (Doctoral dissertation, STIKOM Surabaya).



- Manapiring, R.A. (2015). Peranan Media Sosial Instagram dalam Interaksi Sosial antar Siswa SMA Negeri 1 Manado (Studi pada Jurusan IPA Angkatan 2012). *Acta Diurna Komunikasi*, 4(4).
- Masdul, M.R. (2018). Komunikasi Pembelajaran. *Iqra: Jurnal Ilmu Kependidikan dan Keislaman* 13(2), 1-9.
- Mutiah, T., Albar, I., Fitriyanto, A. R., & Rafiq, A. (2019). Etika Komunikasi dalam menggunakan Media Sosial. *Jurnal Global Komunika*, 1(1), 14-24.
- Nisa, H. (2016). Komunikasi yang Efektif dalam Pendidikan Karakter. *UNIVERSUM: Jurnal Keislaman dan Kebudayaan* 10(01), 49-63.
- Nurdiarti, R. P. (2018). Pendidikan Karakter Dalam Perspektif Etika Komunikasi Di Era Masyarakat Informasi. *KoPeN: Konferensi Pendidikan Nasional*, 1(1), 115-123.
- Panjaitan, H. (2014). Pentingnya Menghargai Orang Lain. *Humaniora*, 5(1), 88-96.
- Paputungan, N., Mansur, M., Asnidar, A., Purnamawaty, R., Payuhi, F., & Rahman, A. (2022). Etika Komunikasi Guru dan Peserta Didik dalam Perspektif Pendidikan Islam. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 5(6), 365-373.
- Prabowo, E., Fajrie, N., & Setiawan, D. (2021). Etika Komunikasi Siswa dalam Pembelajaran Daring Melalui Aplikasi Whatsapp. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Pendidikan*, 5(3), 429-437.
- Rahayu, P. (2019). Pengaruh era digital terhadap perkembangan bahasa anak. *Al-Fathin: Jurnal Bahasa Dan Sastra Arab*, 2(01), 47-59.
- Rahman, S. (2018). Etika Berkomunikasi Guru dan Peserta Didik Menurut Ajaran Agama Islam. *Jurnal Ilmiah Iqra'*, 3(1).
- Rahmawati, K., & Fatmawati, L. (2016, August). Penanaman Karakter Toleransi di Sekolah Dasar Inklusi Melalui Pembelajaran Berbasis Multikultural. In *Prosiding Seminar Nasional Inovasi Pendidikan*.
- Saihu, M. (2022). Etika Komunikasi dalam Pendidikan Melalui Kerangka Teori Teacher Engagement (Studi di Smk Puspita Persada Jakarta Selatan Tahun Pelajaran 2019/2020). *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, 10(02).
- Sari, A. F. (2020). Etika Komunikasi (Menanamkan Pemahaman Etika).
- Sendjaja, S.D., Rahardjo, T., Pradekso, T., & Sunarwinadi, I.R. (2014). Teori Komunikasi.
- Setiawan, W. (2017). Era digital dan tantangannya. 1-9.
- Siregar, S.H. (2020). Bahasa dan Media Sosial pada UU ITE Pada Kasus Ahmad Dhani. *Nady Al-Adab: Jurnal Bahasa Arab*, 17(2), 25-35.
- Suhartono, S., & Yulieta, N. R. (2019). Pendidikan Akhlak Anak Di Era Digital. *At Tuots: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 36-53.
- Suryaningsih, A. (2019). Dampak Media Sosial terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik. *Wahana Didaktika: Jurnal Ilmu Kependidikan*, 17(13), 335-334.
- Susanti, R., Yasmi, F., & Dianto, M. (2022). Profil Etika Komunikasi Peserta Didik dengan Guru di Media Sosial Whatsapp pada Kelas XI IPS SMAN 1

Basa Ampek Balai Kabupaten Pesisir Selatan. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 4(5), 6633-6640. ISO 690

Turnip, E. Y., & Siahaan, C. (2021). Etika berkomunikasi dalam era media digital. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 3(04), 38-45.

Widayanti,R. (2015). Pemanfaatan Media Sosial untuk Penyebaran Informasi Kegiatan Sekolah Menengah Kejuruan Pasundan Tangerang. *Jurnal Abdimas*, 1(2), 81-87.

Yanti, S., Pitoewas, B., & Yanzi, H. (2017). Faktor-Faktor Penyebab Pergeseran Moral Dan Budi Pekerti Peserta Didik (Doctoral dissertation, Lampung University).

Zonyfar, C., Maharina, M., Sihabudin, S., & Ahmad, K. (2022). Literasi Digital: Penguatan Etika dan Interaksi Siswa di Media Sosial. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(2), 1426-1434.