

**PERSEPSI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MEDAN AREA TERHADAP ETIKA KRITIK  
DI RUANG PUBLIK MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM***

*(Studi kasus akun instagram @Medantalk)*

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**FIRMAN**

**18.853.0020**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**MEDAN**

**2023**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 11/7/23

Access From (repository.uma.ac.id)11/7/23

**PERSEPSI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MEDAN  
AREA TERHADAP ETIKA KRITIK DI RUANG PUBLIK MEDIA  
SOSIAL *INSTAGRAM***

**(STUDI KASUS AKUN *INSTAGRAM* @MEDANTALK)**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk  
Memperoleh Gelar Sarjana di Fakultas  
Ilmu Sosisal dan Ilmu Politik  
Universitas Medan Area



Oleh

**FIRMAN**

**18.853.0020**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2023**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 11/7/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)11/7/23

**LEMBAR PENGESAHAN**


Judul Skripsi : Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Terhadap Etika Kritik Di Ruang Publik Media Sosial *Instagram* (studi kasus akun *Instagram @medantalk*)

Nama : Firman

NPM : 188533020

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Disetujui Oleh:  
Komisi Pembimbing



(Dr. Effiati Juliana Hasibuan, M.Si) (Ara Auza, S.Sos, M.I.Kom)  
Pembimbing I Pembimbing II

(Dr. Effiati Juliana Hasibuan, M.Si) (Agnita Yolanda, B.Comm, M. sc. CPSP)  
Dekan KA. Prodi

tanggal : 29 Maret 2023

CS Dipindai dengan CamScanner

### HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi- sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, Maret 2023



Firman  
18.853.0020

 Dipindai dengan CamScanner



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN  
PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

---


Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini :


Nama : Firman  
NPM : 188530020  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

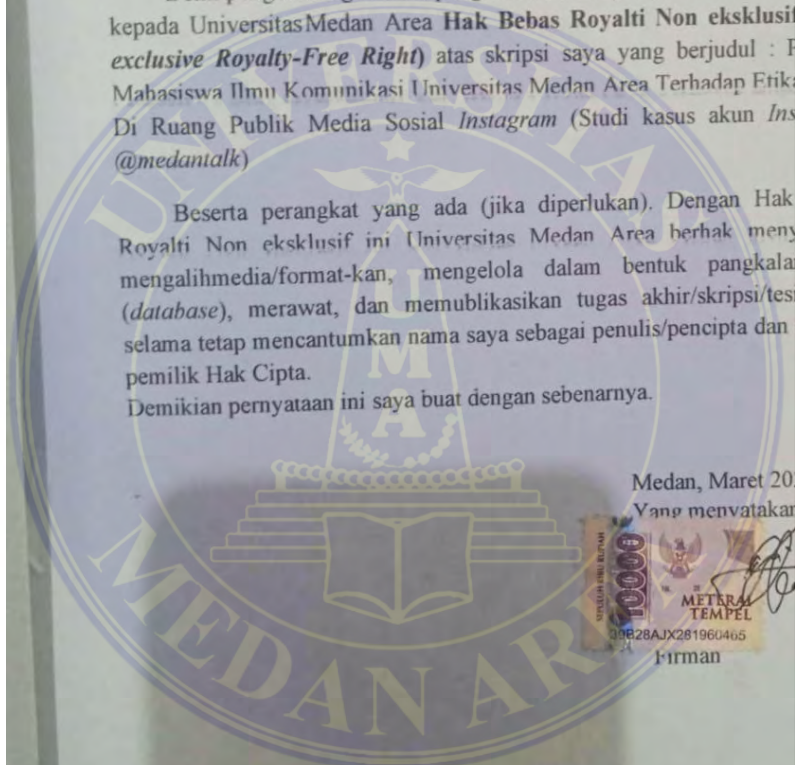
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Non eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas skripsi saya yang berjudul : Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area Terhadap Etika Kritik Di Ruang Publik Media Sosial *Instagram* (Studi kasus akun *Instagram @medantalk*)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.  
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, Maret 2023  
Yang menandatangani

  
Firman

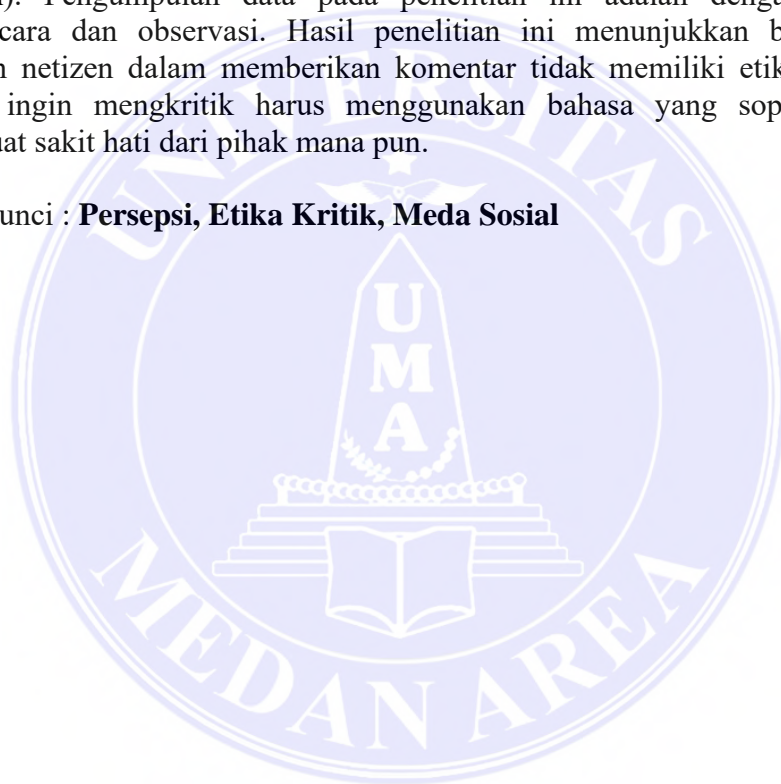
  
09828AJX281960465



## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul : Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area Terhadap Etika Kritik Di Ruang Publik Media Sosial Instagram (studi kasus akun Instagram @medantalk). Penelitian ini dilatarbelakangi oleh etika kritik yang berada di media sosial instagram. Komunikasi yang berbasis etika kini menjadi persoalan yang sangat urgent dalam penyampaian berkomentar di media sosial. Tradisi komunikasi yang sedemikian itu, di pastikan akan menimbulkan dampak negatif yang tidak terhitung dalam kehidupan nyata. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area terhadap etika kritik di ruang publik media sosial. Penelitian ini dilakukan di Universitas Medan Area dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teori yang di gunakan adalah S-O-R (Stimulus, Organisme, Respon). Pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan melakukan wawancara dan observasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa banyak kritikan netizen dalam memberikan komentar tidak memiliki etika, seharusnya ketika ingin mengkritik harus menggunakan bahasa yang sopan dan tidak membuat sakit hati dari pihak mana pun.

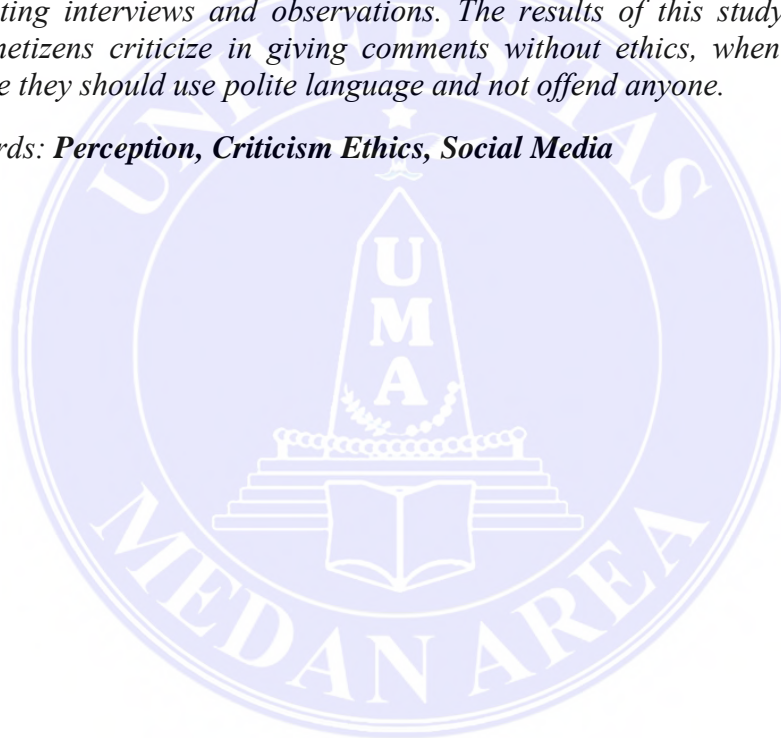
Kata Kunci : **Persepsi, Etika Kritik, Meda Sosial**



## ABSTRACT

*This research is entitled: Perceptions of Communication Studies Students at the University of Medan Area on the Ethics of Criticism in Instagram Social Media Public Spaces (a case study of the Instagram account @medantalk). This research is motivated by the ethics of criticism on Instagram social media. Ethics-based communication is now a very urgent issue in submitting comments on social media. Such a communication tradition, is sure to have countless negative impacts in real life. The purpose of this study was to determine the perceptions of Communication Studies students at the University of Medan Area on the ethics of criticism in public social media spaces. This research was conducted at the University of Medan Area using a qualitative descriptive method. The theory used is S-O-R (Stimulus, Organism, Response). Collecting data in this study is by conducting interviews and observations. The results of this study indicate that many netizens criticize in giving comments without ethics, when they want to criticize they should use polite language and not offend anyone.*

**Keywords:** *Perception, Criticism Ethics, Social Media*



## RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Firman, anak dari Bapak Peno Suprpto dan Ibu Miranti. Lahir di Telukpanji, Labuhan Batu Selatan pada tanggal 25 September 1999. Penulis merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara.

Penulis bersekolah di Sekolah Dasar Negeri 118391 Teluk Panji IV pada tahun 2006, selanjutnya pada tahun 2012 penulis melanjutkan sekolah di MTs AL-HIDAYAH Teluk Panji IV, kemudian pada tahun 2015 penulis melanjutkan sekolah di MAs AL-HIDAYAH Teluk Panji IV. Pada tahun 2018 hingga sampai sekarang penulis melanjutkan studi strata satu (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Medan Area.

Penulis juga bergabung dalam organisasi eksternal kampus yaitu Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) dan pernah menjadi Bendahara Umum di komisariat Universitas Medan Area, serta pernah menjadi bagian dari komunitas GenBI (Generasi Baru Indonesia) yang mana komunitas ini adalah bagian dari mahasiswa/I yang mendapatkan beasiswa dari Bank Indonesia, di GenBI saya sebagai anggota Divisi Kewirausahaan Komisariat Universitas Medan Area.



## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah-Nya hingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat beserta salam kita hadiahkan kepada junjungan kita nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari zaman kebodohan menuju jalan yang terang benerang yang penuh dengan ilmu pengetahuan,

Penelitian ini berjudul **“Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area Terhadap Etika Kritik Di Ruang Publik Media Sosial Instagram (studi kasus akun instagram @Medantalk)”** penulis mengajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi jenjang S1 (S1) Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.

Dalam penulisan skripsi ini, sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terimakasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada ayah Peno Suprpto dan Ibu Miranti yang telah memberikan kasih sayang, secara dukungan, restu, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata persembahan. Semoga ini menjadi Langkah awal untuk membuat ayah dan ibu Bahagia, serta kedua kakak saya yang telah banyak memberikan begitu besar kasih sayang dan selalu mendoakan penulis agar selalu sehat serta bantuan moril dan material selama menjalankan pendidikan hingga saat ini, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Ucapan trimakasih juga penulis sampaikan kepada:

1. Prof Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area
2. Agnita Yolanda, B.Comm, M.Sc, sebagai ketua program studi Ilmu Komunikasi
3. Ibu Dr. Effiati Juliana Hasibuan, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan sekaligus menjadi Dosen Pembimbing 1, yang telah memberikan bimbingan dan arahan
4. Bapak Ara Auza, S.Sos, M.I.Kom selaku sebagai dosen pembimbing 2
5. serta Ibu An Nisa Dian Rahma, S.Sos, M.I.Kom selaku Sekretaris.
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik Universitas Medan Area, terkhususnya dosen Ilmu Komunikasi.
7. Terkhusus kepada sahabat Gilang Maulana, DTm Ashraff, Maria Hutabarat, Yasmin Azzahra, Stella Sinaga, Iqbal Rizky Maulana dan Ahmad Taufik, Iqbal Irsyad, Agung, Bima, Ica, Meutia Larasati terimakasih banyak atas segala bantuan, dukungan, saran serta cerita canda dan tawa kepada penulis
8. terimakasih Novi Rambe, Yuli Nila Sari, Siti Nurul Annisa yang selalu menemani kehabutanku dan menyempatkan menggosip dimalam hari disaat buntu untuk mengerjakan skripsi ini.
9. Penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh warga, kader dan domisioner Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia dan seluruh teman komunitas penerima beasiswa BI Generasi Baru Indonesia (GenBI) yang selalu mendukung dalam penulisan ini.

Terima kasih kepada sahabat yang telah membantu dalam penulisan ini yaitu seluruh sahabat stambuk 18 fakultas ilmu sosial dan ilmu politik. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini belum begitu sempurna. Untuk itu, peneliti meminta maaf dan mengharapkan kritik dan saran dari pembaca demi kesempurnaan di masa yang akan mendatang.

Medan, 02 Januari 2023



Firman



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b>	.....
<b>ABSTRAK</b>	.....
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I</b>	<b>PENDAHULUAN</b>
	1.1 Latar Belakang ..... 1
	1.2. Fokus Masalah ..... 7
	1.3 Rumusan Masalah ..... 7
	1.4 Tujuan Penelitian ..... 7
	1.5 Manfaat Penelitian ..... 7
<b>BAB II</b>	<b>TINJAUAN TEORI</b>
	2.1 Komunikasi Bermedia ..... 9
	2.2 Persepsi ..... 11
	2.2.1 Pengertian Persepsi ..... 11
	2.2.2 Faktor yang mempengaruhi persepsi ..... 12
	2.2.3 Jenis-jenis persepsi ..... 13
	2.2.4 Proses Terjadinya Persepsi ..... 13
	2.3.5 Macam-Macam Persepsi ..... 14
	2.3 Teori Stimulus Organisme Respons (S-O-R) ..... 16
	2.4 Etika Kritik ..... 18
	2.5 Instagram ..... 22
	2.6 Kerangka Pemikiran ..... 25
	2.7 Penelitian Terdahulu ..... 26
<b>BAB III</b>	<b>METODELOGI PENELITIAN</b>
	3.1 Jenis Penelitian ..... 34
	3.2 Lokasi Penelitian ..... 34
	3.3 Waktu Penelitian ..... 35
	3.4 Teknik Pengumpulan Data ..... 35
	3.4.1 Wawancara ..... 35
	3.4.2 Observasi ..... 36
	3.4.3 Dokumentasi ..... 36
	3.5 Teknik Analisa Data ..... 37
	3.6 Informan Penelitian ..... 38
	3.6 Instrumen Penelitian ..... 39
	3.7 Keabsahan Data ..... 39
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>
	4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian ..... 41
	4.2 Visi Misi ..... 42



4.3 Struktur Organisasi FISIP.....	43
4.4 Hasil Penelitian.....	50
4.5 Pembahasan .....	67
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	72
5.2 Saran .....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>74</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>76</b>



## DAFTAR TABEL

Kerangka Pemikiran .....	25
Tabel Penelitian terdahulu.....	26
Struktur Organisasi Fisip .....	34
Daftar nama seluruh fakultas UMA .....	37



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> <i>Platform</i> Media Sosial Yang Paling Banyak Digunakan .....	3
<b>Gambar 1.2</b> Isi komentar akun <i>@Medantal</i> .....	5
<b>Gambar 1.3</b> Profil Akun <i>@Medantalk</i> .....	6



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1.</b> Pedoman Wawancara .....	66
<b>Lampiran 2.</b> Transkrip Wawancara .....	68
<b>Lampiran 3.</b> Dokumentasi .....	82
<b>Lampiran 4.</b> Lembar Izin Permohonan Pengambilan Data .....	85
<b>Lampiran 5.</b> Pengambilan Data .....	86
<b>Lampiran 6.</b> Selesai Pengambilan Data .....	96





# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Seiring dengan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi saat ini, manusia tidak lagi dibatasi oleh jarak dan waktu di dalam berinteraksi satu sama lain. Salah satu bentuk perkembangan teknologi komunikasi yaitu adanya internet. Kelahirannya telah menghadirkan berbagai saluran komunikasi yang semakin memudahkan penggunaannya dan membawa pola kehidupan sehari-hari berubah. Sejak adanya teknologi internet, bumi seakan menjadi desa kecil yang tidak pernah tidur, semua jenis kegiatan dapat difasilitasi oleh teknologi internet (Oetomo, 2007: 23).

Sebagai pengguna media sosial kita mengetahui bahwa media sosial dapat mempengaruhi kita. Media sosial menjadi tempat di mana penggunaannya dapat berpartisipasi, berinteraksi dan berbagai. Pesatnya perkembangan media sosial saat ini disebabkan oleh pengguna media sosial yang merasa seperti bisa “memiliki” media mereka sendiri. Untuk memiliki media konvensional seperti televisi, radio atau koran dibutuhkan modal dan tenaga yang banyak, maka lain halnya dengan media sosial digital yang dimana seorang pengguna bisa mengakses dimana dan kapanpun tanpa biaya besar.

Media sosial juga memungkinkan pengguna untuk bebas mengedit, menambahkan dan memodifikasi konten, baik berupa tulisan, gambar, video, grafis dan lain sebagainya. Pengguna media sosial orang-orang dapat menemukan informasi, inspirasi, orang-orang yang berpikiran sama, komunitas, ide, model

layanan bisnis, dan teknologi baru muncul dan berkembang dengan sangat cepat di media social (Mayfield, 2008)

Sebagai pengguna media sosial kita mengetahui bahwa media sosial dapat mempengaruhi kita. Oleh karena itu kita wajib bijak menggunakan media sosial, salah satu yang banyak digunakan oleh masyarakat adalah *Instagram*. Kemudahan menggunakan aplikasi *Instagram* tidak hanya melalui komputer dan laptop namun bisa melalui telepon genggam. Telepon genggam lebih mudah dan praktis dibawa kemana saja yang kini bisa digunakan.

Menurut data dari wearesocialzs.com. Indonesia yang memiliki jumlah penduduk tidak kurang dari 265,4 juta penduduk mempunyai lebih dari 132,7 juta pengguna internet aktif dengan pengguna aktif media sosial sekitar 130 juta pengguna sejak data terakhir januari 2018. Begitu juga dengan perkembangan pengguna media sosial *Instagram*, Indonesia memiliki lebih dari 53 juta pengguna *Instagram*, dengan pengguna aktif lebih dari 20% dari total populasi.

(<https://datareportal.com/reports/digital-2018-Indonesia>.) diakses pada Minggu, 12 Desember 2022 pukul 11.15 WIB



Gambar 1.1 Platform Sosmed Paling Banyak Digunakan Orang Indonesia 2022

## dia Sosial Yang Paling Banyak Digunakan

Berdasarkan hasil survey *We Are Social* pada tahun 2022 diatas, pengguna Internet di Indonesia mengalami kemajuan dengan cepat, sosial media menghadirkan berbagai macam kebutuhan manusia dari berbagai macam kalangan mulai dari anak kecil, remaja, hingga orang tua. Dari beberapa kalangan,

pengguna

Sumber 1<https://goodstats.id/infographic/media-sosial-yang-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-2022-JpfD1>) diakses pada 12 Desember 2022 Pukul 23.03

terbanyak

internet adalah mayoritas Mahasiswa. Mahasiswa banyak menggunakan *platform* yang ada di internet terlebih lagi media sosial. Media sosial merupakan salah bagian dari perkembangan internet yang saat ini sedang banyak di nikmati. Media sosial bukanlah media yang di gunakan untuk perseorangan melalinkan ruang publik yang mana siapa saja dapat menggunakan nya. Berdasarkan beberapa pengamatan remaja dapat menghabiskan waktu selama berjam-jam hanya untuk mengakses media sosial. Jenis media sosial yang banyak di gunakan antara lain whatsapp, Instagram, facebook dll.

*Instagram* menjadi salah satu aplikasi yang diminati oleh para pengguna media sosial karena kecenderungan dari para pengguna internet ialah mereka lebih tertarik pada Bahasa visual. Dibandingkan dengan aplikasi media sosial lainnya. *Instagram* dapat lebih memaksimalkan fiturnya untuk membantu para penggunanya dalam berkomunikasi melalui gambar atau video. Berbagai beragam keistimewaan yang dimiliki *Instagram* inilah, setiap pengguna dapat memanfaatkannya untuk tujuan tertentu, salah satu tujuannya ialah untuk menyebarkan informasi dan berita.

*Instagram* lebih memfokuskan fungsinya dalam berbagai foto dan video saja. Sehingga kini *Instagram* memfokuskan pada visual layaknya dunia fotografi. Karena tidak hanya melihat dari cara apa dan bagaimana sebuah gambar dapat diambil. Media sosial *Instagram* tidak hanya menjadi media sosial sara berbagi foto atau video saja, kini *Instagram* juga dapat dijadikan sebagai wadah suatu pemberitaan, baik berita lokal, manca negara, sederet cerita artis ibukota bahkan berita gossip.

*Instagram* memberikan sebuah kebutuhan dan kepuasan yang berbeda-beda pada penggunaanya dalam menggunakan media sosial, sehingga menyebabkan komunikasi menjadi berkembang lebih cepat. Maka dari itu kita sebagai pengguna media sosial juga harus bijak, menggunakan media *Instagram* juga harus mempunyai etika juga harus dijaga sehingga bisa mendapatkan hal-hal yang positif dan mendapatkan informasi yang faktual. Pada saat melakukan komunikasi atau berkomentar di *instagram* banyak yang lupa dalam menyampaikan pesannya, dibuktikan dengan adanya kata-kata yang seharusnya tidak digunakan dan sering muncul pada kolom komentar di *Instagram* baik di sengaja atau pun tidak disengaja.

Komunikasi yang berbasis etika, kini menjadi persoalan yang sangat *urgen* dalam penyampaian berkomentar di media sosial, dalam realita sehari-hari saat berkomentar atau mengkritik kerap kali dijumpai sejumlah kasus yang mencemaskan akibat perilaku komunikasi yang kurang beretika. Etika komunikasi sering terabaikan oleh sebab belum mentradisi sebagai urat nadi dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara.



**Gambar 1.2** Isi komentar akun @Medantalk



Sumber komentar akun Instagram @Medantalk

Salah satu pengguna *instagram* sebagai sarana untuk interaksi dan komunikasi, dengan adanya media sosial *Instagram* dapat mempermudah komunikasi antar individu maupun kelompok. Namun, pengguna *instagram* tersebut tidak di barengi dengan pengetahuan etika berkomentar di media sosial dengan baik.

Tradisi pola komunikasi yang sedemikian itu, dipastikan akan menimbulkan dampak negatif yang tidak terhitung dalam kehidupan nyata, mulai dari perubahan gaya bahasa, cara penulisannya sampai bentuk komunikasi yang digunakan. mayoritas *netizen* tidak objektif dalam memilih bahasa sehingga menimbulkan persoalan-persoalan etika dalam proses komunikasi, yaitu yang berawal dari dunia maya yang pada akhirnya berlanjut menjadi persoalan hukum dipengadilan.

Maka tidak heran jika banyak akun-akun di *Instagram* yang memberikan informasi mengenai berita yang sedang trend dikalangan masyarakat. Salah satu akun yang sering tau kerap memberitakan tentang informasi terbaru di Sumatera Utara atau wilayah lainnya adalah @Medantalk memberikan informasi penting mengenai kota medan, sekaligus menyebarkan hal yang sedang viral atau baru

baru terjadi. Pengikut akun @Medantalk mencapai 1,2 jt dengan 55 rb lebih postingan, @Medantalk menjadi salah satu penyedia informasi yang banyak dicari masyarakat. Penggunaanya juga diberikan kebebasan untuk saling berkomentar atau mengkritik sebuah postingan di akun @Medantalk.

**Gambar 1.3 Profil Akun @Medantalk**



Melihat fenomena etika kritik yang berada di akun @medantalk yang kerap kali kita menganggap hal seperti itu biasa saja, untuk saat ini kita sudah tidak bisa untuk asal-asalan berkomentar di media sosial. Karena untuk sekarang sudah ada UU ITE (Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik Nomor 19 Tahun 2006, maka dari itu kita perlu memahi etika dalam menggunakan media sosial sebagai untuk berkomunikasi secara baik dan positif dan dapat menggunakan lebih bijak agar mampu memfilter sumber-sumber informasi yang akurat.

Berdasarkan realita yang dipaparkan diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian skripsi ini dengan judul **Persepsi Mahasiswa Ilmu**

## **Komunikasi Universitas Medan Area Terhadap Etika Kritik Di Ruang Publik Media Sosial *Instagram* (Studi Kasus akun *instagram @Medantalk*).**

### **12. Fokus Masalah**

Sebelum melakukan penelitian, hal terpenting yang dilakukan adalah memfokuskan masalah agar terjadi perluasan permasalahan. Penelitian ini terfokus bagaimana persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area terhadap etika kritik di ruang publik media sosial. Subjek adalah Mahasiswa/mahasiswi Ilmu Komunikasi UMA.

#### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka fokus rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana persepsi mahasiswa prodi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area terhadap etika kritik di ruang publik media sosial *instagram*?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui persepsi mahasiswa prodi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area terhadap etika kritik di ruang publik media sosial.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan berbagai manfaat kepada semua pihak, diantaranya:

##### **1. Secara Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan informasi dalam bidang ilmiah terutama untuk kajian penelitian komunikasi.

## 2. Secara Akademis

Hasil penelitian ini di harapkan dapat menjadi rujukan penelitian komunikasi di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area bagi peneliti yang berminat melanjutkan pendalaman masalah penelitian ini dimasa yang akan datang, serta menjadi sumber bacaan

## 3. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan terkait *Nitizen* Indonesia yang masih kurang sopan dalam bermedia sosial dan dapat dijadikan bahan untuk rujukan selanjutnya dalam melakukan penelitian mengenai permasalahan yang sejenis serta bahan rujukan untuk membuat hukum terkait tindakan etika komunikasi di ruang publik media sosial.



## BAB II

### TINJAUAN TEORI

#### 2.1 Komunikasi Bermedia

Penggunaan komunikasi di media sosial sering kali dan juga banyak di temukan menggunakan Bahasa yang tidak baku atau tidak sesuai dengan Ejaan Yang Disempurnakan (EYD). Penulisan yang baik dan baku sangat diperlukan saat membuat postingan atau status dalam menggunakan media sosial. Seperti *Instagram, Facebook, Twitter*, dan media sosial lainnya, dikarenakan penulisan EYD berkaitan dengan etika dalam berkomunikasi bagi sesame penggunanya.

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat pada perkembangan media sosial menimbulkan bermacam konsekuensi dan menjadikan pergeseran pemikiran bagi banyak penggunanya. Hal tersebut dikarenakan sosial media menjadi tempat berbagi segala aktifitas dan juga untuk mencurahkan segala fikiran dan emosional dalam diri penggunanya seperti memposting gambar dan juga tulisan tanpa adanya melihat etika dalam bermedia sosial. Mudahnya dalam menggunakan media sosial membuat semua bagi penggunanya seakan lupa dengan menurunnya etika terutama bagi kalangan umum dan masyarakat pengguna. Seakan etika tidakla penting berbeda dengan masa lampau yang mana etika menjadi satu alasan yang di anggap penting bagi banyak orang di Indonesia.

Proses komunikasi bermedia adalah komunikasi yang menggunakan saluran atau sarana untuk meneruskan suatu pesan kepada komunikan yang jauh tempatnya. Komunikasi bermedia ialah komunikasi dimana proses penyampaian dan penerimaan pesan dengan menggunakan (melalui) *cyberspace/* ruang maya yang bersifat interaktif. Definisi komunikasi dapat dibagi menjadi dengan



dua bentuk yaitu : Komunikasi Antar Pribadi (*Interpersonal communication*), yaitu proses saling bertukar informasi serta pemindahan pengertian antara dua individu atau lebih dalam suatu kelompok kecil manusia.

Komunikasi adalah dimana proses dimana dua orang atau membentuk kata melakukan pertukaran informasi melalui satu sama lain (Everret M Rogers, Lawrence Kincaid, 1964). Komunikasi merupakan sebuah proses transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan lain-lain melalui penggunaan kata, angka, symbol, gambar, dan lain sebagainya. Manusia adalah makhluk sosial yang membutuhkan satu sama lain, oleh karena nya di butuhkan komunikasi agar pesan yang di maksud bisa tersampaikan dan di mengerti oleh penerima pesan lainnya.

Harrold Laswel (2000) mengemukakan komunikasi merupakan sebuah bentuk dari pesan yang dimana akan diberikan kepada penerima dari seseorang sumber dengan berbagai macam bentuk dari saluran tertentu yang dimana kemudian di berikan dengan sebuah cara yang dimana langsung dan juga tidak langsung dengan sebuah tujuan untuk menciptakan efek kepada penerima seperti hal yang ingin di berikan oleh pemberi. Dapat di garis bawahi komunikasi adalah penyampaian pesan antar individu dengan individu maupun kelompok, sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami satu sama lain.

Salah satu model komunikasi yang dikemukakan oleh Laswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communicationin Society* (Effendy, 2005: 10) yakni *Who says what in whichb channelto whom with what effect* yang dapat disimpulkan adalah suatu proses komunikasi tersebut dari mana

sumbernya, apa isi pesan yang di sampaikan, apa media yang digunakan, siapa penerima pesan tersebut, dan apa efek yang ditimbulkan dari pesan tersebut.

## 2.2 Persepsi

### 2.2.1 Pengertian Persepsi

Persepsi merupakan suatu proses yang di dahului oleh proses penginderaan, yaitu merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera atau juga disebut proses sensoris. Namun proses itu tidak berhenti begitu saja, melainkan stimulus tersebut diteruskan dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi. Karena itu proses persepsi tidak lepas dari proses penginderaan, dan proses penginderaan merupakan proses pendahulu dari proses persepsi.

Proses penginderaan akan berlangsung setiap saat, pada waktu individu menerima stimulus melalui alat indera, yaitu melalui mata sebagai alat penglihatan, telinga sebagai alat pendengar, hidung sebagai alat pembauan, lidah sebagai alat pengecap, kulit pada telapak tangan sebagai alat perabaan, yang kesemuanya merupakan alat indera yang di gunakan untuk menerima stimulus dari luar individu. *Stimulus* yang di indera itu kemudian oleh individu diorganisasikan dan diinterpretasikan, sehingga individu menyadari, mengerti tentang apa yang di indera, dan proses ini disebut persepsi (Walgito, 2010:99).

Menurut Mulyana (2010:168) persepsi adalah inti komunikasi, sedangkan penafsiran (*interpretasi*) adalah inti persepsi, yang identik dengan penyandian-balik (*decoding*) dalam proses komunikasi. Selanjutnya Mulyana mengemukakan persepsilah yang menentukan pemilihan suatu pesan dan mengabaikan pesan lain.

Persepsi dapat disimpulkan sebagai suatu proses penginderaan, stimulus yang diterima oleh individu melalui alat indera yang kemudian diinterpretasikan sehingga individu dapat memberikan pandangan, memahami dan dapat mengartikan tentang stimulus yang diterimanya. Proses menginterpretasikan ini biasanya dipengaruhi oleh pengalaman dan proses belajar individu. Manusia tidak lepas dari kegiatan berpersepsi, hampir setiap hari manusia berpersepsi seperti persepsi ketika berkomunikasi dengan masyarakat, menguus perizinan, bertemu dengan petugas instansi dan sebagainya

### **2.2.2 Faktor yang mempengaruhi persepsi**

Setiap individu akan memberikan tanggapan yang berbeda-beda terhadap suatu objek yang dilihatnya. Hal ini terjadi karena penafsiran seseorang akan berbeda-beda dan dipengaruhi oleh pengalaman, wawasan serta pengetahuan individu terhadap stimulus yang diperolehnya. Menurut Rakhmat (2012: 54-60) faktor yang mempengaruhi persepsi yaitu:

Faktor fungsional ini diperoleh dari kebutuhan individu serta pengalaman masa lalu yang pernah dialami. Faktor fungsional termasuk kedalam faktor-faktor personal, yang mana faktor ini akan menentukan suatu persepsi. Namun bukan jenis atau bentuk stimuli, tetapi karakteristik orang yang memberikan respon pada stimuli tersebut. Faktor-faktor struktural yang menentukan persepsi berasal dari luar individu, seperti lingkungan, budaya, hukum yang berlaku, nilai-nilai dalam masyarakat sangat berpengaruh terhadap seseorang dalam mempersepsikan sesuatu.

Persepsi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pemberian arti kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi terhadap etika kritik di media sosial yang sedikit kurang sopan terhadap beberapa postingan yang muncul.

### **2.2.3 Jenis-jenis persepsi**

Menurut Irwanto (2002:25), setelah individu melakukan interaksi dengan objek-objek yang dipersepsikan maka hasil persepsi dapat dibagi menjadi dua persepsi positif dan persepsi negatif

Persepsi positif merupakan persepsi yang menggambarkan segala pengetahuan dan tanggapan yang diteruskan dengan upaya pemanfaatannya. Hal ini akan diteruskan dengan keaktifan atau menerima dan mendukung terhadap objek yang dipersepsikan. Persepsi yang menggambarkan segala pengetahuan dan tanggapan yang tidak selaras dengan objek yang dipersepsi. Hal itu akan diteruskan dengan kepasifan atau menolak dan menentang terhadap objek yang dipersepsikan

### **2.2.3 Proses Terjadinya Persepsi**

Munculnya persepsi tidak akan bisa terlepas dari proses. Siregar (2013:13) proses terbentuknya suatu persepsi akan dipengaruhi oleh adanya pengalaman, sosialisasi, cakrawala, dan pengetahuan. Pengalaman dan sosialisasi memberikan gambaran terhadap bentuk suatu objek yang dilihat dan diamati sedangkan pengetahuan dan cakrawala memberi arti terhadap objek psikologi terhadap seseorang.

Pembentukan persepsi dapat berlangsung saat individu bersedia menerima suatu stimulus atau rangsangan itu kemudian diterima melalui alat indera dan diolah melalui proses berfikir oleh otak, untuk kemudian membentuk suatu pengertian dan pemahaman Sarwo dalam (Alizmar dan nasbahry 2016:15).

Menurut Mulyana 2015:181-182 persepsi terjadi melalui tahapan-tahapan:

a. Sensasi (Pengindraan)

sensasi adalah tahap pertama suatu pesan dikirimkan ke otak melalui bantuan alat indera yaitu penglihatan, penciuman, sentuhan, pengecap dan pendengaran. Reseptor inderawi tersebut sebagai penghubung antara otak manusia dengan lingkungan sekitar, namun kemampuan setiap manusia dalam melakukan pengindraan berbeda-beda. Hal ini dapat disebabkan karena faktor genetik.

b. Atensi

atensi adalah tahap suatu kejadian atau stimuli diberi perhatian oleh individu. Stimulus atau rangsangan menjadi hal penting yang dapat menarik perhatian seseorang. Sebelum individu merespon dan menafsirkan suatu kejadian dan rangsangan yang diterima.

c. Interpretasi

Interpretasi adalah suatu proses seseorang bertambah pengetahuannya melalui rangsangan dan informasi yang diperoleh melalui indera. Pengetahuan yang telah diperoleh seseorang melalui persepsi bukanlah pengetahuan tentang



objek yang sebenarnya, melainkan pengetahuan tentang bagaimana objek tersebut terlihat.

### **3.1.5 Macam-Macam Persepsi**

Mulyana (2015:184) sebenarnya persepsi dalam diri manusia terbagi menjadi atas:

#### **a. Persepsi Terhadap Objek**

yaitu suatu proses menafsirkan objek-objek yang tidak bernyawa yang ada disekeliling kita. Memberikan persepsi yang juga terkadang indera manusia melakukan kesalahan atau kekeliruan. Reseptor inderawi manusia tidak jarang juga menipu, sehingga manusia menjadi ragu terhadap seberapa benar persepsi manusia itu dengan keadaan sebenarnya. Adapun beberapa faktor yang memengaruhi persepsi terhadap objek yaitu; latar belakang pengalaman, budaya, susunan psikologi, penggarapan serta kondusifitas panca indera (Mulyana, 2015: 184-190).

#### **b. Persepsi terhadap manusia (Persepsi Sosial)**

yaitu proses dalam menangkap arti dari objek sosial serta kejadian-kejadian yang dialami manusia dilingkungan sekitar. Setiap individu juga mempunyai gambaran yang berbeda-beda terhadap realitas disekelilingnya (Mulyana, 2015: 191). Menurut Sarwo dalam Alizamar dan Nasbahry (2016:93) menjelaskan bahwa manusia mempunyai persepsi sosial yang sama dan juga berbeda-beda terhadap stimulus yang ada dilingkungan sekitarnya. Hal ini disebabkan karena adanya pengaruh sosial budaya dilingkungan manusia tersebut serta keberibadian dan motivasi individu. Mulyana (2015;191-

207) mengatakan bahwa adapun beberapa prinsip-prinsip terkait persepsi sosial antara lain ;

a. Persepsi berdasarkan pengalaman

Individu akan memberikan pengalaman persepsi terhadap seseorang atau kejadian tertentu berdasarkan pengalaman dan pengetahuan yang memiliki ketertarkaitkan dengan objek dan kejadian yang sama.

b. Persepsi bersifat selektif

Atensi kita pada suatu rangsangan merupakan faktor utama yang menentukan selektivitas terhadap suatu rangsangan. Atensi dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor internal seperti; faktor biologis, faktor psikologis, faktor fisiologis, serta faktor sosial budaya.

c. Persepsi bersifat dugaan

Proses persepsi bersifat dugaan akan memungkinkan manusia untuk memberi makna dan menafsirkan suatu objek secara lebih lengkap dan dari sudut pandang manapun. Dugaan ini diperlukan saat membuat suatu kesimpulan berdasarakan informasi yang kurang lengkap lewat pengindraan.

d. Persepsi bersifat evaluatif

Evaluatif artinya persepsi yang bersifat subjektif, menggunakan kata-kata dari Andrea L Rich dalam Mulyana (2015:206) persepsi pada dasarnya mewakili keadaan fisik dan psikologi individu untuk menunjukkan suatu karakteristik dan kualitas secara mutlak dan menyeluruh dari objek yang di prsepsi.

e. Persepsi bersifat kontekstual

Konteks menjadi salah satu pengaruh yang paling kuat dalam persepsi. Suatu rangsangan akan sangat mempengaruhi susunan dari kognitif seseorang dalam mempersepsikan suatu fenomena yang terjadi.

### 2.3 Teori *Stimulus Organisme Respons* (S-O-R)

Teori S-O-R atau *Stimulus – Organism - Response*, menjadi landasan dari proses komunikasi dalam penelitian ini. Teori ini berasal dari kajian psikologi. Tidak mengherankan apabila kemudian menjadi salah satu teori komunikasi, sebab obyek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama, yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen; sikap, opini, perilaku, kognisi dan konasi (Effendy, 2003: 115).

Menurut teori *stimulus response* ini, dalam proses komunikasi, berkenaan dengan perubahan sikap adalah aspek “*how*” bukan “*what*” dan “*why*”. Jelasnya *how to communicate* dalam hal ini *how to change the attitude*. Proses perubahan sikap, tampak bahwa sikap dapat berubah, hanya jika stimulus yang menerpa benar-benar melebihi semula. Menelaah sikap yang baru ada tiga variabel yang penting yaitu perhatian, pengertian, penerimaan (Effendy, 2003, p. 254-255). Selain itu, teori ini menjelaskan tentang pengaruh yang terjadi pada pihak 14 penerima sebagai akibat dari komunikasi.

Menurut (Efendy, 2003) titik penekanan dalam model komunikasi SO-R (Stimulus Organism Response) ini lebih menekankan kepada pesan yang disampaikan dapat menumbuhkan gairah kepada penerima pesan (komunikasikan) sehingga penerima pesan tersebut dengan cepat dapat menerima pesan yang diterima, kemudian terjadi perubahan perilaku sikap. Untuk itu, unsur terpenting

dalam model komunikasi ini ada tiga yaitu: Pesan (*Stimulus*; S), Komunikan (*Organism*; O), dan Efek (*Response*; R).

Unsur penting dalam komunikasi S-O-R itu ada tiga yaitu:

1. Pesan (*Stimulus*) yang dimaksud adalah berupa postingan di instagram yang akan menimbulkan komentar atau kriti pada postingan tersebut.
2. Komunikan (*Organisme*) yang dimaksud adalah mahasiswa ilmu komunikasi yang sering mengkritik di sebuah postingan *instagram*.
3. Efek (*Response*) yang dimaksud adalah berupa persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi terhadap etika kritik di ruang publik media sosial *instagram*.

## 2.4 Etika Kritik

Menurut Griffin (2010:58) etika merupakan keyakinan mengenai tindakan yang benar dan yang salah, atau tindakan yang baik dan yang buruk, yang mempengaruhi hal lainnya. Nilai-nilai dan moral pribadi perorangan dan konteks sosial menentukan apakah suatu perilaku tertentu dianggap sebagai perilaku yang etis atau tidak etis. Perilaku etis merupakan perilaku yang mencerminkan keyakinan perseorangan dan norma-norma sosial yang diterima secara umum sehubungan dengan tindakan-tindakan yang benar dan baik. Perilaku tidak etis adalah perilaku yang menurut keyakinan perseorangan dan norma-norma sosial dianggap salah atau buruk

Menurut Bertens (2009:35) etika adalah cabang filsafat yang mempelajari baik buruknya perilaku manusia. Secara etimologis, etika adalah ajaran atau ilmu tentang adat kebiasaan baik atau buruk yang dapat diterima umum mengenai sikap, perbuatan, kewajiban, dan sebagainya. hakikatnya moral menunjuk pada ukuran-ukuran yang telah diterima oleh suatu komunitas, sementara etika

umumnya lebih dikaitkan dengan prinsip-prinsip yang dikembangkan diberbagai wacana etika atau aturan-aturan yang diberlakukan sebagai suatu profesi. Etika sebenarnya lebih banyak bersangkutan dalam hubungan tingkah laku manusia.

Menurut Ernawan (2012:2) “etika merupakan cabang dari filsafat mencari buruknya tingkah laku manusia”. Etika hendak mencari, tindakan manusia yang manakah yang baik. Etika berhubungan dengan seluruh ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan manusia dan masyarakat seperti, antropologi, psikologi, sosiologi, ekonomi, ilmu politik, dan ilmu hukum.

Menurut Agus (2009:27) arti etika dapat dilihat dari dua hal berikut:

1. Etika sebagai praktis sama dengan moral atau moralitas yang berarti adat istiadat, kebiasaan, nilai-nilai, dan norma-norma yang berlaku dalam kelompok, orang banyak atau masyarakat.

2. Etika sebagai ilmu atau tata susila adalah pemikiran/penilaian moral. Etika sebagai pemikiran moral bisa saja mencapai taraf ilmiah bila proses penalaran terhadap moralitas tersebut bersifat kritis, metodis, dan sistematis. Taraf ini ilmu etika dapat saja mencoba merumuskan suatu teori, konsep, asas, atau prinsip-prinsip tentang perilaku manusia yang dianggap baik atau tidak baik, mengapa perilaku tersebut dianggap baik atau tidak baik, mengapa menjadi baik itu sangat bermanfaat, dan sebagainya.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa etika merupakan sesuatu yang berhubungan dengan kelakuan pribadi serta kewajiban moral dan yang berkaitan dengan hubungan-hubungan manusia berkenaan dengan persoalan benar dan salah. Etika berhubungan dengan kelakuan



individu-individu serta standard-standard yang mempengaruhi hubungan antar individu.

Kata kritik dalam Bahasa Inggris *criticism* yang diturunkan dari kata Perancis *critique* dan mulai muncul pada abad ke-17, Kata Prancis *critique* berakar dari kata lain *criticus* yang berarti hakim, pengambil keputusan, atau pengkritik. Lebih awal lagi, secara etimologi kata kritik berasal dari bahasa Yunani *kritos* yang berarti orang yang memberikan pendapat beralasan atau analisis, pertimbangan nilai, interpretasi atau pengamatan.

Secara umum, kritik dipahami sebagai sindiran, yaitu tanggapan yang ditujukan pada suatu fenomena yang terjadi di kehidupan bermasyarakat manakala terdapat konfrontasi dengan realitas berupa kecatatan atau kebobrokan perilaku. Kritik diangkat ketika kehidupan dinilai tidak selaras dan tidak harmonis. Ketika masalah-masalah sosial tidak dapat diatasi dan perubahan sosial mengarah kepada dampak disosiatif dalam masyarakat, selain itu, kritik juga sebuah inovasi dalam arti kritik menjadi sarana penyampaian gagasan-gagasan lama untuk suatu perubahan.

Sedemikian kritik, teguran ataupun nasihat menjadi bagian dari tukar pendapat. Kritik tidak hanya menyangkut soal rasa baik, tapi harus melibatkan cara-cara analisis dan bentuk-bentuk pengalaman khusus yang tidak dimiliki oleh orang lain pada umumnya. Jadi dari beberapa definisi etika dan kritik diatas, maka etika kritik adalah sesuatu yang berhubungan dengan kelakuan pribadi serta kewajiban moral tentang tindakan benar atau salah terhadap tanggapan yang ditujukan pada suatu fenomena yang terjadi di kehidupan masyarakat.

Namun kritik tidak dapat disampaikan secara sembarangan. Terdapat aturan atau etikanya. *Public figure* (tokoh masyarakat) biasanya menyampaikan kritik secara konstruktif. Artinya, kritik disampaikan untuk perbaikan agar sesuatu yang dikritik dapat diubah menjadi sesuatu yang lebih baik. Mengkritik memerlukan adanya ilmu, pertimbangan dan klarifikasi (kroscek), sehingga tidak terjerumus yang berujung pada pidana. Melalui asumsi ini, kritik sama dengan dialog untuk melakukan perbaikan-perbaikan atau pembaharuan. Karena tujuannya adalah untuk melakukan perbaikan atau pembaharuan, maka dialog yang dilakukan tidak menggunakan cara-cara kekerasan, kebencian, kekasaran, kebohongan, pencemaran nama baik atau sumpah serapah. Kritik mesti berada di antara perpaduan rasio dan emosi yang seimbang.

Media sosial telah membuka ruang yang sebebasnya bagi siapapun, tanpa terkecuali. Maka yang mengerti etika dan yang tidak, dapat menggunakannya. Agar tidak terjerumus pada tindakan pidana, sebelum menyampaikan kritik perlu memahami etika yang dianggap *sahih*. Menurut Abdul Azis, setidaknya ada tiga etika yang harus dipegang saat melakukan kritik.

*Pertama*, ketika berniat memberikan kritik maka harus siap dengan solusi dan saran yang membangun. Jika tidak punya solusi atau saran atas kritik yang telah disampaikan, itu sama saja dengan *bullshit* (omong kosong). Kritik yang demikian lebih banyak dampak negatifnya baik bagi pengkritik maupun yang di kritik. Bisa jadi akan timbul perselisihan di antara keduanya.

*Kedua*, sampaikan kritik secara objektif. Mengedepankan objektivitas dalam memberikan kritik adalah bukti kejujuran kita dalam mengkritik. Katakan benar jika memang benar, dan katakan salah jika memang itu salah, bukan sebaliknya.

Jangan karena berasal dari kelompok yang berbeda, lalu kita mengkritik sekedar untuk mencari-cari kesalahan orang lain agar citranya atau nama baiknya jatuh di muka umum.

*Ketiga*, lembut dan santun. Sampaikan kritik secara lembut dan santun, sehingga kritik yang disampaikan akan mudah diterima dibanding mengkritik dengan sikap memaksa dan kasar, karena orang yang dikritik tidak merasa dipaksa untuk menerima kritik tersebut. Kritik yang disampaikan secara kasar dapat dijadikan sebagai barang bukti untuk mengadukan kritik tersebut ke arah pidana. Indonesia memiliki UU ITE dan polisi siber yang dapat menindak segala hal menyimpang yang terjadi di media sosial.

sebagai bagian dari bangsa yang besar, kita perlu menyampaikan kritik dengan tujuan untuk mendapatkan perubahan dan perbaikan-perbaikan bagi bangsa ini di masa mendatang. Namun kritik perlu disampaikan sesuai kapasitas ilmu yang kita miliki dan harus berdasarkan etika yang berlaku secara umum. Pencemaran nama baik, hoaks, provokasi atau fitnah tidak termasuk ke dalam kegiatan mengkritik. Maka berhati-hatilah dalam membedakannya, sehingga kita tidak melanggar hak orang lain dan hukum. Maka harus sama-sama kita pahami juga adalah, Gerakan Indonesia Tertib bukan hanya berlaku di ruang nyata, melainkan juga di ruang maya. Secara otomatis kita telah menjaga nama baik diri sendiri atau nama baik institusi yang kita wakil

## **2.5 Instagram**

*Instagram* merupakan sebuah aplikasi berbagai foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, video, menerapkan filter digital, dan membagikan ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *instagram*

sendiri. Satu fitur unik yang dimiliki *Instagram* adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga seperti terlihat hasil kamera *Polaroid*. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang umum digunakan oleh kamera pada peranti bergerak.

*Instagram* berasal dari kata *Insta* berasal dari kata *Instan*. Seperti kamera *polaroid* yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan Foto Instan. *Instagram* juga dapat menampilkan foto-foto secara instan *Polaroid* dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata *Gram* berasal dari kata *Telegram* yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan *Instagram* yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat.

terdapat banyak fitur *Instagram* yang dimiliki dengan berbeda fungsi di setiap masing-masing fitur:

#### 1. Pengikut

Sistem sosial di *Instagram* adalah dengan menjadi mengikuti akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut *Instagram*. Demikian komunikasi antara sesama pengguna *Instagram* sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah di unggah oleh pengguna lainnya. Pengikut juga merupakan unsur yang sangat penting dalam fitur ini, serta jumlah tanda suka dari pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi populer atau tidak.

#### 2. Mengunggah Foto

*Instagram* adalah sebagai tempat untuk berbagai foto kepada pengguna lainnya dengan cara mengunggah foto yang ada di galeri maupun melalui kamera (Salah satu fitur *Instagram*)

### 3. Kamera

*Instagram* juga menyediakan fitur kamera di dalamnya. Foto yang di ambil melalui kamera dalam *Instagram* juga dapat di putar arahnya sesuai dengan keinginan penggunanya. Foto-foto yang di unggah tidak terbatas atas jumlah tertentu, namun memiliki keterbatasan ukuran. Ukuran yang di gunakan dengan rasio 3;2 atau sebatas untuk kotak saja. Setelah pengguna memilih sebuah foto untuk di unggah, maka pengguna di bawa kehalaman selanjutnya untuk menyunting foto tersebut.

### 4. Efek Foto

Mulanya *Instagram* memiliki 15 efek foto yang dapat di gunakan oleh pengguna. Adapun efek tersebut terdiri dari: *X-Pro II*, *Lomo-fi*, *Earlybird*, *Sustro*, *Toaster*, *Brannan*, *Inkwel*, *Walden*, *Hefe*, *Apollo*, *poprockeed*, *Nashvile*, *Gotham*, 1997, dan Lord Kelvin.

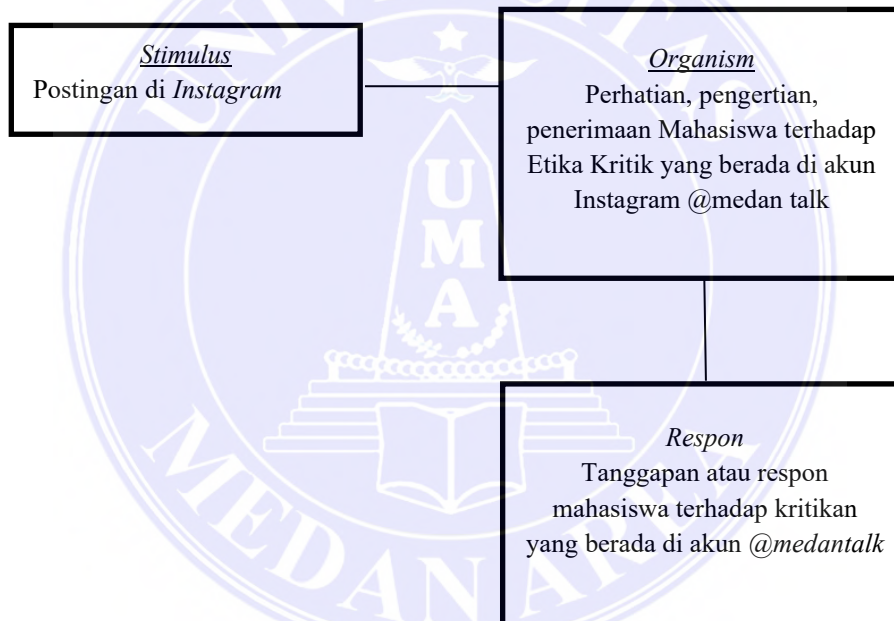
### 5. Tanda Suka

Fitur ini berfungsi sebagai penanda bahwa pengguna lain menyukai foto yang telah di unggah. Jumlah pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting untuk membuat foto lebih terkenal. Bila foto tersebut terkenal, maka secara langsung foto tersebut masuk kedalam halaman populer.



## 2.6 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran juga merupakan jalan pemikiran yang dapat menjawab suatu permasalahan yang dilandaskan oleh teori ataupun hasil penelitian sebelumnya. Kerangka pemikiran adalah penjelasan sementara terhadap segala sesuatu yang menjadi objek permasalahan yang dimana menggunakan argumentasi-argumentasi yang dapat di pertanggung jawabkan dan akhirnya menciptakan suatu kesimpulan



Sumber 2 dikelola oleh penulis 2022.

## 2..7 Penelitian Terdahulu

**Tabel 1.** Penelitian Terdahulu

NO	PENELITIAN TERDAHULU	
1.	Nama Peneliti	DELVI WINDRAYANI
	Judul penelitian	PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP AKTIVITAS CATCALLING DI LINGKUNGAN KAMPUS UNIVERSITAS MEDAN AREA
	Tahun	2020
	Persamaan	Sama-sama menggunakan metode kualitatif dan menggunakan teori S-O-R
	Perbedaan	Perbedaan dari penelitian ini adalah peneliti terdahulu mengabil tentang catcalling yang berada di lingkungan kampus universitas medan area, selain itu peneliti terdahulu menggunakan teori semiotika Charles sanders pierce
	Hasil penelitian	Persepsi mahasiswa dan mahasiswi Universitas Medan Area Terhadap aktivitas <i>catcalling</i> yang terjadi dilingkungan universitas medan areaberdasarkan dari hasil penelitian ini tidak hanya dilakukan oleh laki-laki saja, melainkan perempuan juga bisa menjadi pelaku dari Tindakan <i>catcalling</i> ini. Pada proses berlangsungnya Tindakan <i>catcalling</i> stimulus yang diberikan oleh komunikator (pelaku <i>catcalling</i> ) kepada komunikan (Korban <i>catcalling</i> ) adalah berupa suara siualan, panggilan dan bahkan ada yang memberikan kedipan mata.
2	Nama Peneliti	TUFFATUL AZIZAH
	Judul Penelitian	EKSISTENSI NETIZEN DI RUANG MEDIA SOSIAL (Studi Kasus Foto Diri Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya)
	Tahun	2019

	Persamaan	Sama-sama menggunakan metode kualitatif
	Perbedaan	Perbedaannya adalah peneliti terdahulu mengambil subjek mengenai kasus foto diri
	Hasil Penelitian	Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat kita ketahui bahwa, sebagai berikut: 1. Media sosial mampu menjadi wadah dalam berekspresi bagi mahasiswa FISIP dengan cara memposting foto diri. Dalam memposting foto diri netizen mahasiswa memiliki beberapa motif seperti sebaga mengekspresikan diri, menjadi branding diri, untuk hiburan, sebagai tanda masih aktif di media sosial dan digunakan untuk menunjukkan identitas diri. 2. Foto diri memiliki beberapa karakter yaitu foto selfie, photo trip, outfit of the day dan photo candid. Mahasiswa yang menunjukkan outfit tidak melulu memberikan tagar namun bisa juga gaya berbusananya yang milenials dan kekinian, mereka melakukan foto jalan-jalan untuk mengabadikan moment tertentu. Dari beberapa karakter yang paling banyak dilakukan foto selfie dan candid, namun jaran yang membranding diri dengan photo trip.
3	Nama Penulis	Fitri Harianti
	Judul Penelitian	Etika Komunikasi Media Sosial di Facrbook (Analisis Implementasi Undang-undang Informasi Transaksi Elektronik Pasal 27 Pada Remaja)
	Tahun	2020
	Persamaan	Sama-sama menggunakan metode kualitatif
	Perbedaan	Pada penelitian ini di latar belakang oleh kebebasan kepenggunaan media sosial telah menggeser nilai norma dan etika dalam berkomunikasi yang baik terutama melalui media sosial facebook pada remaja
	Hasil Penelitian	Implementasi etika komunikasi dan undang-undang informasi dan transaksi eloktronik pasal 27 pada remaja

		belum di terapkan dengan baik. Terdapat etika komunikasi yang belum dapat diterapkan oleh remaja seperti penggunaan kata-kata kasar, unsur sara , tulisan yang memiliki kesusilaan, perjudian online, penghinaan serta m,encemarkan nama baik. Terdapat etika komunikasi yang dapat diterapkan oleh remaja yakni tidak provokatif, unsur kesusilaan dalam konteks pornografi, tidak melakukan tindakan pemerasaan dan pengancaman.
4	Nama Penulis	Burnawi
	Judul Penelitian	Analisis Pesan Krtik Sosial Pada Konten <i>Instagram</i> Ulogram
	Tahun	2021
	Persamaan	Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif
	Perbedaan	Peneliti terdahulu menggunakan teori <i>new media</i> dan pada penelitian ini peneliti terdahulu menggunakan analisis, dan menggunakan akun Instagram @Ulogram, peneliti terdahulu lebih focus membahas tentang pesan kritik sosialnya.
	Hasil Penelitian	Peneliti ini memperjelas pesan kritik sosial pada konten Ulokgram terhadap perilaku yang tidak biasa di masyarakat Aceh khususnya, sehingga pembaca dapat memahami pesan yang terkandung dalam konten video pilihan peneliti tersebut.
5.	Nama Penulis	Siti Hajar Rusmina
	Judul Penelitian	Etika Komunikasi Verbal Netizen Dalam Penggunaan Ruang Publik Pada Kolom Komentar SERAMBINEWS.COM
	Tahun	Siti Hajar Rusmina
	Persamaan	Persamaan dalam penelitian ini adalah sama sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan sama

		sama membahas tentang etika, dan menggunakan Teknik wawancara
	Perbedaan	Yang membedakan dari penelitian saya adalah, peneliti terdahulu mengambil objek dari netizen yang tidak mempunyai etika baik dalam menggunakan akun serambinws.com
	Hasil Penelitian	Hasil penelitian ini adalah Adapun isi komentar netizen pada kolom komentar serambinews.com dalam penggunaan ruang publik pada berita-berita politik bermacam-macam isi yang dikomentari terkait dengan isi pemberitaan yang kebanyakan netizen menyampaikan komentar, protes terhadap politisi, perbuatan dan roda pemerintahan yang dijalankan oleh partai-partai politik tersebut berupa, ujaran kebencian, fitna, provokasi, istilah-istilah sadis dan kasar. Sedangkan etika komunikasi verbal para netizen dalam memberikan komentar di ruang publik pada media online pada serambinews.com adalah banyak komentar netizen dalam berkomunikasi tidak mempunyai etika pada berita-berita politik yang sering mengisi kolom komentar
6	Nama	Rieka Mustika
	Judul Penelitian	Etika Komunikasi Di Media Online Dalam Menangkal Hoaxs
	Tahun	2018
	Persamaan	Persamaan dalam penelitian ini, peneliti terdahulu juga menggunakan pendekatan kualitatif
	Perbedaan	Dalam penelitian ini yang membedakan dengan penelitian ini adalah membahas etika komunikasi dalam menangkal fenomena hoax dan bagaimana mengupayakan pencegahan penyebaran hoax
	Hasil penelitian	Berbicara mengenai etika, berkomunikasi di dunia



		nyata dan dunia maya sebenarnya tidak ada perbedaan. Artinya keduanya dengan berbagai karakteristiknya memiliki porsi yang sama untuk mendapatkan hasil komunikasi yang berkualitas tanpa harus merugikan orang lain. Dari banyaknya masyarakat yang menggunakan media online ini, maka perlu adanya dorongan kepada semua lapisan masyarakat agar memiliki etika bagaimana berkomunikasi dengan baik di media online. Banyak sekali pengguna media online yang memanfaatkan media ini untuk hal-hal yang sifatnya negatif dan dapat merugikan semua pihak, baik itu pemerintah maupun masyarakat itu sendiri. Salah satu dampak negatif yang muncul dari semakin maraknya penggunaan media online adalah banyaknya muncul hoax. Hoax adalah kata yang berarti ketidakbenaran suatu informasi yang disebarkan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab yang bisa meresahkan publik dan bisa merenggangkan persatuan dan kesatuan serta kebersamaan sebagai sesama anak bangsa. Hoax merupakan berita yang tidak bisa dipertanggungjawabkan sumber dan isinya. Hoax bahkan menjadi komoditi yang khusus dilihat oleh berbagai pihak untuk kepentingan yang berbeda dan bisa digunakan industri untuk kepentingan politik, sara, agama.
7	Nama	Lutfi Muawanah
	Judul Penelitian	Etika Komunikasi Netizen Di Instagram Dalam Perspektif Islam
	Tahun	2021
	Persamaan	Persamaan dalam penelitian ini sama sama membahas mengenai etika dan menggunakan metode kualitatif
	Perbedaan	Yang menjadi perbedaan dalam penelitian ini adalah

		<p>lebih mendalam lagi untuk mengetahui etika dalam islam. Penelitian ini menggambarkan permasalahan mengenai etika komunikasi netizen di instagram yang dilihat dari sudut pandang Islam. Etika komunikasi netizen yang dimaksud adalah perilaku yang boleh dan tidak boleh dilakukan oleh orang-orang dalam menyampaikan pesan/gagasan melalui instagram. Teknik penelitian pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer berupa pengamatan pada akun instagram seperti presiden, berita dan publik figur artis. Pada data sekunder, penulis mengambil dari literatur pengetahuan seperti buku dan jurnal yang sifatnya dokumentasi.</p>
<p>Hasil penelitian</p>		<p>Berdasarkan pembahasan diatas, adapun kesimpulan yang ada bahwasanya etika komunikasi dalam menggunakan media instagram sangat diperlukan. Hal ini bertujuan untuk meminimalisir hal-hal negatif yang ditimbulkan dari cara pandang dan tanggapan pembaca atau masyarakat. Etika komunikasi dalam menggunakan media sosial perlu diperhatikan baik dalam menulis status dan komentar harus difikirkan dan dipertimbangkan secara hati-hati agar tidak menyinggung perasaan orang lain meskipun semua pengguna media sosial mempunyai hak kebebasan berpendapat dengan memberikan komentar tanpa ada batasnya. Etika komunikasi juga mendapat perhatian besar dalam agama Islam. Komunikasi yang baik untuk umat Islam adalah komunikasi yang sesuai dengan ajaran Islam yang terkandung dalam Al-Qur'an dan al-Hadits. Dalam penelitian ini, netizen belum sepenuhnya melakukan komunikasi yang sesuai dengan ajaran Islam. Banyak komentar yang tidak santun,</p>

		menyebarkan berita bohong, membicarakan kejelekan orang lain dan menggunakan bahasa kasar. Hal ini sangat disayangkan karena masih banyak netizen yang belum mengindahkan etika komunikasi yang sesuai dengan ajaran Islam. Adapun etika komunikasi dalam menggunakan media sosial yang sesuai dengan ajaran Islam dengan menerapkan enam prinsip komunikasi yang disebutkan dalam Al-Qur'an, yaitu terdiri dari qaulan sadidan, qaulan baligha, qaulan ma'rufa, qaulan karima, qaulan layyina, dan qaulan maysura.
8	Nama	Lugas Rudita Pradana
	Judul	Etika Komunikasi Remaja Dalam Media sosial (studi kasus kualitatif deskriptif komunitas cosplayer dalam menggunakan media sosial facebook)
	Tahun	2018
	Persamaan	Pengumpulan data tentang pemahaman dan penerapan etika dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan wawancara mendalam, serta mengamati dan memperhatikan para netizen yang diteliti dalam menggunakan media sosial
	Perbedaan	penelitian ini adalah Bagaimana nilai-nilai etika komunikasi dalam penggunaan facebook di kalangan komunitas cosplayer Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat pemahaman cosplayer tentang etika dan penerapannya dalam media sosial Facebook
	Hasil Penelitian	Pengetahuan dan pemahaman anggota komunitas UPYM tentang etika dalam menggunakan media sosial Facebook cukup baik. Tetapi penerapan etika dalam bermedia sosial sedikit kurang. Dari 6 informan yang diwawancarai mereka tidak mepedulikan etika saat mengakses media sosial Facebook. Menurut mereka

		<p>menulis di facebook itu bebas untuk mengungkapkan apa yang ada didalam hati. Penggunaan bahasa kasar oleh komunitas UPYM bertujuan untuk menunjukkan jati dirinya. Anggota UPYM ingin menunjukkan diri lewat status Facebook dan lewat komentar, meskipun status dan komentar itu menggunakan bahasa kasar. Karena mereka ingin oranglain tahu bahwa cara bercanda anggota UPYM kasar. Kesadaran anggota komunitas UPYM tentang pentingnya memahami serta menerapkan etika dan aturan dalam menggunakan media sosial Facebook sangatlah tinggi. Hal tersebut bisa dilihat dari hasil wawancara terhadap ke 6 informan yang mengatakan bahwa penting untuk memperhatikan etika dalam menggunakan media sosial Facebook. Meskipun masih ada informan. yang kurang mengetahui tentang etika berinternet, namun bagi informan 86 etika dalam menggunakan internet ataupun media sosial Facebook tidak begitu penting dalam penerapannya untuk berinteraksi dengan orang disekitarnya. Karena mereka ingin orang lain melihat diri mereka yang sebenarnya, jadi orang lain sudah tau bagaimana cara mereka berinteraksi. Selain itu faktor emosi juga mempengaruhi bahasa yang digunakan di Facebook, saat sedang emosi informan melontarkan sindiran atau makian untuk melegakan perasaanya</p>
--	--	--

## **BAB III**

### **METODELOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Untuk melakukan penelitian diperlukan suatu metode guna untuk mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data atau informasi. Menurut sugiyono (2008: 2) metode penelitian adalah suatu cara yang bersifat ilmiah untuk memperoleh suatu data yang memiliki tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian menjadi bagian penting untuk menjaga reliabilitas maupun validitas dari hasil penelitian (Bungin, 2017:76).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Metode penelitian kualitatif adalah suatu prosedur penelitian yang akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata, catatan-catatan yang memiliki hubungan dengan makna, nilai dan pengertian.

Penelitian deskriptif kualitatif memiliki tujuan untuk menjelaskan atau menjabarkan suatu fenomena secara mendalam, melalui proses pengumpulan data. Penelitian kualitatif tidak mengutamakan dari banyaknya suatu populasi yang akan diteliti, tetapi yang ditekankan adalah kedalaman (kualitas data). (Kriyantono, 2014: 56).

#### **3.2 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat atau wilayah dimana penelitian akan melakukan penelitian tersebut. Adapun lokasi penelitian penulis di Universitas Medan Area, Jalan Kolam No.1 Medan estate.



### 3.3 Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah dua bulan, dimana satu bulan digunakan untuk pengumpulan data dan satu bulan untuk melakukan pengeloaan data. Waktu penelitian ini terhitung sejak Januari sampai dengan April 2022.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dapat dimaknai sebagai langkah strategis dalam sebuah penelitian, karena tujuan utama dari suatu penelitian adalah untuk memperoleh data yang akurat, sehingga tanpa adanya teknik pengumpulan data ini maka peneliti tidak akan bisa memperoleh data yang di inginkan dan memenuhi standar yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018:224). Adapun langkah untuk teknik pengumpulan data adalah dengan cara metode wawancara, sobservasi dan dokumentasi.

#### 3.4.1 Wawancara

Menurut seorang ahli yaitu Esterberg dalam Sugiyono (2018:231), wawancara didefinisikan sebagai pertemuan dari dua orang dengan tujuan untuk saling bertukar informasi dan ide-ide, melalui adanya tanya jawab, sehingga dapat membangun makna dalam suatu topik tertentu.

Wawancara dalam penelitian ini, dilakukan secara langsung dengan informan dan menggunakan metode wawancara semiterstruktur dimana pelaksanaannya bersifat lebih bebas dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Wawancara semistruktur memiliki tujuan untuk dapat menemukan suatu permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang di wawancara akan dimintai pendapat serta idenya (Sugiyono, 2018: 233)

Adapun dalam wawancara ini, penulis bertanya secara langsung kepada informan dilokasi penelitian. Kemudian penulis bertanya kepada informan dengan menggunakan bahasa santai atau bahasa sehari-hari dan tidak menggunakan bahasa formal.

### **3.4.2 Observasi**

Secara umum, observasi dapat dimaknai sebagai pengamatan secara fokus terhadap suatu kejadian atau fenomena yang terjadi. Menurut Marshall dalam Sugiyono (2018: 226) Bahwa melalui observasi, peneliti dapat mempelajari tentang berbagai perilaku, serta memaknai perilaku tersebut.

Adapun observasi yang dilakukan penulis adalah pada saat bertemu langsung dengan informan dilokasi penelitian. Peneliti sebagai pengamat independen yang mengamati informan dan mengamati peristiwa di sekitar. Peneliti mengamati Informan dari beberapa aspek, yaitu seperti dari komunikasi non verbal dan komunikasi verbal serta bagaimana informan menyampaikan suatu pesan, apakah dengan cara yang berulang atau tidak

### **3.4.3 Dokumentasi**

Pengumpulan data untuk memperoleh data skunder dengan cara melihat kembali berbagai literatur. Foto dokumentasi yang relevan dengan penelitian ini. Peneliti menggunakan teknik pengambilan data dengan dokumentasi yang berupa pengambilan foto dan video Informan penelitian, data-data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen maupun surat-surat lainnya yang berkenaan langsung dengan penelitian ini berupa berita-berita serta komentar netizen dalam media social

### 3.5 Teknik Analisi Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh menggunakan teknik pengumpulan data seperti wawancara, kuesioner, observasi dan dokumentasi seperti rekaman audio/video serta foto dengan cara mengorganisasikan data dan memilih data yang terpenting serta membuat kesimpulan, sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Sugiyono (2018: 244) menjelaskan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkan kedalam unit, memilih mana yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat di ceritakan kepada orang lain.

Miles dan Huberman dalam sugiyono (2018:244) membuat konsep yang dilakukan secara interaktif melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

#### 1. Reduksi data

Reduksi data berarti merangkum dan memfokuskan kepada hal-hal penting bagi penelitian (Sugiyono, 2018:247). Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data. Proses reduksi data yang penulis lakukan yaitu membuat daftar pertanyaan agar mempermudah penelitian ketika dilapangan.

#### 2. Penyajian data

Penyajian data dapat merupakan kegiatan saat sekumpulan data disusun secara sistematis dan mudah dipahami, sehingga memberikan kemungkinan menghasilkan kesimpulan. penyajian data ini peneliti menyajikan data dalam bentuk teks naratif dengan struktur yang sistematis dan tersusun menjadi beberapa bagian. penelitian ini data yang disajikan adalah mengenai etika kritik di ruang publik media sosial instagram.

### 3. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan mengenai etika kritik di ruang publik media sosial instagram dilakukan setelah melakukan reduksi data dan penyajian.

#### 3.6 Informan Penelitian

Informan memiliki peranan yang penting untuk proses pengambilan data atau informasi dalam. Penelitian ini, Teknik pemilihan informan menggunakan teknik *purposive* (disengaja) dan bersifat tidak acak, dimana subjek penelitian telah dipilih berdasarkan kriteria-kriteria tertentu. Kriteria informan ini di buat terlebih dahulu oleh penulis sebelum memilih informan.

Berikut beberapa kriteria informan yang telah di tetapkan peneliti sebagai yang mewakili dalam pemenuhan dalam informasi yang di butuhkan, yaitu :

- Terdaftar sebagai mahasiswa aktif program studi ilmu komunikasi universitas medan area dan mengikuti akun *Instagram @medantalk*

Penulis bertanya terlebih dahulu terkait keaktifan informan sebagai mahasiswa program studi ilmu komunikasi yang dibuktikan dengan menunjukan kartu rencana studi dan akun Instagram yang sudah di mengikuti *@medantalk*.

- Mengetahui akun *Instagram @medantalk* dan etika dalam berkritik

Sebelum melakukan wawancara dan observasi, penulis bertanya kepada informan terkait tentang akun *@medantalk* dan etika kritik di media sosial itu sendiri.

- Pernah melakukan komentar atau kritik di akun *@medantalk*

### 3.7 Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2018:222) yang dikatakan instrumen atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri, oleh karena itu peneliti sebagai instrumen juga harus diuji (divalidasi) seberapa jauh peneliti siap untuk melakukan penelitian yang selanjutnya akan terjun secara langsung kelapangan. Adapun instrumen selain peneliti itu sendiri adalah pedoman wawancara dan dokumentasi (alat perekam dan kamera).

### 3.8 Keabsahan Data

penelitian ini, teknik analisis Triangulasi dipilih sebagai teknik pemeriksaan keabsahan data. Teknik pemeriksaan keabsahan data ini bertujuan untuk mengukur tingkat kepercayaan (kredibilitas) sehingga dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Analisis Triangulasi sama dengan menganalisis jawaban dari informan dengan cara meneliti kebenarannya menggunakan data empiris (sumber data lainnya) yang tersedia. Disini, jawaban subjek akan *cross – check* dengan dokumen atau bahan referensi yang sudah ada (Kriyantono, 2014:72). Dalam penelitian ini,



teknik keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi sumber dan triangulasi metode adalah:

### 1. Triangulasi Teknik

Triangulasi Teknik adalah untuk menguji kredibilitas suatu data dilakukan dengan cara melakukan pengecekan pada data yang telah di peroleh dari sumber yang sama menggunakan Teknik yang berbeda. Misialnya data yang di peroleh dari hasil observasi, kemudian di cek dengan wawancara.

### 2. Triangulasi sumber

Triangulasi sumber adalah untuk menguji kredibiltas suatu data dilakukan dengan cara melakukan pengecekan pada data yang telah diperoleh dari berbagai sumber data seperti hasil wawancara, arsip, maupun dokumen lainnya.

### 3. Triangulasi Waktu

Waktu dapat mempengaruhi kredibilitas suatu data. Data yang dipeoleh dengan teknik wawancara dipagi hari pada saat narasumber masih segar biasanya akan menghasilkan data yang lebih valid. Untuk itu pengujian kredibilitas suatu data harus dilakukan pengencekan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi pada waktu atau situasi yang berbeda sampai mendapatkan data yang kredibel.

Dapat dijelaskan bahwa pada penelitian ini peneliti menggunakan jenis triangulasi teknik. Yakni triangulasi ini melakukan pengecekan pada data yang sudah diperoleh dari sumber yang sama namun dengan teknik yang

berbeda. Triangulasi ini sendiri peneliti melihat hasil yang di dapat dari observasi, kemudian di cocokan dengan hasil wawancara.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka penelitian mengenai persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area terhadap etika kritik diruang publik media sosial *Instagram* (Studi kasus akun *Instaram @Medantalk*) dapat disimpulkan sebagai berikut

persepsi mahasiswa Ilmu komunikasi universitas Medan Area terhadap etika kritik yang berada di ruang public media sosial khusus nya pada akun *instagram @Medantalk* Adapun isi komentar atau kritik *netizen* pada postingan lesti dan luhut dalam penggunaan ruang publik. Dimana isi kritik yang disampaikan berkata-kata kasar, tidak sopan, menggunakan bahasa yang kurang enak untuk di baca dan menunjukan ketidaksukaan dengan orang yang berada di postingan tersebut. Sedangkan etika komunikasi para netizen dalam memberikan kritik di ruang publik pada postingan *instagram @Medantalk* yang mengenai covid dan boikot lesti banyak kritikan netizen dalam berkomunikasi tidak memiliki etika, sebaaian netizen dalam memberikan komentar atau kritik di ruang publik khususnya pada pemberitaan seperti itu seharus ketika mau mengkritik harus menggunakan bahasa yang sopan dan tidak membuat sakit hati dari pihak mana pun.

#### 5.2 Saran

Dari kesimpulan yang telah dipaparkan, maka peneliti ingin memberikan saran atau masukan yang nantinya dpat memberikan manfaat. Adapun saran yang ingin disampaikan oleh peneliti pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas

Medan Area dan pada Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area Terhadap Etika Kritik Diruang Publik Mediasosial *Instagram* (*Studi kasus akun instagram @Medantalk*), adalah sebagai berikut

1. Kepada mahasiswa yang mengikuti akun @medantalk agar lebih selektif dalam menerima informasi agar tidak menyebabkan persepsi dengan berbagai macam kontroversi di dalamnya.
2. Kepada media, diharapkan dapat menjadi media yang mampu memberikan informasi dengan akurat untuk kedepannya supaya tidak menggiring berbagai macam opini publik. Dengan demikian pengetahuan masyarakat tentang berbagai informasi di tanah air akan semakin bertambah.
3. Kepada akademis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi mahasiswa, khususnya dalam program studi ilmu komunikasi. Penelitian ini diharap mampu menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dan untuk meningkatkan pengetahuan serta menambah wawasan mahasiswa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Nurlailiyah. 2020. *Media & Kritik Sosial*. Sidoarjo
- Agus, Sukrisna. (2009). *Etika Bisnis dan Profesi*. Edisi Revisi. Jakarta: Salemba Empat.
- Alizamar dan Nasbahry. 2016. *Psikologi Presepsi dan Desain Informasi*. Yogyakarta: Media Akademi
- Borjuis, Terj: Yudi Santoso, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Bugin, Burhan. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta. PT. Raja GrafindoPersada
- Bertens, K. (2009). *Pengantar Etika Bisnis*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: PT. Kanisius.
- Efendy, Onong Uchana. (2003). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Ernawan, R Erni. (2012). *Etika Bisnis*. Cetakan Pertama. Bandung: CV. Alfabeta,
- Griffin, Ricky W: Ebert, Ronald J. (2010). *BISNIS. Edisi Kedelapan Jilid 1*, Jakarta: Erlangga.
- Harold Laswell, (2000), Suatu pengantar, Remaja Rosdakarya
- Harbermas, Jurgen, 2010, *Ruang Publik: sebuah Kajian tentang Kategori Masyarakat*
- Irwanto. 2002. *Psikologi Umum*. Jakarta. PT Prehalindo
- Kaelen. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif Bidang Filsafat*. Yogyakarta: Paradigma
- Kriyanto, Rachmat. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Mufid, Muhammad, 2010, *Etika dan Filsafat Komunikasi*, Jakarta: Kencana.
- Mulyana, 2010. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar Bandung*: PT. Remaja Rosdakarya
- Mayfield. (2008). *What is Social Media?*. London: iCrossing
- Oetomo, Budi Sutedjo Dharma. 2007. *E-Education: Konsep Teknologi dan Aplikasi Internet Pendidikan*. Yogyakarta: Andi
- Raco, Jr. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo
- Rakhmat, Jalaludin, 2012. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Sugiyono, 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Walgito. 2010. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: CV Andi.
- Jurnal**
- Siregar, Nina S.S. 2013. Persepsi orang tua terhadap pentingnya pendidikan Bagi Anak. *Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik*. 1 (1) (2) (2013): 13

### Skripsi

- Reza, Jamil Muh, 2021, *Persepsi Mahasiswa Terhadap Penggunaan Media Sosial Youtube Sebagai Media Content Video Creative (Studi Deskriptif Pada Mahasiswa Unismu Makasar)*. Skripsi. Universitas Medan Area
- Rochman, Arif Nur, 2021. *Perilaku Nitezen Dalam Beretika Madia Sosial*. Skripsi. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.



Windrayani, Delvy, 2020, *Persepsi Mahasiswa Terhadap Aktivitas Cattcalling Di Lingkungan Kampus Universitas*. Skripsi. Universitas Medan Area

Zaki, M Lubis, 2021, *Persepsi Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area Angkatan 2017 Pada Acara Indonesia Lawyers Club Tv One*. Skripsi. Universitas Medan area

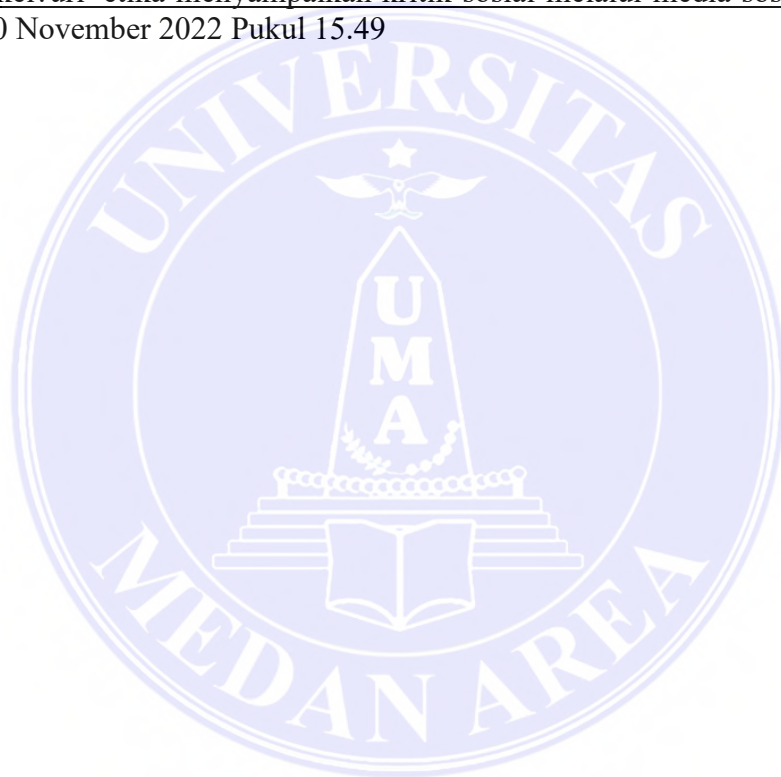
### **Internet**

<http://uma.ac.id> Diakses 22 Oktober 2022, Pukul 15.38

<https://datareportal.com/reports/digital-2018-Indonesia>. diakses pada Minggu, 12 Desember 2022 pukul 11.15 WIB

<https://goodstats.id/infographic/media-sosial-yang-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-2022-JpfD1>) diakses pada 12 Desember 2022 Pukul 23.03

<https://revolusimental.go.id/kabar-revolusi-mental/detail-berita-danartikel?url=etika-menyampaikan-kritik-sosial-melalui-media-sosial> diakses pada 30 November 2022 Pukul 15.49



## LAMPIRAN

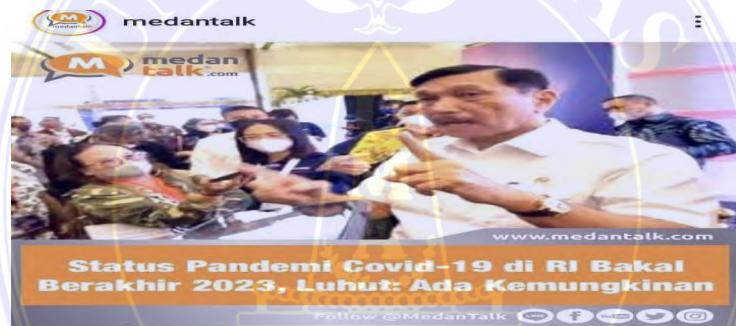
### Lampiran 1 Pedoman Wawancara

#### 1. Identitas Partisipan

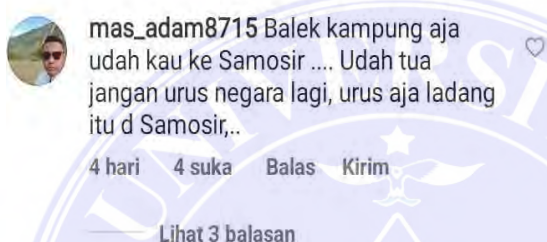
Nama :  
Usia :  
Jenis Kelamin :  
Pendidikan :  
Jurusan :  
Alamat :

#### 2. Pertanyaan

1. Apakah anda pengguna media sosial *Instagram*?
2. Apa yang anda ketahui tentang akun *@medantalk*?
3. apakah anda pernah melakukan komentar/kritik pada akun *@medantalk*?
4. Apa yang menjadi alasan kamu untuk berkomentar/kritik?
5. Bagaimana Tanggapan anda tentang dua postingan ini tersebut?



6. Ketika anda melihat postingan tersebut, apakah anda ada rasa ingin untuk berkomentar?
7. berdasarkan jawaban nomor 6, kritikan seperti apa yang akan anda sampaikan?
8. Bagaimana pandangan anda tentang kritikan tersebut?



9. Apakah setelah melakukan kritik, ada perubahan yang baik?
10. bagaimana etika yang baik untuk berkomentar/krtik di ruang publik media sosial?

## Lampiran 2 Transkrip Wawancara

### Informan 1

Tanggal wawancara : 24 Oktober 2022

Tempat : Kampus Uma (Koridor Fisip Uma)

### Identitas Infirmen 1

Nama : Budi Kurniawan  
Usia : 22 Tahun  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Pendidikan : Mahasiswa  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Alamat : Jl. Pimpinan Gg, Sukadamai No 10

### Hasil Wawancara

1. Apakah anda pengguna media sosial *Instagram*? Iya saya pengguna aktif Instagram
2. Apa yang anda ketahui tentang akun *@medantalk*? Akun ini adalah untuk membagikan berita-berita terhangat yang ada khusus dikota Medan maupun luar kota Medan
3. apakah anda pernah melakukan komentar/kritik pada akun *@medantalk*? Belum pernah, karena saya orang yang tipikal orang yang tidak berani untuk melakukan komentar karena kalau kita asal-asalan buat komentar agak susah, karena ibaratkan ada uu tentang penggunaan digitalisasi komentar yang tidak baik, kita sebagai mahasiswa ya harus tau mana yang baik dan mana yang tidak baik. Karena medantalk itu informasi yang tidak disaring dulu karena sumber data-data yang tidak benar tetap di share di akun *@medantalk* itu sendiri.
4. Apa yang menjadi alasan kamu untuk berkomentar/kritik? Biasanya berkomentar karena ingin menyampaikan pendapat
5. Bagaimana Tanggapan anda tentang dua postingan ini tersebut? Foto yang pertama = Menurut saya itu berita sangat berlebihan ya cara menyampaikannya, karena disitu tertera masih kemungkinan Foto yang kedua = mungkin kecewa dengan keputusan lesti yang mencabut tuntutan tersebut sehingga membuat seolah" hukum bisa dipertanyakan tetapi dia milih berdamai itu juga keputusan yang bagus. Dengan munculnya pemboikotan itu tidak berkomentar banyak karena biarlah menjadi urusan orang itu ga mau memutus rejeki orang.







6. Ketika anda melihat postingan tersebut, apakah anda ada rasa ingin untuk berkomentar? Iya, ada
7. berdasarkan jawaban nomor 6, kritikan seperti apa yang akan anda sampaikan? Tidak mencerminkan orang indonesia, asal berkomentar saja
8. Bagaimana pandangan anda tentang kritikan tersebut?



9. Apakah setelah melakukan kritik, ada perubahan yang baik? Bisa jadi karena dengan mengkritik bisa menyampaikan pendapat kita asal dengan kata yang baik dan sopan tidak menyinggung pihak tersebut.
10. bagaimana etika yang baik untuk berkomentar/krtik di ruang publik media sosial? Menggunakan Bahasa yang baik dan sopan, tidak memojokan orang yang di berita tersebut



## Informan 2

Tanggal Wawancara : 25 Oktober 2022

Tempat : Kampus Uma (Koridor Fisip UMA)

## Identitas Informan 2

Nama : Nava Trilova  
Usia : 22 Tahun  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Pendidikan : Mahasiswa  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Alamat : Jl Beo Medan Perjuangan

## Hasil Wawancara

1. Apakah anda pengguna media sosial *Instagram*? Iya saya pengguna Instagram
2. Apa yang anda ketahui tentang akun *@medantalk*? Medantalk adalah akun informannya anak mredan, menyediakan segala informasi terkini terkhusus Medan dan Sumatera utara.
3. apakah anda pernah melakukan komentar/kritik pada akun *@medantalk*? Tidak pernah berkomentar.
4. Apa yang menjadi alasan kamu untuk berkomentar/kritik? Saya tidak melakukan komentar dan kritik karena menurut saya sebelum melakukan kritik kita harus bisa memahami berbagai macam etika mengkritik
5. Bagaimana Tanggapan anda tentang dua postingan ini tersebut? Untuk kasus yang pertama, menurut saya kata kemungkinan akan menggiring opini publik dalam jumlah besar apalagi statement yang dikeluarkan pada saat masyarakat memiliki kekhawatiran perilah pandemi covid19. Kasus kedua menurut saya berita yang beredar masih cukup simpang siur. Harusnya yang bersangkutan memberikan keterangan dan perilah boikot lesti kejora, saya rasa beliau juga sebagai korban kdrt sekaligus Ibu yang menginginkan anaknya besar dengan kasih sayang dari ayahnya juga





6. Ketika anda melihat postingan tersebut, apakah anda ada rasa ingin untuk berkomentar? Iya
7. berdasarkan jawaban nomor 6, kritikan seperti apa yang akan anda sampaikan? Seperti jawaban Nomor 5
8. Bagaimana pandangan anda tentang kritikan tersebut? Menurut saya komentar seperti ini tidak perlu dilayangkan



9. Apakah setelah melakukan kritik, ada perubahan yang baik?
10. bagaimana etika yang baik untuk berkomentar/krtik di ruang publik media sosial?

### Informan 3

Tanggal Wawancara : 26 Oktober 202

Tempat : Kantin Fisip UMA

### Identitas Informan 3

Nama : Muhammad Dwi Angga

Usia : 23 Tahun

Jenis Kelamin : Laki-laki

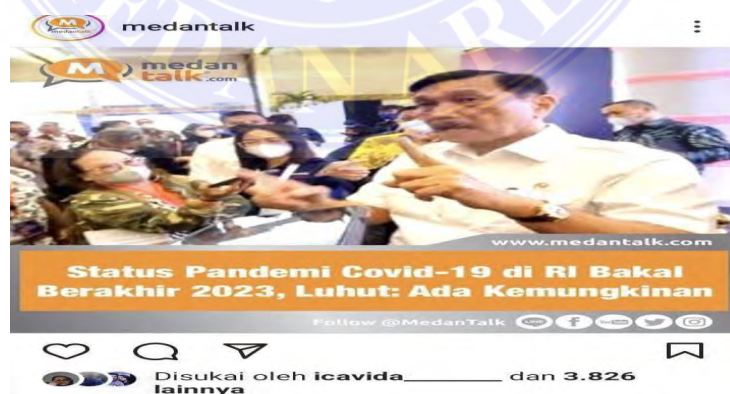
Pendidikan : Mahasiswa

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Alamat : Jl. Nuri Blok 11

### Hasil Wawancara

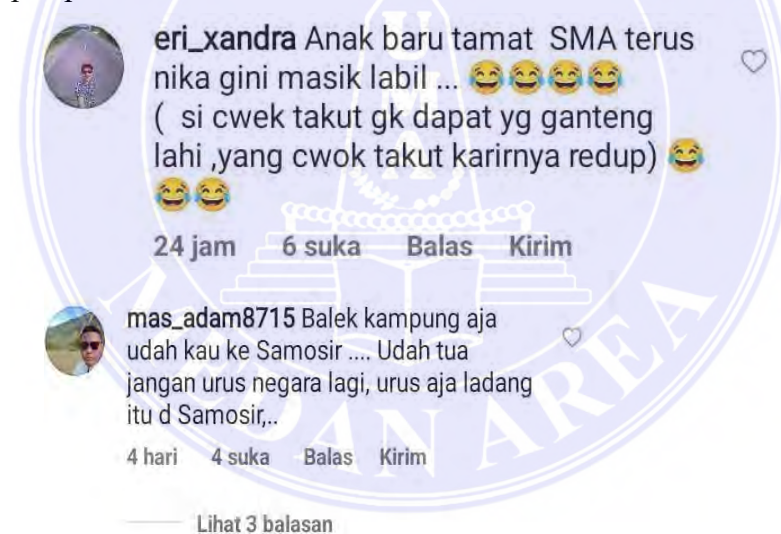
1. Apakah anda pengguna media sosial *Instagram*? Iya saya pengguna Instagram
2. Apa yang anda ketahui tentang akun *@medantalk*? Yang saya ketahui tentang akun tersebut adalah yang membagikan berita atau informasi yang sedang viral di seluruh daerah atau kota medan.
3. apakah anda pernah melakukan komentar/kritik pada akun *@medantalk*? ya
4. Apa yang menjadi alasan kamu untuk berkomentar/kritik? Karena sesuatu yang berguna
5. Bagaimana Tanggapan anda tentang dua postingan ini tersebut? Dari kedua Berita di Atas saya muak dengan berita tersebut yang kasusnya tidak siapsiap, apalagi masalah pandemi. Namun Pada Berita ke Dua itu memang sedang hangat dibicarakan namun itu adalah keputusan untuk lesti lebih baik







6. Ketika anda melihat postingan tersebut, apakah anda ada rasa ingin untuk berkomentar? tidak karena Saya harus mencari tau berita Yang Sesungguhnya
7. berdasarkan jawaban nomor 6, kritikan seperti apa yang akan anda sampaikan? Lebih Berhati-hati dalam Mengambil keputusan Sebelum Memberitahu Ke publik
8. Bagaimana pandangan anda tentang kritikan tersebut? menurut saya keritikan Tersebut kurang Etis Karen kita tahu tidak gampang dalam memberitakan hal Yang sudah lama kita tunggu usai dan bebas menghirup udara segar, untuk komentar kedua itu lah kita memang harus selektif dalam memilih pasangan hidup namun jangan kita menjatuhkan mental si pelapor



9. Apakah setelah melakukan kritik, ada perubahan yang baik? jika Komentar Yang kita sampaikan Baik dan tidak menyakiiti hati seseorg tersebut pasti akan ada perubahan
10. bagaimana etika yang baik untuk berkomentar/krtik di ruang publik media sosial? berkomentar lah sewajar nya sebelum berkomentar pastikan Berita tersebut benar dan ketika kita berkomentar jika memang berita itu benar, berkomentar lah dengan bahasa yang santun.

#### Informan 4

Tanggal Wawancara : 26 Oktober 2022

Tempat : Kantin Fisip UMA

#### Identitas Informan 4

Nama : Indah Rizky Amalia  
Usia : 21 Tahun  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Pendidikan : Mahasiswa  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Alamat : Jl. Perintis Tembung

#### Hasil Wawancara

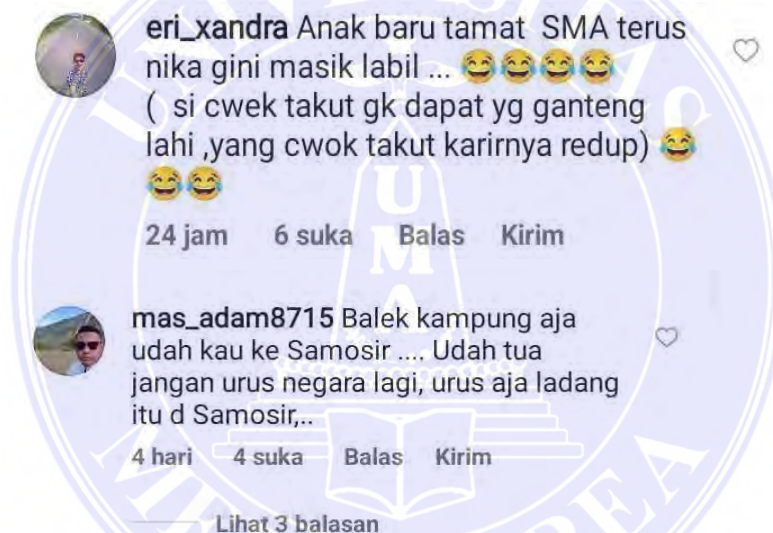
1. Apakah anda pengguna media sosial *Instagram*? Iya saya pengguna Instagram
2. Apa yang anda ketahui tentang akun *@medantalk*? Yang Saya ketahui akun Instagram *@medantalk* itu adalah media yang menyebarkan informasi penting mengenai kota Medan, sekaligus menyebarkan hal yang sedang viral.
3. apakah anda pernah melakukan komentar/kritik pada akun *@medantalk*? ya saya pernah Mengomentari salah satu postingan *@medantalk*
4. Apa yang menjadi alasan kamu untuk berkomentar/kritik? Alasannya karna pada saat itu saya melihat informasi mengenai Pencurian kemudian saya berkomentar menanyakan lokasi kejadian.
5. Bagaimana Tanggapan anda tentang dua postingan ini tersebut? Tanggapansaya mengenai Postingan dua-duanya. saya tidak peduli dikarenakan itu merupakan pengalihan isu yang sedang di skenario pemerintah agar masyarakat tidak peduli dengan kasus-kasus yang sedang hot2 nya







6. Ketika anda melihat postingan tersebut, apakah anda ada rasa ingin untuk berkomentar? Tidak karna saya tidak peduli
7. berdasarkan jawaban nomor 6, kritikan seperti apa yang akan anda sampaikan? Tidak ada
8. Bagaimana pandangan anda tentang kritikan tersebut? Menurut saya berkomentar itu haknya setiap orang, tetapi dri komentarnya yg ada di postingan tersebut itu tidak baik.



9. Apakah setelah melakukan kritik, ada perubahan yang baik? Tidak ada
10. bagaimana etika yang baik untuk berkomentar/krtik di ruang publik media sosial? Etika yang baik dalam berkomentar ialah dengan membatasi perkataan yg berlebihan

## Informan 5

Tanggal Wawancara : 23 Oktober 2022

Tempat : Akhirnya Coffe

### Identitas Informan 5

Nama : DTM Ashraff  
Usia : 23 Tahun  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Pendidikan : Mahasiswa  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Alamat :

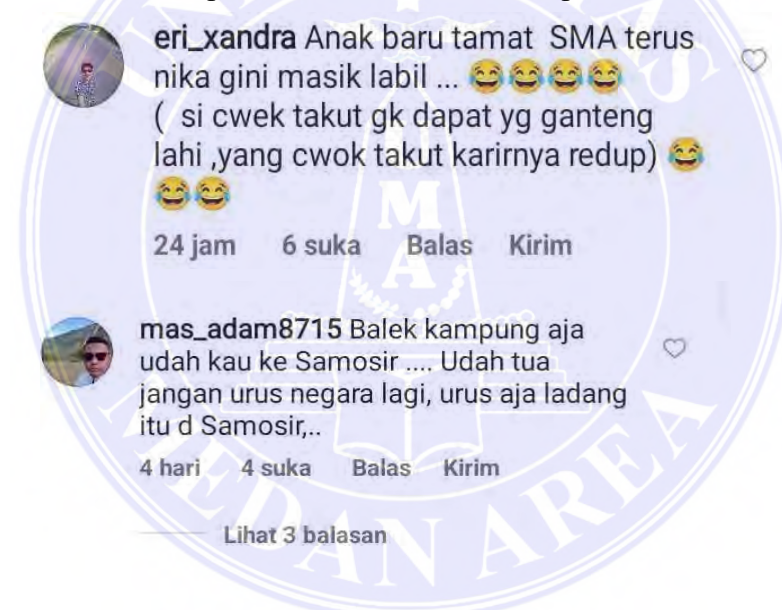
### Hasil Wawancara

1. Apakah anda pengguna media sosial *Instagram*? Iya
2. Apa yang anda ketahui tentang akun *@medantalk*? yang saya ketahui akun medantalk membahas seputaran kejadian atau berita terkini yang terjadi di sekitar daerah medan, tapi terkadang juga membahas soal berita yang lagi hangat di sosial media walaupun diluar medan
3. apakah anda pernah melakukan komentar/kritik pada akun *@medantalk*? Iya pernah
4. Apa yang menjadi alasan kamu untuk berkomentar/kritik? alasan saya dengan menyuarakan pendapat yang ada didalam hati, walaupun mungkin terkadang tidak di *notice*
5. Bagaimana Tanggapan anda tentang dua postingan ini tersebut? tanggapan saya terhadap berita" tersebut menurut saya berita luhut blm tentu benar karena dari jawaban ia saja masih kemungkinan, sedangkan berita lesti menurut saya tidak terlalu penting karena itu hak setiap orang dengan masalah yg dia alami walaupun ia tau ada konsekuensi nya





6. Ketika anda melihat postingan tersebut, apakah anda ada rasa ingin untuk berkomentar? saya hanya ingin berkomentar saja
7. berdasarkan jawaban nomor 6, kritikan seperti apa yang akan anda sampaikan? berita luhut: mau sampe kapan covid digoreng" terus gaabis" padahal tidak terlalu berbahaya seperti yg dipikiran berita lesti: itu hak siar tv nasional mau buat apapun ttg lesti walaupun dia berbuat seperti itu
8. Bagaimana pandangan anda tentang kritikan tersebut? menurut saya kritikan pada luhut hanya lelucon saja, kalau dengan lesti tidak seharusnya berkomentar seperti itu karena itu hak hidup dia



9. Apakah setelah melakukan kritik, ada perubahan yang baik? bisa saja ada perubahan misalkan kritik kita tersebut di notice atau diperhatikan dan pertimbangkan

10. bagaimana etika yang baik untuk berkomentar/krtik di ruang publik

media sosial? menurut saya etika yg baik untuk berkomentar cobala berikan kritik atau komentar yang baik dan bagus karena itu di ruang sosial media semua yang di kritik ada uu nya tidak boleh kita sembarangan mengeluarkan argumen atau kritik yang tidak pantas



## Informan 6

Tanggal Wawancara : 24 Oktober 2022

Tempat : Kampus Uma (Koridor Fisip Uma)

## Identitas Informan 6

Nama : Gilang Maulana  
Usia : 23 Tahun  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Pendidikan : Mahasiswa  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Alamat : Jl. Rw Cangkuk No.3A

## Hasil Wawancara

1. Apakah anda pengguna media sosial *Instagram*? Iya saya pengguna Instagram
2. Apa yang anda ketahui tentang akun *@medantalk*? akun ig medantalk merupakan sosial media yang memberikan informasi atau berita yang ada di kota medan. Baik tentang politik, agama, ataupun lainnya.
3. apakah anda pernah melakukan komentar/kritik pada akun *@medantalk*? Tidak Pernah
4. Apa yang menjadi alasan kamu untuk berkomentar/kritik? Alasan saya utk berkomentar adalah atas hadirnya ketidak cocokkan antara apa yang terjadi dengan yang ada diberita, serta terkesan seperti ditambah-tambahi
5. Bagaimana Tanggapan anda tentang dua postingan ini tersebut? adapun tanggapan saya terhadap berita pandemi berakhir di 2023 Luhut: kemungkinan, menunjukkan bahwa adanya signal permainan covid-19 yang dimana pandemi ini usai di 2023, dan jawaban Luhut masih mengatakan kemungkinan. Adanya ketidakpastian didalamnya. Tanggapan terhadap kasus Lesti Kejora sangat disayangkan ketika masyarakat meminta memboikot Lesti dari kpi, karena Lesti bukan pelaku kdrt, ketika beliau mencabut laporan masyarakat merasa dirugikan.





6. Ketika anda melihat postingan tersebut, apakah anda ada rasa ingin untuk berkomentar? Tidak Ada
7. berdasarkan jawaban nomor 6, kritikan seperti apa yang akan anda sampaikan? Tidak ada
8. Bagaimana pandangan anda tentang kritikan tersebut? menurut saya, dalam berkomentar kita harus mempunyai etika baik itu kepada rekan ataupun kepada artis yg tidak kita kenal. Boleh emosi tapi kita juga harus punya harga diri dalam berkomentar. Kita sibuk ngomentari orang belum tentu komentar kita di lihat oleh mereka.



9. Apakah setelah melakukan kritik, ada perubahan yang baik? tidak bisa dipastikan ada perubahan Baik atau tidak. Karna itu tergantung dari org tersebut. Kalo dia bodo amat dengan kritikan org pasti tidak akan ada perubahan.

10. bagaimana etika yang baik untuk berkomentar/krtik di ruang publik

media sosial? Meninggalkan pesan yang baik, mencari kebenaran berita, tidak percaya begitu saja, menyaring berita dan meninggalkan komentar yang baikMeninggalkan pesan yang baik, mencari kebenaran berita, tidak percaya begitu saja, menyaring berita dan meninggalkan komentar yang baik



## Informan 7

Tanggal Wawancara :25 Oktober 2022

Tempat : Kampus Uma (Koridor Fisip Uma)

### Identitas Informan 7

Nama : Samuel S Sinambela  
Usia : 22 tahun  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Pendidikan : Mahasiswa  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Alamat : Jl. Amal Bakti Gg. Bersama Pasar 7 Tembung

### Hasil Wawancara

1. Apakah anda pengguna media sosial *Instagram*? Iya saya pengguna media Instagram
2. Apa yang anda ketahui tentang akun *@medantalk*? Medantalk ialah salah satu akun yang menyebarkan informasi tentang berita, entertainment, hiburan dan informasi yang sangat penting bagi warga, khususnya warga Medan
3. apakah anda pernah melakukan komentar/kritik pada akun *@medantalk*? Ya saya pernah berkomentar
4. Apa yang menjadi alasan kamu untuk berkomentar/kritik? Alasan saya berkomentar dengan sisi positif, agar warga atau netizen akan tahunya batasan dari sikap mereka yang hanya melihat, bukan meneliti lebih lanjut
5. Bagaimana Tanggapan anda tentang dua postingan ini tersebut? Tanggapan saya mengenai postingan pertama, yaitu status pandemi. Memang benar, akan adanya kemungkinan covid 19 ini berakhir tetapi tak lupa pula untuk tetap menjaga prokes yang saat masih berjalan, agar tidak menambah angka covid yang lebih tinggi lagi. Untuk postingan kedua, saya setuju. Tindakan yang diambil oleh lesti, membuat warga Indonesia, termasuk wanita, sangat kecewa dan kesal. Wanita adalah derajat yang sangat mulia dan harus dijaga dengan baik. Jika lesti sendiri membuat laporan atas kdrt yang dilakukan oleh suaminya, lesti harus berpikir dua kali, apakah ia melanjutkan atau tidak, karena seorang wanita adalah bak bidadari atau malaikat yang senantiasa mempunyai sifat yang lembut nan baik.





6. Ketika anda melihat postingan tersebut, apakah anda ada rasa ingin untuk berkomentar?

7. berdasarkan jawaban nomor 6, kritikan seperti apa yang akan anda sampaikan? Saya akan mengkritik postingan yang pertama, jika saja covid 19 berakhir, warga Indonesia sangat senang, tetapi dengan syarat, tetap mengikuti aturan dari pemerintah, setidaknya menjaga kebersihannya

8. Bagaimana pandangan anda tentang kritikan tersebut? Dari 2 kritikan ini, akan berdampak negatif kepada berita atau kepada orang yang dituju, seperti lesti



9. Apakah setelah melakukan kritik, ada perubahan yang baik? Sejauh ini mungkin ada perubahan

10. bagaimana etika yang baik untuk berkomentar/krtik di ruang publik

media sosial? Penggunaan bahasa yang baik dan benar, memilah kata kata sebelum menyampaikan komentar atau kritik.

### Lampiran 3 Dokumentasi Lampiran



Dtm Asraff



Gilang Maulana





*Muhammad Dwi Angga*



*Indah rizky amalia*



*Budi Kurniawan*



*Samuel S Sinambela*



*Nava Trilova*





## Lampiran 4 Lembaran Izin Permohonan Pengambilan Data

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Kampus I : Jalan Arah-Negeri 1 Medan 20135  
Kampus II : Jalan Tarutung-Negeri 75 Medan 20135  
Website : [www.uma.ac.id](http://www.uma.ac.id) | [info@uma.ac.id](mailto:info@uma.ac.id) | [rektor@uma.ac.id](mailto:rektor@uma.ac.id)

Nomor : Itcy.FIS.3/01.10/X/2022  
Lamp : -  
Hal : Pengambilan Data/Riset

27 Oktober 2022

Kepada Yth,  
**Wakil Rektor Bid. Pengembangan SDM dan Administrasi Keuangan**  
Universitas Medan Area

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan rekomendasi dan kesempatan kepada mahasiswa kami dengan data sebagai berikut :

Nama : Firman  
N P M : 188530020  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Untuk melaksanakan Pengambilan Data/riset ke Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik - Universitas Medan Area, dengan judul Skripsi **Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area Terhadap Etika Kritik Di Ruang Publik Media Sosisal Instagram (Studi Kasus Akun Instagram @medantalk)**

Perlu kami sampaikan bahwa penelitian dimaksud adalah semata-mata untuk tulisan ilmiah dan penyusunan skripsi, ini merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area

Selanjutnya kami mohon kiranya dapat memberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan dan surat keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data pada Instansi/embaga yang Bapak/Ibu pimpin

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

Dekan,  
  
Dr. Dwi Lili Juliana Hasibuan, M.Si

CC : File,-

Logo: BIA-PT, UJMA, PPS SERBAT

Dipindai dengan CamScanner

## Lampiran 5 Pengambilan Data



**UNIVERSITAS MEDAN AREA**  
Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20223  
Kampus II : Jalan Seiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 📠 (061) 8225331 Medan 20122  
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ\_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 1903/UMA/B/01.7/X/2022 31 Oktober 2022  
Lamp. : I (satu) Berkas  
Hal : Izin Penelitian Dan Pengambilan Data

Kepada Yth.  
**Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik**  
Universitas Medan Area  
di - M e d a n

Dengan hormat,  
Sesuai dengan surat Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Medan Area nomor 1154/FIS.3/01.10/X/2022 tertanggal 27 Oktober 2022 perihal Permohonan Izin Penelitian dan Pengambilan Data Tugas Akhir di Universitas Medan Area oleh mahasiswa sebagai berikut :

Nama : **Firman**  
No. Pokok Mahasiswa : **188530020**  
Program Studi : **Ilmu Komunikasi**  
Fakultas : **Ilmu Sosial Dan Politik**

Pada prinsipnya disetujui yang bersangkutan melaksanakan pengambilan data di Lingkungan Universitas Medan Area, untuk menunjang tugas akhir dengan judul Skripsi "**Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area Terhadap Etika Kritik Di Ruang Publik Media Sosial Instagram (Studi Kasus Akun Instagram @MedanTalk).**" Dengan tetap mengikuti protokol Covid-19.

Demikian surat ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wakil Rektor Bidang Pengembangan  
SDM dan Administrasi Keuangan,  
  
Dr. Ir. Siswati, MP

Tembusan :  
1. Mahasiswa Ybs  
2. File



## Lampiran 6 Selesai Pengambilan Data



# UNIVERSITAS MEDAN AREA

Kampus I : Jalan Kualanaram 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 ✉ (061) 7368012 Medan 20223  
Kampus II : Jalan Setiajiwa Nomor 79 / Jalan Sei Seraya Nomor 70 A ☎ (061) 8229942 ✉ (061) 8226331 Medan 20122  
Website: [www.uma.ac.id](http://www.uma.ac.id) E-Mail: [univ.medanarea@uma.ac.id](mailto:univ.medanarea@uma.ac.id)

### SURAT KETERANGAN

Nomor : 1230 /UMA/W/01.7/XII/2022

Rektor Universitas Medan Area dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Firman  
No. Pokok Mahasiswa : 188530020  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Benar telah selesai Pengambilan Data di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area dengan Judul skripsi "**Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area Terhadap Etika Kritik Di Ruang Publik Media Sosial Instagram (Studi Kasus Akan Instagram @MedanTalk)**". Dan kami harapkan Data tersebut kiranya dapat membantu yang bersangkutan dalam penyusunan skripsi dan dapat bermanfaat bagi mahasiswa khususnya Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Demikian surat ini diterbitkan untuk dapat digunakan seperlunya.

Medan, 31 Desember 2022

An Rektor,  
Wakil Rektor Bidang Pengembangan SDM dan  
Administrasi Keuangan,



Ir. Suswati, MP

Tembusan :

- Mahasiswa Ybs
- File



Diproduksi dengan CamScanner