



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA
TAHUN 2020



Modul 4

ETIKA MENULIS DI MEdSOS



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA
TAHUN 2020



Modul 4



ETIKA MENULIS DI MEDSOS

ETIKA MENULIS DI MEDSOS

(Model Pembelajaran Menulis Kreatif pada Era Adaptasi
Kebiasaan Baru)

Penyusun

Juan Amos Nugroho

Agus Gunawan



Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan
2020

KATA PENGANTAR

Keberadaan Taman Bacaan Masyarakat (TBM) dalam dinamika pendidikan nonformal dan informal yang berkembang di masyarakat, diharapkan dapat berkontribusi terhadap penumbuhkembangan minat baca masyarakat untuk mendorong terwujudnya masyarakat pembelajar sepanjang hayat. Karena itulah, berbagai program diluncurkan pemerintah untuk meningkatkan kapasitas TBM sebagai agen pemberdayaan masyarakat, antara lain program Kampung Literasi, Penguatan TBM, dan Apresiasi TBM Kreatif Rekreatif, sebagai manifestasi dari Gerakan Literasi Masyarakat (GLM).

Namun, situasi pandemi Covid-19 yang saat ini terjadi, menyajikan tantangan tersendiri bagi para pengiat literasi atau pengelola TBM, terutama terhentinya layanan-layanan yang biasa dilaksanakan di ruang publik. Untuk itulah, diperlukan formulasi layanan yang adaptif dengan dinamika era kenormalan baru ini, antara lain dengan menyelenggarakan layanan yang berbasis jaringan atau yang biasa disebut dalam jaringan (Daring) sebagai solusi alternatif formula GLM untuk mengatasi permasalahan literasi di tengah pandemi.

Kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi terhadap penyusunan modul yang menjadi suplemen dari model pembelajaran menulis kreatif di era adaptasi kenormalan baru ini. Semoga keberadaan modul ini bisa bermanfaat untuk meningkatkan kualitas pembelajaran menulis kreatif dalam jaringan yang dikelola oleh Taman Bacaan Masyarakat di Indonesia.

Bandung Barat, November 2020
Kepala PP PAUD dan Dikmas Jawa Barat



Dr. Drs. H. Bambang Winarji, M.Pd.
NIP 196101261988031002

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	i
Daftar Isi.....	ii
Etika menulis di media sosial.....	1
Daftar Pustaka.....	34

ETIKA MENULIS DI MEDIA SOSIAL

Beberapa tahun terakhir, teknologi informasi dan komunikasi (TIK) mengalami perkembangan yang sangat pesat. Pesatnya perkembangan TIK menjadikan internet sebagai alat komunikasi utama yang sangat diminati oleh masyarakat. Hal inilah yang melatarbelakangi perubahan teknologi komunikasi dari konvensional menjadi modern dan serba digital.

Perkembangan penggunaan media internet sebagai sarana komunikasi ini pun menjadi semakin pesat setelah internet mulai dapat diakses melalui telephone seluler dan bahkan kemudian muncul istilah telepon cerdas (*smartphone*). Dengan hadirnya *Smartphone*, fasilitas yang disediakan dalam berkomunikasi pun semakin beraneka macam, mulai dari sms, mms, chatting, email, browsing serta fasilitas sosial media.



Definisi Media Sosial

Van Dijk dalam Nasrullah (2015) menyatakan bahwa media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu media social dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial.

Meike dan Young dalam Nasrullah (2015) mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (*to be share one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Menurut Boyd dalam Nasrullah (2015) media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di instansi media massa.

Pada intinya, dengan sosial media dapat dilakukan berbagai aktifitas dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan, visual maupun audiovisual. Sosial media diawali dari tiga hal, yaitu *Sharing*, *Collaborating* dan *Connecting* (Puntoadi, 2011).

Sejak mengenal internet pertama kalinya pada kurun waktu tahun 1999-2000, saya mulai mengenal berbagai macam informasi yang tersaji melalui berbagai macam laman baik swasta ataupun pemerintah. Kami pun mengenal situs jejaring social pertama kali melalui chatting di MIRC, Yahoo Messenger dan Friendster. Dan situs jejaring Sosial yang paling populer digunakan di Indonesia adalah Facebook dan Twitter.



Pengguna facebook dan twitter di Indonesia tergolong sangat banyak, karena sekarang untuk koneksi ke facebook dan twitter dapat diakses melalui smartphone ataupun tablet. Sehingga setiap detik orang-orang dapat berinteraksi dengan teman-teman secara online melalui facebook dan twitter, kapan saja dan dimana saja.

Setelah mendalami apa itu facebook maupun twitter dan apa manfaatnya bagi kita semua dapat ditemui bahwa facebook dan twitter dapat bermanfaat dengan menggunakannya sebagai ajang diskusi dan berbagi ilmu melalui update status yang dibuat teman-teman kita. Dan tidak jarang kira menemukan update status yang sangat tidak bermanfaat seperti mengupdate status dengan kata-kata dan bahasa yang kasar, mengupload foto secara berlebihan dan tidak layak untuk ditampilkan di facebook maupun twitter.

Yang namanya mengikuti trend, semua orang pasti mempunyai jejaring sosial. Bukan hanya satu. Rata-rata memiliki akun facebook, twitter, Instagram dan path sekaligus. Mempunyai gadget canggih dan koneksi yang lumayan tidak sesusah dahulu. Jadi tidak heran, banyak orang bisa mengakses internet kapan saja dan dimana saja mereka berada. Para pengguna internet atau penduduk di dunia maya ini mendapat sebutan baru yaitu Netizen.

Tidak dapat disangkal bahwa pada saat ini sosial media telah menjadi cara baru masyarakat dalam berkomunikasi. Hal ini berdampak pada berbagai sisi kehidupan masyarakat. Kehadiran media sosial telah membawa dampak yang sangat signifikan dalam cara melakukan komunikasi.

Masalahnya, akhir-akhir ini masalah mulai muncul. Dari kasusnya abang Dudi dan seorang perempuan di facebook yang meminta dinikahi membuat netizen gempar. Nampaknya masih banyak yang belum sadar, mengatakan hal tertentu secara sembarangan di jarsos sama saja dengan membuat siaran langsung di televisi. Bukan hanya orang terdekatmu yang akan tahu, tapi seluruh orang di dunia mungkin bisa melihatnya.

Nah! Berkaca dari kasus para haters yang berlebihan dalam mengkritik di media sosial. Sampai orang-orang yang diadili karena menghina orang penting, sebenarnya bagaimana sih tata karma di dunia internet.



1. Berguna Bagi Pembaca

Pada dasarnya Mark Zuckerberg menciptakan facebook agar kita dapat terhubung satu sama lain meskipun berada di tempat yang berbeda. Yang jelas, jejaring sosial bukan diary. Apalagi jika kita mengekspose kehidupan pribadi maupun apapun yang seharusnya kita jadikan sebagai rahasia. Jadi lebih baik untuk bercerita pada teman terdekat dan menggunakan jarsos untuk membagikan informasi-informasi bermanfaat. Media Sosial yang Paling Sering Digunakan oleh Anak dan Remaja

Media Sosial dan Pengaturan Penggunaan

MEDIA SOSIAL	PERATURAN PENGGUNAAN
Facebook 	- Tidak digunakan untuk anak di bawah 13 tahun - Tidak memberikan informasi pribadi palsu (memalsukan identitas) kepada Facebook, dan tidak membuat akun untuk siapapun tanpa izin kecuali untuk diri sendiri - Tidak boleh membuat lebih dari satu akun

MEDIA SOSIAL

PERATURAN PENGGUNAAN

Instagram



- Pengguna Instagram tidak diperkenankan bagi anak berusia dibawah 13 tahun
- Pengguna tidak boleh membagikan konten pronografi, kekerasan, kebencian dan konten sejenisnya dalam Instagram
- Informasi yang diambil oleh Instagram ialah informasi pribadi yang dibagikan oleh pengguna dalam biodata profil pengguna.
Instagram dapat menggunakan konten yang dibagikan oleh pengguna dan informasi yang diambil akan digunakan untuk pengembangan layanan.
- Konten berupa foto, video, pesan dan materi lainnya dapat dibagikan oleh pengguna dan dapat diakses secara global (pengguna dapat mengatur privasi dari konten yang dibagikan).
Konten yang sudah beredar dan disimpan oleh pengguna/orang lain tidak dapat dihilangkan meskipun
- pengguna sudah menghapus

MEDIA SOSIAL

PERATURAN PENGGUNAAN

konten aslinya.

MEDIA SOSIAL	PERATURAN PENGGUNAAN
Path 	- Membuat akun Path pada usia legal (18 tahun ke atas) - Harus memberikan alamat email dan nomor telpon untuk verifikasi melalui SMS - Tidak boleh memberikan informasi pribadi palsu (memalsukan identitas) kepada Path - Memberikan username atau ID yang benar, sesuai dengan nama dan tidak mengandung penghinaan kepada siapapun
Snapchat 	- Pengguna yang dibolehkan memiliki akun Snapchat ialah pengguna yang berusia 13 tahun ke atas - Pengguna menggunakan email dan nomor handphone untuk dapat memiliki akun di Snapchat - Satu pengguna hanya dibolehkan memiliki satu akun Snapchat - Pengguna berhak membuat dan membagikan konten dan Snapchat juga memiliki hak menggunakan konten yang dibagikan oleh

MEDIA SOSIAL

PERATURAN PENGGUNAAN

Twitter



- pengguna.
- Tidak memuat konten SARA dan pengguna harus menghargai konten yang dibuat oleh pengguna lainnya.
 - Twitter tidak memperkenankan pengguna yang berusia 13 tahun ke bawah.
 - Informasi dasar yang diambil oleh Twitter dari pengguna ialah nama, alamat email atau nomor handphone.
 - Aplikasi Twitter juga dapat mengambil informasi *address book* pada handphone pengguna berdasarkan persetujuan pengguna.
 - Informasi lokasi pengguna juga diambil oleh Twitter untuk memaksimalkan layanan bagi pengguna.
 - Setiap kegiatan yang digunakan oleh pengguna dalam Twitter dapat menjadi informasi yang diambil oleh Twitter.

MEDIA SOSIAL

PERATURAN PENGGUNAAN

Misalnya, foto yang sering dibuka, hashtag yang sering dicari dan digunakan.

- Konten yang dibagikan oleh pengguna sepenuhnya menjadi tanggung jawab pengguna.
- Twitter tidak akan membagikan informasi pribadi kepada pihak lain tanpa persetujuan pengguna. Informasi dapat dibagikan kepada pemerintah untuk kepentingan hukum.
- Youtube dapat diakses melalui aplikasi dan browser. Tidak ada batasan usia untuk dapat mengakses video (hanya membuka video tanpa menggunakan layanan komentar, *subscribe* dan lainnya) di Youtube. Namun ada beberapa konten dewasa yang hanya dapat diakses oleh pengguna yang berusia 18 tahun ke atas. Untuk dapat mengakses beberapa layanan yang disediakan Youtube, seseorang harus menjadi pengguna/memiliki akun Youtube

Youtube



MEDIA SOSIAL

PERATURAN PENGGUNAAN

- Membutuhkan akun Google atau email lainnya untuk membuat akun Youtube.
- Pengguna harus berusia 13 tahun untuk dapat membuat akun Youtube.
- Pengguna dapat membagikan video dengan beberapa ketentuan, yakni; video yang akan dibagikan merupakan video orisinal dan bukan hasil bajakan, video tidak boleh mengandung unsur SARA, kekerasan dan pornografi. Pengguna yang membagikan video yang melanggar ketentuan maka akan dihapus oleh Youtube.
- Youtube tidak bertanggung jawab jika video yang dibagikan oleh pengguna akan digunakan atau diambil oleh pihak lain.
- Maka dari itu Youtube menghimbau untuk pengguna berhati-hati membagikan video pribadi atau sejenisnya.

MEDIA SOSIAL	PERATURAN PENGGUNAAN
Whatsapp 	- Untuk menggunakan layanan Whatsapp diperlukan alat canggih berupa ponsel pintar. - Pengguna harus berusia di atas 13 tahun untuk dapat menggunakan layanan Whatsapp - Pengguna harus menggunakan nomor handphone untuk dapat menggunakan layanan Whatsapp dan pengguna harus mengizinkan Whatsapp untuk mengakses <i>address book</i> yang ada di handphone pengguna. - Konten yang dikirimkan oleh pengguna baik itu pesan, foto, video dan file hanya tersimpan di handphone pengguna. Setiap konten yang dikirimkan tidak disimpan di dalam server Whatsapp.

MEDIA SOSIAL

PERATURAN PENGGUNAAN

Line



- Untuk menggunakan LINE, pengguna harus membuat akun LINE terlebih dahulu. Dalam membuat akun dibutuhkan nomor telpon dan email yang aktif digunakan
- Pengguna harus menjaga kata sandi yang digunakan untuk mengakses akun LINE dengan baik
- Jika ada pihak ketiga yang ingin mengakses akun LINE pengguna, LINE akan memberitahu dan menunggu persetujuan pengguna (melakukan verifikasi)
- LINE tidak bertanggung jawab atas segala kerugian yang dilakukan oleh pengguna itu sendiri
- Pengguna dapat meminta LINE untuk menghapus, menambahkan, dan memperbaiki informasi pribadi yang telah dikumpulkan oleh pengguna. LINE dapat mengenakan biaya kepada pelanggan untuk menggunakan informasi pribadi pengguna LINE.

MEDIA SOSIAL	PERATURAN PENGGUNAAN
Google Plus 	- Usia yang diperbolehkan menggunakan Google plus ialah 13 tahun. Ketika membuat akun Google, pengguna diminta memasukkan tanggal lahir untuk memastikan pengguna berada pada usia yang sesuai. - Untuk memiliki akun Google Plus, pengguna harus memiliki akun email Google (gmail). - Informasi yang diminta ketika membuat akun ialah nama, alamat email, nomor handphone dan juga nomor kartu kredit (jika memilikinya). - Google mengambil informasi berkaitan dengan bagaimana pengguna menggunakan layanan yang diberikan seperti: kapan saja pengguna membagikan foto, menonton video dan sebagainya. Informasi lain yang diambil ialah lokasi dan <i>platform</i> apa yang digunakan pengguna untuk mengakses layanan Google Plus. - Informasi atau konten yang dibagikan pengguna melalui layanan Google Plus akan

MEDIA SOSIAL

PERATURAN PENGGUNAAN

terpublikasi secara global dan terindeks dalam mesin pencari Google.

- Google Plus tidak akan membagikan informasi pengguna kepada pihak ketiga tanpa persetujuan pengguna kecuali informasi pengguna dibutuhkan pemerintah untuk menegakkan hukum
- AskFm memiliki dua kategori pengguna, yaitu pengguna yang terdaftar dan pengguna yang tidak terdaftar. Pengguna yang terdaftar harus memberikan data-data pribadi untuk mengakses akun Askfm. Bagi pengguna yang tidak terdaftar, meskipun tidak memberikan data – data pribadi Askfm tetap menyimpan IP Address mereka. Hal tersebut terjadi ketika mereka melontarkan pertanyaan di Askfm.
- Pihak Askfm secara otomatis mengumpulkan informasi bagi pengguna terdaftar maupun tidak terdaftar. Informasi tersebut diperoleh dari penggunaan

Ask fm

askfm

MEDIA SOSIAL

PERATURAN PENGGUNAAN

perangkat, IP Address, dan lokasi pengguna.

- Pihak Askfm tidak akan menjual data-data yang mereka miliki kepada siapapun, kecuali data tersebut digunakan untuk menegakkan hukum dan perusahaan pihak AskFm bekerja sama dengan perusahaan lain.
- Musical.ly hanya boleh digunakan dan diakses oleh pengguna yang berusia 13 tahun ke atas.
- Jika Musical.ly secara tidak sengaja mendapatkan informasi dari pengguna di bawah umur 13 tahun maka informasi atau data tersebut akan dihapus.
- Untuk dapat menggunakan layanan Musical.ly, pengguna harus mengunduh aplikasi di *smartphone* dan mendaftar menjadi pengguna
- Informasi yang diminta Musical.ly ketika mendaftar untuk menggunakan aplikasi ialah nama, alamat, email atau nomor handphone. Pengguna juga dapat

Musical.ly



MEDIA SOSIAL	PERATURAN PENGGUNAAN
	mendaftar menggunakan akun media sosial lainnya seperti Facebook dan Twitter. - Musical.ly mengambil informasi yang dibagikan oleh pengguna dalam aplikasi seperti komentar yang dibagikan - Musical.ly juga mengambil informasi lokasi pengguna berdasarkan persetujuan pengguna. - Informasi yang diambil oleh Musical.ly akan digunakan untuk pengembangan layanan. - Informasi tidak akan dijual dan dibagikan kepada pihak lain oleh Musical.ly tanpa persetujuan dari pengguna. Musical.ly dapat memberikan informasi kepada pemerintah berakitan dengan penegakkan hukum

MEDIA SOSIAL

PERATURAN PENGGUNAAN

Wattpad



- Wattpad tidak diperkenankan bagi anak berusia di bawah 13 tahun
- Pengguna tidak boleh memiliki lebih dari satu akun

Telegram



- Telegram tidak menentukan batasan usia
- Pengguna harus memiliki nomor handphone yang aktif untuk menggunakan media sosial ini
- Data-data pribadi yang dibagikan oleh pengguna tidak diberikan kepada pihak manapun bahkan pemerintah.
- Data percakapan antar pengguna tersimpan di *cloud*. Pengguna memiliki kontrol terhadap data yang tersimpan dan Telegram tidak dapat memiliki akses terhadap data tersebut.

MEDIA SOSIAL

PERATURAN PENGGUNAAN

BBM



- Pengguna BBM tidak diperkenankan bagi anak berusia di bawah 13 tahun tanpa persetujuan orang tua atau wali resminya.
- Informasi pengguna yang anonim (tidak diketahui identitasnya) yang telah dikumpulkan oleh Pihak BBM berhak untuk dijual atau diperdagangkan.
- Pihak BBM juga berhak membagikan informasi pribadi penggunanya di kalangan internal pihak BBM
- Pihak BBM memastikan bahwa data yang dibagikan oleh pengguna merupakan data asli bukan data yang dipalsukan.
- Pihak BBM dapat memberikan informasi pengguna jika diminta pemerintah untuk keperluan hukum.

MEDIA SOSIAL	PERATURAN PENGGUNAAN
Tumblr 	- Pengguna Tumblr tidak diperkenankan bagi anak usia di bawah 13 tahun. - Untuk membuat Tumblr dibutuhkan informasi username, password, usia, dan email aktif. - Meskipun pengguna sudah memasukan username dengan 'anonymus', namun semua informasi data yang digunakan untuk mendaftar Tumblr sudah muncul di publik. Jika ada orang lain sudah mengetahui email yang digunakan untuk membuat Tumblr, email tersebut tetap dapat dicari dan akun Tumblr yang 'anonymus' tetap dapat ditemukan. - Semua informasi dan data yang sudah dibagikan ke publik dapat di salin dan digunakan oleh orang-orang yang menggunakan internet. - Tumblr juga menyimpan IP Address yang digunakan oleh pengguna ketika posting sesuatu. - Pengguna yang menghapus akun Tumblr-nya, tidak sepenuhnya

MEDIA SOSIAL

PERATURAN PENGGUNAAN

dapat menghapus data dan informasi yang sudah dibagikan di Tumblr.

- Karena pihak Tumblr sudah menyimpan data dan informasi tersebut.

Pinterest



- Usia yang diperbolehkan memiliki akun dan menggunakan layanan Pinterest ialah usia 13 tahun ke atas.
- Pengguna dapat membagikan konten berupa foto, komentar dan materi lainnya di Pinterest. Konten yang dibagikan sepenuhnya dimiliki oleh pengguna, tetapi Pinterest dapat mempublikasikannya dan orang lain/ pengguna lainnya dapat menyimpan konten tersebut. Konten yang telah dibagikan dan disimpan oleh pengguna lainnya tidak akan hilang walaupun pemilik konten telah menghapus konten tersebut.
- Konten, komentar, ide dan

MEDIA SOSIAL

PERATURAN PENGGUNAAN

feedback yang dibagikan oleh pengguna dapat digunakan oleh Pinterest secara gratis tanpa adanya kompensasi yang harus diberikan kepada pengguna.

- Pinterest melarang pengguna membagikan konten pornografi dalam bentuk apapun.

Blog



- Untuk menggunakan Blog, pengguna harus memiliki akun Google yang aktif
- Semua data atau konten yang dibagikan oleh pengguna ke dalam Blog, merupakan data-data yang juga diberikan kepada Google. Konten dan data tersebut terindeks dalam mesin pencarian Google.
- Blogger tidak memperkenankan pengguna membuat konten yang bermuatan pornografi, eksploitasi anak, SARA, kekerasan dan informasi pribadi orang lain

MEDIA SOSIAL

PERATURAN PENGGUNAAN

WeChat



- WeChat tidak boleh digunakan oleh seseorang yang berada pada usia 13 tahun ke bawah. Bagi pengguna yang berada di usia 13 hingga 18 tahun harus berada dalam pengawasan orang tua.
- Informasi yang diperlukan untuk mendaftar menjadi pengguna WeChat ialah nomor handphone dan nama akun yang akan digunakan.
- Pengguna bertanggung jawab atas segala konten yang dibagikan oleh pengguna
- WeChat tidak akan menjual konten pengguna kepada pihak ketiga.
- WeChat memiliki hak untuk menggunakan konten yang dibagikan oleh pengguna untuk pengembangan layanan WeChat.

We Heart It



- We Heart It tidak diperkenankan bagi anak berusia di bawah 13 tahun
- Untuk membuat akun We Heart It, pengguna melakukan registrasi

MEDIA SOSIAL

PERATURAN PENGGUNAAN

dengan memasukkan email aktif, kata sandi, username, dan display name

- We Heart It meminta pengguna mengisi profil singkat, foto profil, kota dan negara tempat tinggal untuk dipublikasikan pada platform ini.
- Pengguna yang diperbolehkan menggunakan Skype ialah pengguna yang berada pada usia 13 tahun ke atas. Bagi pengguna yang berada pada usia 13 tahun ke bawah harus dalam pengawasan orang tua.
- Untuk membuat akun Skype, pengguna harus mendaftarkan diri menggunakan email. Informasi yang diminta oleh Skype ialah nomor handphone, alamat email, tanggal lahir, kota dan negara domisili.
-
- Skype dan Microsoft mengambil informasi dari pengguna berdasarkan aktivitas penggunaan yang dilakukan oleh pengguna. Informasi digunakan

Skype



MEDIA SOSIAL

PERATURAN PENGGUNAAN

untuk pengembangan layanan.

Kakao Talk



- Pengguna yang dibolehkan menggunakan layanan Kakao Talk ialah pengguna yang berusia 13 tahun keatas.
- Akun Kakao Talk dibuat dengan menggunakan email. Informasi yang diambil ketika membuat akun ialah nama, nomor handphone dan alamat email.
- Aplikasi Kakao Talk yang dipasang di *smartphone* akan meminta pengguna untuk memberikan akses ke dalam *address book* pengguna.
- Kakao Talk akan menggunakan informasi yang dimiliki pengguna berdasarkan persetujuan pengguna.
- Adapun informasi pribadi yang diambil oleh Kakao Talk akan digunakan untuk meningkatkan layanan.
- Kakao Talk hanya membagikan

MEDIA SOSIAL

PERATURAN PENGGUNAAN

informasi kepada pihak ketiga jika mendapat persetujuan dari pengguna dan diminta oleh pemerintah demi kepentingan hukum.

2. Tidak menyinggung unsur SARA (Suku, Agama, Ras dan Istiadat

Semua orang pasti sudah tahu jika jejaring sosial sangatlah sensitive. Netizen juga tidak kalah sensitifnya. Jadi lebih baik untuk tidak menuliskan hal-hal yang berbau SARA. Negara kita kaya kan budaya, sehingga perbedaan adalah hal yang biasa. Tugas kita adalah saling menghargai. Ya kan?

3. Lindungi Privasi

Memang sih, jejaring sosial memungkinkan kita untuk mengetahui profil orang lain –bahkan yang tidak kenal-. Tapi justru ini akan menimbulkan masalah jika kita begitu saja menerima *request friend* dari orang lain. Jadi lebih baik untuk berteman dengan mereka yang kita ketahui saja.

Semenjak kehidupan di dunia maya hampir sama kompleksnya dengan kehidupan nyata, pemerintah mulai

membuat peraturan khusus. Regulasi adab dalam online telah diatur dalam Undang-undang Nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik (“UU ITE”). Dalam UU ITE tersebut, ketentuan penghinaan dan pencemaran nama baik diatur dalam Pasal 27 ayat (3), sedangkan ketentuan SARA diatur dalam Pasal 28 ayat (2).

Bunyi Pasal 27 ayat (3) UU ITE adalah sebagai berikut:

“Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan penghinaan dan/atau pencemaran nama baik”.

Sedangkan bunyi Pasal 28 ayat (2) UU ITE adalah sebagai berikut:

“Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu dan/atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA)”.

Memperhatikan etika komunikasi di media sosial adalah salah satu hal yang memang penting untuk dilakukan. Bagaimana tidak, media sosial saat ini menjadi bagian dari cara berkomunikasi yang paling digemari orang. Kemudahan dalam komunikasi memang bisa ditemui dengan adanya media sosial ini. Bentuknya pun beragam, dimana pada dasarnya komunikasi yang akan dilakukan biasanya bersifat jaringan luas dan saling terhubung satu sama

lain. Oleh karenanya, apabila dalam berkomunikasi di media sosial tidak memperhatikan etika, maka bisa saja seseorang tersebut menjadi bermasalah hingga menimbulkan konflik dengan orang lain.

Media sosial adalah salah satu bentuk komunikasi digital saat ini. Memang ada ciri-ciri media sosial yang khas yang bisa kita ketahui. Melalui media sosial, banyak orang bisa terhubung dengan mudah. Penyebaran informasi pun relatif lebih cepat dengan adanya media sosial. Ini adalah termasuk jenis metode komunikasi daring. Berikut ini adalah beberapa macam etika yang perlu diperhatikan saat berkomunikasi di media sosial:

Selain itu diperlukan etika di dalam menulis update status:

1. Di dalam penulisan update status hendaknya menggunakan huruf kecil, karena huruf besar atau capital mencerminkan bahwa si penulis sedang marah.
2. Gunakan simbol-simbol yang ada secara bijak
3. Tulislah update statusmu dengan kata-kata dan kalimat yang sopan, hindari kata-kata kasar dan caci makian sehingga membuat para facebooker merasa nyaman untuk membacanya.
4. Jangan terlalu sering mengupdate status rutinitas yang dilakukan oleh setiap orang, sehingga membuat orang

merasa bosan dan terbuang waktunya dari membaca update status yang gak penting seperti mau mandi, kebetel dan lain-lain yang sepantasnya tidak untuk dishare ke semua orang yang ada di facebook.

5. Jangan mengupload foto-foto yang tidak senonoh dan tidak sedap dipandang mata, karena melanggar undang-undang.
6. Menggunakan bahasa yang enak dibaca dan dimengerti oleh semua orang dan terkesan menggurui di dalam berbagi pengalaman.
7. Bersikap adil yang, kita membuat update status dengan mengharap dapat komentar dari teman-teman kita, tetapi kita sendiri tidak pernah mengomentari status milik teman-teman kita.
8. Memilih teman yang baik di dalam facebook ataupun twitter, sehinggadapat memperoleh status yang baik.
9. Meremove atau memblokir teman-teman yang kita pandang update statusnya membuat kamu tidak menyukainya..
10. Janganlah menshare tulisan update status yang bersifat pribadi melalu menu Timeline ataupun News Feed kita, sebaiknya yang bersifat pribadi dapat melalui fasilitas charing ataupun inbox.
11. Jangan membuat update status yang dapat menyinggung orang lain atau pencemaran nama baik.

Ada 8 Etika Komunikasi di Media Sosial Wajib Tahu :

1. Selalu perhatikan penggunaan kalimat

Penggunaan kalimat merupakan bagian yang penting saat berkomunikasi menggunakan media sosial. Kalimat-kalimat dengan susunan yang tepat, disertai tanda baca yang tepat juga merupakan salah satu bagian yang penting supaya etika komunikasi bisa dijaga dengan baik. Hindari menggunakan kalimat-kalimat yang tidak utuh. Kalimat yang tidak utuh bisa memicu timbulnya ambiguitas sehingga bisa menjadi sumber dari kesalahpahaman.

2. Berhati-hati saat menggunakan huruf

Menggunakan huruf dengan benar juga menjadi bagian dari etika komunikasi di media sosial. Mudahnya, selalu gunakan huruf yang wajar. Menulis sesuatu di media sosial dengan menggunakan huruf kapital semua bisa memberikan kesan marah, kecewa dan menantang.

Sebaliknya, menggunakan huruf yang cenderung kecil semua akan menandakan seseorang terlalu abai dan tidak serius mengenai informasi yang sedang akan ia bagikan. Oleh karenanya, penggunaan huruf yang sesuai dan wajar bisa menunjang etika yang baik saat berkomunikasi.

3. Perhatikan pemilihan warna huruf

Warna huruf juga penting untuk diperhatikan. Beberapa media sosial biasanya memberikan fitur ini untuk menambah keragaman dari jenis tulisan yang akan diberikan seseorang. Menggunakan warna huruf merah dengan tulisan yang tebal bisa memiliki kesan menantang dan marah. Persepsi orang yang berbeda-beda ini menjadi alasan mengapa penulisan huruf dengan warna yang standar menjadi penting.

4. Pemilihan simbol dan ikon yang tepat

Dalam media sosial, banyak sekali simbol dan ikon yang seringkali disertakan dalam sebuah informasi atau tulisan. Ada dikenal simbol emoji atau sticker dan lain sebagainya. Manakala akan menggunakan simbol tersebut, pastikan simbol yang digunakan juga tepat.

Menggunakan simbol wajah cemberut pada tulisan juga akan membangun persepsi orang dengan kuat. Oleh karena itu, berhati-hati dalam menggunakan simbol dan ikon adalah penting. Bila perlu, justru hindari menggunakan simbol atau ikon sehingga tulisan dan informasi yang kita buat lebih bersifat netral.

5. Menggunakan bahasa yang sesuai

Bahasa yang sesuai di sini adalah menunjukkan bagaimana tata krama kita saat berkomunikasi dengan orang lain. Perhatikan

dengan siapa kita berbicara. Jangan sampai keluar bahasa-bahasa yang kurang sopan pada orang tertentu sehingga etika dalam komunikasi ini menjadi hilang. Pastikan ini juga menjadi salah satu hal yang diperhatikan saat menggunakan media sosial. Ada efek media sosial yang bisa saja tergantung dari hal ini.

6. Memberikan respon dengan segera

Saat dihubungi melalui media sosial, pastikan kita juga memberikan respon dengan segera. Menunda-nunda untuk memberikan respon atau bahkan mengabaikannya akan memberikan kesan yang jelek. Apalagi sekarang ini banyak sekali media sosial yang juga sudah melengkapi fitur pemberitahuan bahwa pesan yang disampaikan sudah dibaca oleh penerima pesan.

7. Memberikan informasi yang memiliki referensi jelas

Ini adalah poin paling penting dari hampir semua poin yang membahas mengenai etika dalam menggunakan komunikasi media sosial. Informasi yang disebar tanpa referensi yang jelas akan menimbulkan efek berantai terhadap setiap orang.

Hal ini bisa mengundang kesimpang-siuran berita yang tentu saja sangat tidak diharapkan. Istilah yang mungkin kita kenal saat ini adalah berita hoax. Bahkan, hal ini bisa diperkarakan pula di hukum bila penyebaran informasi palsu tersebut memang

disengaja. Ada pengaruh media sosial yang bisa berfungsi secara cepat dalam hal penyebaran info.

8. Tidak memancing pertentangan

Terakhir, hindari melakukan komunikasi yang memancing pertentangan melalui media sosial. Mengingat persepsi orang yang berbeda terhadap paparan informasi, maka kita juga harus memperhatikan hal ini supaya terhindar dampak negatif dari media sosial.

Itulah beberapa macam etika yang perlu kita perhatikan. Jangan sampai media sosial yang fungsinya membantu setiap orang untuk saling terhubung justru memicu permasalahan akibat etika yang tidak diperhatikan. Dengan menggunakan komunikasi yang tepat, maka kita bisa memanfaatkan media sosial dengan lebih baik. Masih ada banyak lagi sebenarnya etika yang perlu diperhatikan, namun setidaknya beberapa poin tadi bisa menjadi etika komunikasi di media sosial yang paling dasar yang bisa mulai kita terapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahsoul, F. (2011). *Belajar Bersama Menulis Sejarah Kampung*. Jogjakarta: Radio Buku.
- Aksan, H. (2015). *Proses Kreatif Menulis Cerpen*. Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia.
- Ariadinata, J. (2016). *Aku Bisa Nulis Fiksi: Panduan Ringkas Jadi Penulis*. Yogyakarta: Diva Press.
- At-thoriq, S. M. (2017). *Gelanggang Kuda: Kumpulan Cerpen*. Tasikmalaya: Langgam Pustaka.
- Dewan Redaksi Ensiklopedia Sastra Indonesia. (2007). *Ensiklopedia Sastra Indonesia*. Bandung: Penerbit Titian Ilmu.
- Fishman, R. (2010). *Menulis Itu Genius: Nasihat-nasihat Kreatif Buat Calon Para Penulis Top*. Jogjakarta: Ar-ruz Media.
- Gie, T. L. (2002). *Terampil Mengarang*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Haryanto, I. (2006). *The New York Times: Menulis Berita Tanpa Takut dan Memihak*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Kinoysan, A. (2016). *Jadi Penulis Nonfiksi? Gampang Kok!* Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kridalaksana, H. (1990). *Kelas Kata dalam Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia.
- Trim, B. (2016). *Menulispedia: Panduan Menulis untuk Mereka yang Insaf Menulis*. Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia.
- Utami, A. (2015). *Menulis dan Berpikir Kreatif: Cara Spiritualisme Kritis*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Zam-zam Noor, A. (2018). *Proses Kreatif Menulis Puisi*.

Residensi