

Edukasi etika bermedia sosial pada mahasiswa Universitas ‘Aisyiyah Yogyakarta

Rinta Arina Manasikana¹, Ade Putranto Prasetyo Wjihato Tunggal²

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas ‘Aisyiyah Yogyakarta

²Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas ‘Aisyiyah Yogyakarta

Article Info

Article history:

Received April 6, 2023

Accepted July 7, 2023

Published November 1, 2023

Kata Kunci:

Etika

Media Sosial

Mahasiswa

Universitas Aisyiyah

ABSTRAK

Di era digital saat ini, penggunaan internet telah menjadi bagian integral dari interaksi sosial masyarakat, dan di Indonesia pun tidak terkecuali. Namun, sayangnya, peningkatan statistik ini tidak proporsional dengan kualitas penggunaannya. Sebagian besar *netizen* di Indonesia tampaknya kurang memperhatikan etika komunikasi saat berselancar *online*. Mereka sering memberikan pujian berlebihan pada hal-hal yang mereka sukai, tetapi juga dapat menggunakan bahasa kasar dan membatasi akun-akun yang tidak mereka sukai. Hal ini dapat mengarah pada tindakan *cyberbullying*. Etika media adalah bagian penting untuk memastikan bahwa komunikasi memenuhi standar profesionalisme yang telah ditetapkan dan mencegah terjadinya *cyberbullying*. Masalah ini juga merupakan topik penting bagi mahasiswa baru di Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta. Meskipun sebagian besar mahasiswa sudah memiliki kemampuan dan pengetahuan tentang etika media sosial, mereka masih memiliki kelemahan dalam memahami dampak apa yang bisa timbul jika mereka tidak memiliki pemahaman tentang etika media sosial, terutama terkait potensi *cyberbullying*. Dengan menggunakan metode *pre-test*, sosialisasi, dan *post-test*, kegiatan layanan ini menunjukkan peningkatan pemahaman mahasiswa baru di Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta tentang etika media sosial dalam mencegah perilaku *cyberbullying*.



Corresponding Author:

Rinta Arina Manasikana,

Program Studi Ilmu Komunikasi,

Universitas ‘Aisyiyah Yogyakarta

Jl. Siliwangi (Ring Road Barat) No 63, Nogotirto, Gamping, Sleman, Yogyakarta, 55292

Email: *rintaarina@unisayogya.ac.id

1. PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir jumlah orang yang terlibat dengan media sosial telah mengalami peningkatan yang drastis. Platform media sosial saat ini digunakan sebagai lokasi utama untuk berjejaring, bersosialisasi, dan yang terpenting, untuk merefleksikan semua aspek kehidupan sehari-hari. Media sosial telah banyak mengalami perubahan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Dahulu, media sosial hanya berupa situs komunitas lokal yang kecil dan tersebar, tetapi sekarang telah menjadi satu perusahaan besar yang memiliki jangkauan global. Selain itu, media sosial juga telah mengalami perkembangan teknologi yang mempengaruhi perilaku manusia, di mana motivasi penggunaannya turut berubah dari waktu ke waktu. Motivasi “sosial” kini telah berkembang di mana platform media sosial digunakan sebagai lokasi utama untuk berjejaring, bersosialisasi, dan yang terpenting untuk merefleksikan semua aspek kehidupan sehari-hari[1].

Di era digital saat ini, penggunaan internet telah menjadi suatu bagian integral yang tidak bisa dipisahkan dari interaksi sosial masyarakat, tak terkecuali di Indonesia. Sebuah data dari *We Are Social* menunjukkan adanya peningkatan yang cukup signifikan atas pertumbuhan pengguna internet di Indonesia dalam kurun waktu lima tahun terakhir dengan perkiraan jumlah pengguna sebanyak 204 juta pengguna di

tahun 2022. Angka ini mengalami peningkatan yang cukup signifikan dibandingkan dengan tahun sebelumnya dengan penambahan 2 juta pengguna di mana mayoritas masyarakat menggunakan internet untuk mengakses media sosial seperti WhatsApp, Instagram, Facebook, Twitter, hingga TikTok[2]. Namun sayangnya, peningkatan statistik ini tidak diimbangi oleh kualitas penggunaannya. Sebuah survei yang dilakukan oleh Microsoft pada tahun 2020, menobatkan warganet Indonesia sebagai negara dengan pengguna internet paling tidak sopan se-Asia Pasifik. Dari sembilan negara di wilayah Asia Pasifik yang diteliti, Indonesia mendapatkan skor sebesar 76 yang lebih tinggi dibandingkan dengan beberapa negara lainnya yaitu Singapura (59), Taiwan (61), Australia (52), Malaysia (63), Filipina (66), India (68), Thailand (69), dan Vietnam (72). Rendahnya angka dalam hal ini mengindikasikan semakin baiknya kualitas yang dimiliki oleh negara tersebut[3].

Sebagian besar warganet di Indonesia tampaknya belum memperhatikan etika komunikasi saat berselancar di dunia maya. Seringkali, warganet memberikan pujian berlebihan terhadap hal-hal yang disukai, tetapi juga sebaliknya, mereka juga bisa menggunakan bahasa yang kasar dan merendahkan setiap akun yang tidak disukai. Hal ini bisa berujung pada tindakan perundungan *online* (selanjutnya akan disebut sebagai *cyberbullying*). Media sosial memiliki potensi besar untuk mempermudah komunikasi dan menyebarkan informasi, tetapi juga memiliki risiko bagi privasi dan integritas. Dalam buku berjudul *Save Our Children from School Bullying* (2017) menjelaskan setidaknya terdapat beberapa macam jenis *cyberbullying* yang kerap kali ditemukan, di antaranya adalah:

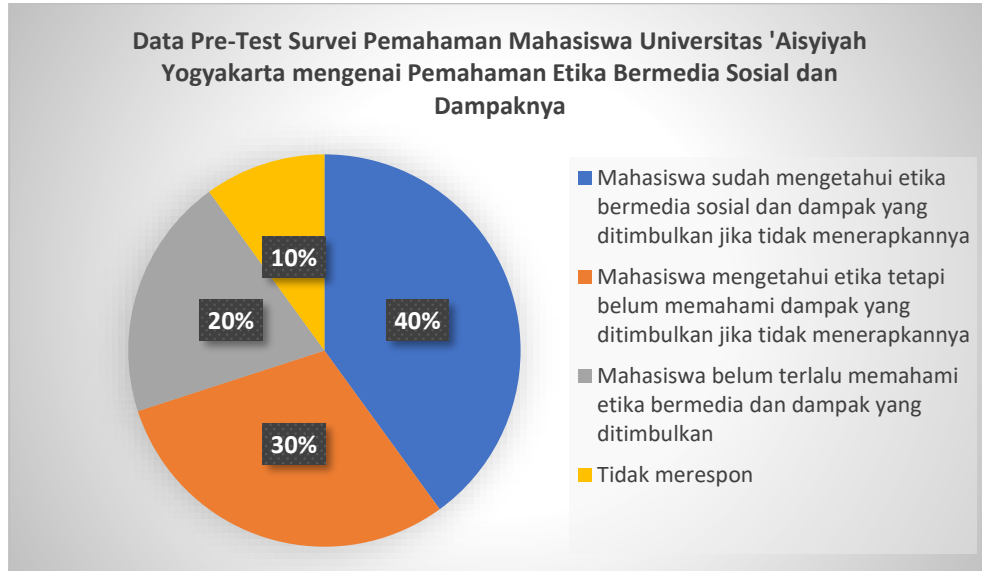
1. *Flaming*, yaitu tindakan mengirimkan pesan yang berisi kata-kata penuh amarah dan frontal;
2. *Harassment*, yaitu pesan-pesan yang berisi gangguan baik pada e-mail, SMS, maupun pesan teks yang dilakukan secara terus-menerus;
3. *Denigration*, yaitu proses mengumbar keburukan seseorang (mencemarkan nama baik) di dunia maya dengan maksud merusak reputasi dan nama baik orang tersebut;
4. *Impersonation*, yaitu berpura-pura menjadi orang lain dan mengirimkan pesan yang tidak baik dengan identitas palsu tersebut;
5. *Outing*, yaitu menyebarkan rahasia, foto-foto, maupun informasi pribadi orang lain;
6. *Trickery*, melakukan tipu daya, membujuk seseorang agar mendapatkan rahasia atau informasi pribadi dari orang tersebut;
7. *Exclusion*, yaitu dengan sengaja melakukan eksklusi (menyingkirkan) seseorang dari suatu kelompok;
8. *Cyberstalking*, yaitu mengganggu dan mencemarkan nama baik seseorang secara intens sehingga membuat ketakutan besar pada orang tersebut.

Sebuah studi yang dilakukan oleh Polling Indonesia dan Indonesian Internet Service Providers Association (APJII) juga menunjukkan bahwa hampir setengah dari pengguna internet di Indonesia pernah menjadi korban *cyberbullying*. Sebagian besar dari 5.900 responden yang ada menyatakan bahwa mereka pernah diejek dan dihina oleh orang lain di dunia maya[4]. Dengan mayoritas penggunaannya yang masih dalam rentang usia 15-19 tahun, etika bermedia sosial tentunya menjadi satu hal yang perlu menjadi perhatian, khususnya bagi para *digital natives* yang kerap menggunakan platform media sosial untuk berbagai keperluan, seperti memperoleh informasi, belajar, hingga keterlibatan masyarakat, politik, dan sosial[5]. Etika dalam bermedia dengan begitu menjadi bagian penting guna memastikan bahwa komunikasi yang terjadi telah memenuhi standar profesionalisme yang telah ditetapkan serta mampu mencegah *cyberbullying*.

Pengetahuan akan etika bermedia sosial, *cyberbullying*, dan dampaknya menjadi sangat penting bagi para masyarakat, khususnya mahasiswa karena dapat berdampak besar pada kehidupan pribadi dan profesional mereka, terlebih bagi mereka yang sedang dalam proses pencairan dan memantapkan diri dalam karier masa depan mereka[6]. Hal ini juga menjadi penting, mengingat berbagai pengusaha maupun perusahaan potensial dapat menggunakan media sosial sebagai cara untuk mengevaluasi pelamar kerja dan reputasi online yang negatif dapat merusak peluang mahasiswa untuk mendapatkan pekerjaan[7]. Dengan memperhatikan apa yang mereka unggah dan menghindari membuat komentar yang dapat dianggap menyinggung atau tidak sensitif, mahasiswa dapat melindungi reputasi online mereka dan meningkatkan peluang sukses mereka di pasar kerja. Meski etika dalam ruang siber atau *netiquette* memiliki beberapa perbedaan dengan etika dalam bentuk lainnya. Namun, seperti halnya aturan etika di kehidupan nyata, *netiquette* juga mengimbau pengguna internet untuk dapat mematuhi etika dan moral guna menciptakan ruang bersama yang nyaman, tenang, dan damai. Melalui kecerdasan dalam bermedia sosial, warganet mampu menerapkan tata krama, sopan santun, dan nilai etis yang perlu dijunjung tinggi[8].

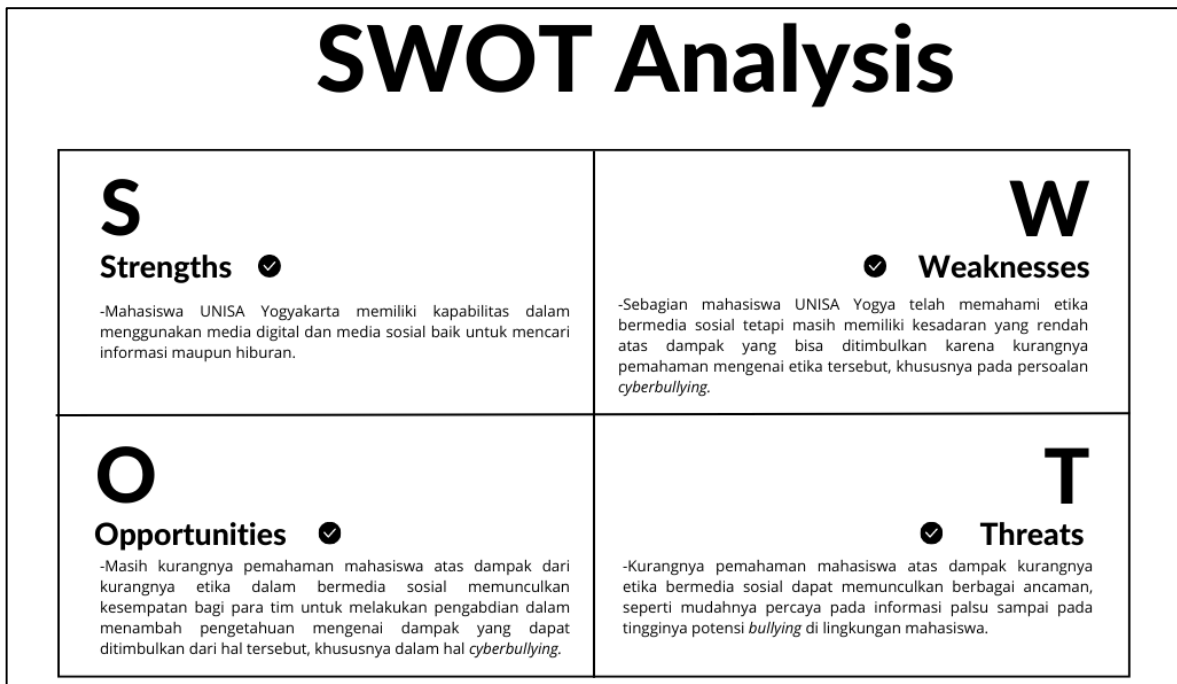
Pada media sosial seringkali ditemukan perilaku yang tidak sesuai dengan etika menggunakan media sosial oleh siswa mengingat usia yang masih muda dan belum memiliki kematangan berpikir sehingga dapat berdampak negatif pada melemahnya etika. Padahal sejatinya setiap pengguna media sosial seharusnya dapat mengontrol perilakunya dalam bermedia sosial. Hal ini dapat dilihat dari masih maraknya muatan di media sosial yang menyinggung unsur SARA, berbau kekerasan dan kebencian, mengandung hoaks sampai *cyberbullying* [9]. Persoalan etika bermedia sosial guna mencegah perilaku *cyberbullying* juga menjadi topik

penting bagi para mahasiswa baru di Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta. Berdasarkan data *pre-test* survei yang telah dilakukan pada 133 perwakilan mahasiswa dari Fakultas Ilmu Kesehatan, Fakultas Sains dan Teknologi, dan Fakultas Ekonomi, Ilmu Sosial dan Humaniora sebagai bentuk pemetaan pemahaman mahasiswa menunjukkan bahwa 40% di antaranya sudah mengetahui etika bermedia sosial dan mengetahui dampak yang ditimbulkan jika tidak menerapkannya, 30% mahasiswa mengetahui etika tetapi belum memahami dampak yang ditimbulkan jika tidak menerapkannya, 20% mahasiswa belum terlalu memahami etika bermedia dan dampak yang ditimbulkan, 10% tidak merespon. Data ini dapat dilihat pada [Gambar 1](#) berikut.



Gambar 1. Grafik Data *Pre-test* Survei Pemahaman Mahasiswa Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta mengenai Pemahaman Etika Bermedia Sosial dan Dampaknya

Berdasarkan *pre-test* yang telah dilaksanakan tersebut, tim pengabdian kemudian menyusun analisis kebutuhan program bagi mahasiswa baru Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta dengan menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*) yang kemudian akan direalisasikan dalam program pengabdian. Adapun hasil analisis SWOT tersebut dapat dilihat pada [Gambar 2](#) berikut.



Gambar 2. Analisis SWOT terhadap Situasi Mitra (Mahasiswa Baru Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta)

Dari analisis SWOT yang telah dilakukan, ditemukan fakta bahwa meski mahasiswa baru Universitas ‘Aisyiyah Yogyakarta telah memiliki kapabilitas untuk menggunakan media digital dan media sosial dalam kesehariannya, mereka masih memiliki kelemahan dalam memahami dampak apa saja yang dapat timbul jika tidak memiliki pemahaman dan pengetahuan mengenai etika bermedia sosial, khususnya mengenai potensi *cyberbullying*. Dari permasalahan tersebut, tim pengabdian melihat perlu dilakukan edukasi tentang etika penggunaan media sosial pada mahasiswa baru di Universitas ‘Aisyiyah Yogyakarta dengan tujuan memberikan pengetahuan kepada mereka mengenai etika dalam penggunaan media sosial untuk menumbuhkan kesadaran mahasiswa agar tidak melakukan *cyberbullying* di media sosial. Setelah diadakan kegiatan sosialisasi etika penggunaan media sosial pada mahasiswa baru di Universitas ‘Aisyiyah Yogyakarta diharapkan mahasiswa mengetahui etika penggunaan media sosial sehingga dapat mencegah terjadinya *cyberbullying* lewat media sosial.

Kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh tim, diikuti oleh setidaknya 133 perwakilan mahasiswa baru yang berasal dari Fakultas Ilmu Kesehatan, Fakultas Sains dan Teknologi, serta Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Humaniora. Kegiatan ini diadakan sebagai salah satu program pembekalan di agenda Masa Taaruf (MATAF) pada hari Kamis, 29 September 2022 dengan metode *pre-test* dan wawancara singkat, pemberian materi dalam bentuk sosialisasi, tanya jawab, serta *post-test* setelah agenda sosialisasi selesai untuk mengetahui sejauh mana kegiatan pengabdian ini berdampak pada kesadaran mahasiswa mengenai etika bermedia sosial dan pencegahan *cyberbullying*.

2. METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian mengenai pentingnya edukasi etika bermedia sosial untuk mencegah *cyberbullying* pada mahasiswa baru di Universitas ‘Aisyiyah Yogyakarta dilakukan oleh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang tergabung dalam tim pengabdian di Universitas ‘Aisyiyah Yogyakarta. Kerangka kerja pengabdian dapat dilihat pada [Gambar 3](#) berikut dan metode yang digunakan dalam penyusunan laporan yaitu menggunakan metode kualitatif.



Gambar 3. Kerangka Kerja Pengabdian

Berdasarkan kerangka kerja pada [Gambar 3](#) tersebut, langkah-langkah kegiatan pengabdian dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Menentukan Mitra Sasaran
Tahap ini tim pengabdian masyarakat melakukan penentuan mitra sasaran kegiatan pengabdian masyarakat.
- b. Analisis Kebutuhan Mitra
Tahap ini tim melakukan observasi dan melakukan *pre-test* survei terhadap 133 perwakilan mahasiswa baru Universitas ‘Aisyiyah Yogyakarta untuk mengetahui kebutuhan mahasiswa terkait materi yang akan diberikan berkaitan dengan etika penggunaan media sosial dalam mencegah tindakan *cyberbullying*.
- c. Merencanakan Kegiatan Pengabdian
Tahap ini tim menentukan materi dan waktu pelaksanaan kegiatan pengabdian yang akan diusulkan ke mitra (Universitas ‘Aisyiyah Yogyakarta) untuk memperoleh persetujuan.
- d. Mempersiapkan Kebutuhan Alat dan Materi
Tahap ini tim mempersiapkan peralatan yang akan digunakan untuk kegiatan pengabdian dan menyiapkan materi yang akan diberikan kepada mahasiswa selama kegiatan berlangsung.

e. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Tahap ini merupakan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh tim, adapun metode yang digunakan dalam kegiatan sosialisasi etika penggunaan media sosial ini antara lain kegiatan *pre-test* survei, sosialisasi, tanya jawab, dan dilanjutkan dengan *post-test* survei.

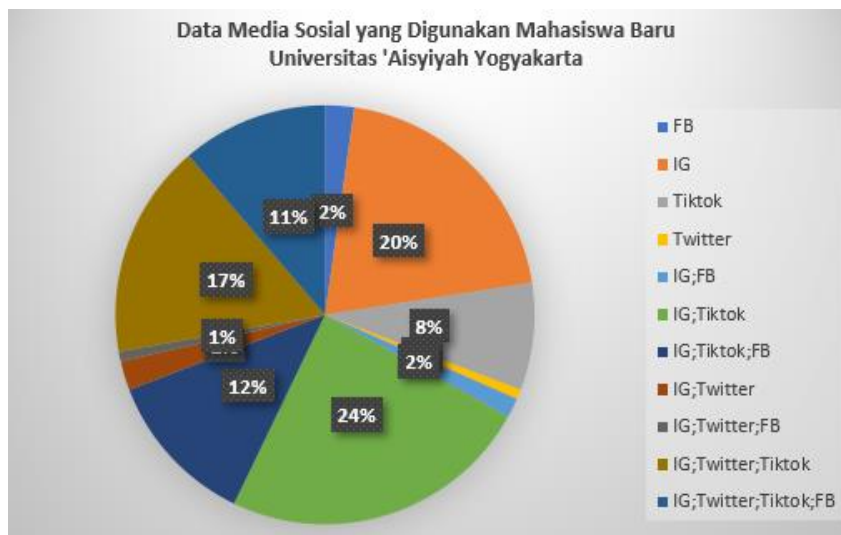
f. Evaluasi Kegiatan Pengabdian

Evaluasi merupakan tahap akhir dari kegiatan pengabdian masyarakat untuk mengetahui ketercapaian tujuan kegiatan sosialisasi etika penggunaan media sosial untuk mencegah terjadinya *cyberbullying*, khususnya di lingkungan mahasiswa baru Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

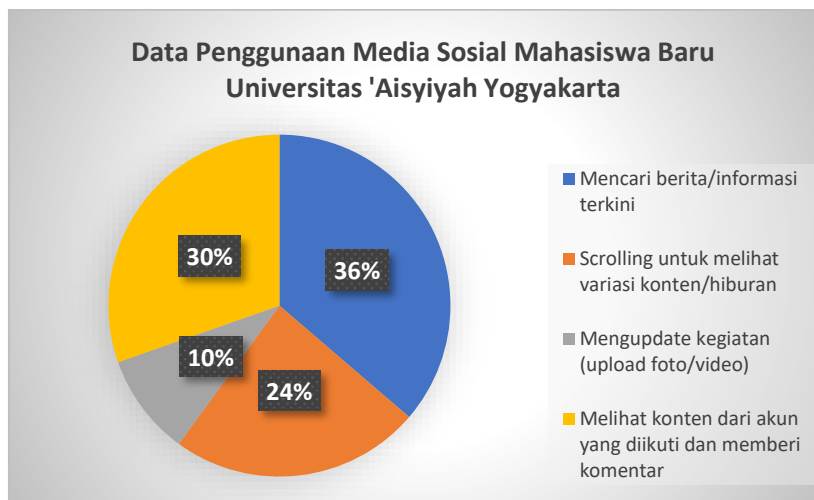
Kemampuan dalam menggunakan internet dan media sosial (kecakapan digital) menjadi salah satu kompetensi wajib yang harus dimiliki masyarakat saat ini untuk menghadapi persaingan di era industri 4.0. Meski begitu, kecakapan yang tidak diimbangi dengan pengetahuan mengenai etika bermedia dapat memiliki dampak yang merugikan, khususnya dalam meningkatkan ancaman *cyberbullying* di ranah media sosial. Hal ini pula yang menjadi salah satu perhatian bagi tim pengabdian terhadap mitra kami, mahasiswa baru di Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta.

Secara umum, mahasiswa Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta telah memiliki kecakapan dan kemampuan dalam penggunaan media sosial yang baik. Hal ini dibuktikan dengan hasil *pre-test* survei atas data penggunaan media sosial yang digunakan. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki kecenderungan untuk menggunakan media sosial dengan berbagai *platform* (*multiplatform*) dengan 3 data teratas yakni 24% mahasiswa menggunakan Instagram dan TikTok, 20% memilih menggunakan Instagram, 17% menggunakan Instagram, Twitter, dan Facebook. Adapun data dan rincian yang lebih lengkap dapat dilihat pada [Gambar 4](#) berikut.



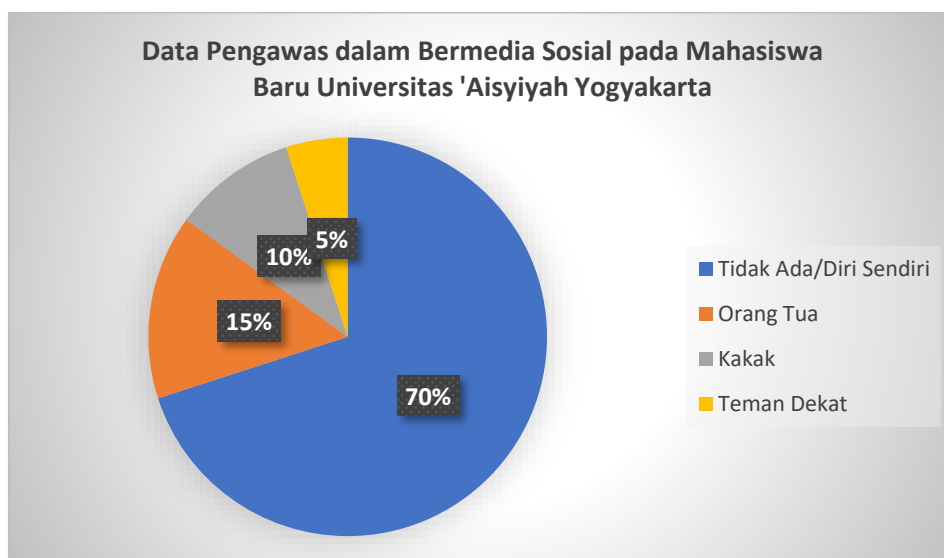
Gambar 4. Data Media Sosial yang Digunakan Mahasiswa Baru Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta

Dalam penggunaannya, mahasiswa baru Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta menggunakan sosial media sebagai ruang untuk mendapatkan informasi, mengabadikan momen, maupun menyimak konten-konten terkini yang menjadi preferensi mereka, seperti info terkini mengenai berita, keseharian orang lain, maupun mencari hiburan. Hal ini seperti terlihat dalam [Gambar 4](#) berikut di mana angka tertinggi yakni 36% ditunjukkan dengan penggunaan media sosial guna mencari berita maupun informasi terkini dan 30% mahasiswa menggunakan media sosial guna melihat konten dari akun yang diikuti (seperti teman dan selebritis idola) dan memberikan komentar mengenai terhadap konten yang ada. Sebanyak 24% mahasiswa juga menggunakan media sosial sebagai pengisi waktu luang seperti tindakan *scrolling* untuk melihat variasi konten maupun hiburan dan 10% sisanya biasa menggunakan media sosial guna mengupdate kegiatan seperti mengunggah foto maupun video keseharian mereka.



Gambar 5. Data Penggunaan Media Sosial Mahasiswa Baru Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta

Dalam menggunakan media sosial, mayoritas mahasiswa baru Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta juga dilakukan tanpa adanya pengawasan dari pihak ketiga seperti kakak maupun orang tua. Hal ini seperti terlihat pada temuan yang tersaji dalam [Gambar 5](#) berikut di mana 70% dari mahasiswa mengaku melakukan pengawasan secara mandiri dalam kegiatan bersosial medianya. Sedangkan sisanya masih mendapatkan pengawasan dari beberapa pihak seperti orang tua dengan 15%, 10% kakak atau anggota keluarga yang lebih tua, dan 5% pengawasan sisanya dilakukan oleh sesama teman. Data pengawas dalam bermedia sosial pada mahasiswa baru Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta dapat dilihat pada [Gambar 6](#).



Gambar 6. Data Pengawas dalam Bermedia Sosial pada Mahasiswa Baru Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta

Berdasarkan hasil *pre-test* dalam bentuk survei dan kemudian dilanjutkan wawancara singkat yang dilakukan kepada beberapa perwakilan mahasiswa baru, ditemukan bahwa mereka seringkali tidak menyadari bahwa mereka telah mengunggah konten maupun komentar yang mengarah pada perbuatan *cyberbullying* terhadap orang lain. Kurangnya pengawasan dalam menggunakan media sosial dalam hal ini juga menjadi satu perhatian, di mana peran pihak ketiga bisa menjadi suatu hal yang krusial khususnya sebagai pihak yang mampu mengingatkan untuk dapat menggunakan media sosial dengan baik, tanpa melukai pengguna lainnya.

Hal ini pula yang kemudian menjadi perhatian tim pengabdian untuk dapat melakukan kegiatan sosialisasi etika bermedia sosial pada mahasiswa baru Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta.

Kegiatan pengabdian masyarakat mengenai sosialisasi etika penggunaan media sosial untuk mencegah *cyberbullying* pada mahasiswa baru Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta dilakukan oleh tim pengabdian yang terdiri dari dosen Program Studi Ilmu Komunikasi. Adapun dalam pelaksanaannya dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

a. Menentukan Mitra Sasaran

Setelah dilakukan musyawarah oleh tim pengabdian masyarakat dan dengan berbagai pertimbangan, tim memutuskan untuk melakukan kegiatan pengabdian di perguruan tinggi Yogyakarta yang kemudian mendapatkan lima usulan tempat mitra. Tim melakukan musyawarah dan sepakat untuk memilih mitra Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta sebagai mitra pengabdian kepada masyarakat sebagai bentuk penguatan dan perluasan informasi mengenai etika bermedia sosial. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan bersamaan dengan rangkaian MATAF (Masa Taaruf), yakni masa orientasi yang secara rutin dilaksanakan oleh Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta setiap tahunnya guna menyambut mahasiswa baru.

b. Analisis Kebutuhan Mitra

Tim bersilaturahmi untuk meminta izin akan melaksanakan kegiatan pengabdian. Tim disambut baik oleh perwakilan Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta, selanjutnya meminta izin untuk melakukan *pre-test* dan wawancara singkat kepada beberapa perwakilan mahasiswa baru untuk mendapatkan informasi mengenai penggunaan media sosial oleh mahasiswa. Setelah mendapatkan informasi yang diperlukan, berdasarkan hasil *pre-test* dan wawancara terhadap perwakilan mahasiswa, ditemukan fakta bahwa meski mereka telah memiliki kecakapan dan kemampuan dalam menggunakan media sosial, masih banyak mahasiswa yang belum sepenuhnya memahami mengenai etika bermedia sosial dan dampak yang dapat ditimbulkan jika tidak menerapkannya, khususnya pada permasalahan *cyberbullying*.

c. Merencanakan Kegiatan Pengabdian

Tim melakukan diskusi untuk menentukan tema yang akan diberikan dan waktu pelaksanaan. Tim sepakat akan memberikan materi etika penggunaan media sosial dan juga mengusulkan waktu pelaksanaan kegiatan pengabdian untuk mendapat persetujuan dari Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta. Perwakilan tim menyampaikan mengenai materi yang akan disampaikan dan waktu pelaksanaan kegiatan tanggal 29 September 2022.

d. Mempersiapkan Kebutuhan Alat dan Materi

Setelah mendapatkan persetujuan tema dan waktu pelaksanaan, tim mempersiapkan kebutuhan peralatan yang akan digunakan. Peralatan yang akan digunakan oleh tim antara lain laptop, *charger*, televisi/proyektor, serta materi. Tim juga membuat materi yang akan disampaikan ke peserta sosialisasi tentang edukasi etika bermedia sosial pada peserta.

e. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian dilaksanakan melalui penyuluhan secara langsung pada para perwakilan mahasiswa baru Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta dengan jumlah 133 orang yang terdiri dari mahasiswa Fakultas Ilmu Kesehatan, Fakultas Sains dan Teknologi, dan Fakultas Ekonomi, Ilmu Sosial dan Humaniora pada hari Kamis, 29 September 2022 dari pukul 09.00-12.00 WIB di Laboratorium Ilmu Komunikasi, Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dalam beberapa bagian acara yaitu:

1. Dilakukan *pre-test* survei dan wawancara singkat kepada perwakilan mahasiswa mengenai pengalaman bersosial media yang dilakukan oleh para peserta. Tujuan dari *pre-test* ini adalah guna menilai kondisi awal pemahaman para mahasiswa terhadap etika bermedia sosial. *Pre-test* survei ini dilakukan dengan mengisi google form yang dibagikan melalui *link* kepada para peserta.
2. Dilanjutkan dengan pemberian materi. Sesi presentasi dilakukan dengan cara yang interaktif dan ringan agar mahasiswa tidak merasa bosan dengan materi yang disajikan. Adapun materi yang disajikan adalah sebagai berikut.

2.1. Akhlak/Etika dalam Bermedia Sosial

Akhlak/etika dalam dunia digital digunakan untuk membantu dalam mengatur batasan sikap dan perilaku dalam ranah media digital. Akhlak/etika dalam berinternet dibagi menjadi dua yaitu (1) *One to Many Communications* ialah komunikasi antar individu dengan beberapa orang. Komunikasi jenis ini dapat terjadi melalui *chat group* ataupun unggahan di media sosial, blog, dan situs web; (2) *One to One Communications* ialah komunikasi antara satu individu dengan individu lainnya melalui suatu dialog. Bisa terjadi melalui email, WhatsApp, Telegram, Line yang sifatnya merupakan untuk mengirim pesan pribadi melalui media digital [10]. Akhlak/etika menjadi suatu hal yang penting, khususnya bagi para mahasiswa agar mampu menjaga sikap dan tidak keluar dari koridor

etika yang ada, dan khususnya sebagai bentuk proteksi diri dan orang lain agar terhindar dari tindakan *cyberbullying*.

2.2. Media Sosial dan Mesin Algoritma

Cara kerja di dunia digital melalui mesin algoritma, di mana mesin algoritma di dunia digital menyebabkan ada penggiringan diksi kata/symbol yang serumpun. Karena itu dengan siapa kita berjejaring dan bagaimana kita menunjukkan siapa diri kita (*Image/citra*) juga ditentukan dengan siapa dia berteman[11]. Dengan begitu, menjaga akhlak/etika menjadi suatu hal yang krusial untuk dilakukan.

2.3. Akhlak/Etika Tercela dalam Bermedia Sosial

Adapun akhlak tercela di dunia digital yang seharusnya dihindari antara lain yaitu: (1) Melakukan *ghibah* fitnah dan menyebarkan permusuhan; (2) Melakukan *cyberbullying*, ujaran kebencian, dan permusuhan berdasarkan suku, ras, atau antara golongan; (3) Menyebarkan materi pornografi, kemaksiatan, dan segala yang terlarang secara *syar'i*; (4) Menyebabkan hoaks serta informasi bohong meskipun dengan tujuan baik dan; (5) Menyebabkan konten yang benar tetapi tidak sesuai dengan tempat atau waktunya[12].

Salah satu bentuk tindakan *cyberbullying* yang marak dilakukan adalah ujaran kebencian (*hate speech*). Ini merupakan ungkapan atau ekspresi yang menganjurkan ajakan untuk mendiskreditkan, menyakiti seseorang atau kelompok orang dengan tujuan membangkitkan permusuhan, kekerasan dan diskriminasi kepada orang atau kelompok tertentu. Ujaran kebencian di dunia digital memiliki efek domino yang sangat berbahaya, terlebih jika dilakukan oleh tokoh publik[13]. Efek buruk diantaranya adalah: (1) Massa yang termakan ujaran kebencian bisa menjadi kalap dengan membenci kelompok-kelompok tertentu; (2) Melakukan tindakan-tindakan inkonstitusional dan melanggar hukum; (3) Polarisasi akibat isu politik yang terbunmbui dengan ujaran kebencian hoaks membahayakan NKRI dan ukhuwah insaniyah[14].

2.4. Bahaya Cyberbullying dan Jejak Digital

Adapun cara manajemen jejak digital antara lain: (1) Memahami jejak atau riwayat digital dan konsekuensinya terhadap kehidupan nyata; (2) Bertanggung jawab serta aktif membangun reputasi digital yang positif; (3) Jejak digital kita bisa positif ataupun negatif. Jejak positif sangat penting untuk hidup kita; dan (4) Banyak pekerjaan/karir seseorang ditentukan oleh jejak digital (profiling). Langkah etika dalam berkomunikasi di media sosial antara lain: (1) Mengamankan data pribadi; (2) Menghargai hasil karya orang lain; (3) Menggunakan bahasa yang baik dan sopan; (4) Menggunakan tata tulis yang benar serta tidak menulis kalimat menggunakan huruf besar; (5) Meninjau ulang kebenaran berita; (6) Menghindari penyebaran SARA, hal tersebut bersifat tidak etis; dan (7) Menghindari sosial media ketika sedang emosi[15]. Contoh presentasi etika bermedia social dapat dilihat pada [Gambar 7](#).



Gambar 7. Presentasi Etika Bermedia Sosial

3. Sesi tanya jawab. Pada sesi ini mahasiswa dipersilakan untuk memberikan pertanyaan terkait dengan materi yang telah disampaikan. Sebagian besar mahasiswa memiliki antusias yang tinggi untuk bertanya, khususnya mengenai tips bijak bermedia sosial.
4. Tahap akhir dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah melakukan *post-test* untuk melihat apakah terdapat perubahan pemahaman peserta terkait dengan etika bermedia sosial. Sama seperti *pre-test* yang dilakukan, *post-test* dilakukan dengan mengisi *google form* yang dibagikan melalui *link* kepada para peserta.

f. Evaluasi Kegiatan

Setelah mendapatkan materi sosialisasi tentang edukasi etika bermedia sosial dapat diperoleh kesimpulan mengenai sudut pandang peserta dalam bermedia sosial sebagai berikut: (1) Lebih bijak dalam menggunakan sosial media dan mencari berita yang benar; (2) Sebelum memberikan informasi kepada orang lain agar tidak menyebarkan informasi hoaks; (3) Membatasi penggunaan media sosial, mencari fakta fakta terlebih dahulu sebelum membagikan berita, lebih bijak dan lebih berpikiran terbuka; (4) menghindari diri dari hal-hal yang sekiranya tidak baik. serta tidak mudah terprovokasi dengan berita yang belum tentu benar adanya; dan (5) Lebih bijak menggunakan sosial media dan mengetahui apa tujuan dasar penggunaan media sosial tersebut.

4. KESIMPULAN

Meski pelaksanaan pengabdian ini hanya dilakukan dalam durasi yang cukup singkat, para peserta memberikan respon positif terhadap kegiatan tersebut. Dari hasil evaluasi dapat diambil kesimpulan bahwa acara yang diselenggarakan berjalan dengan lancar dan mahasiswa Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta sudah memiliki pemahaman yang lebih mengenai etika bermedia sosial dan korelasinya pada pencegahan *cyberbullying* di lingkungan pertemanan. Kegiatan pengabdian ini diharapkan mampu memberikan input yang positif bagi mahasiswa baru Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta dan dapat berlanjut di kesempatan selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] B. Bialy, "Social Media-From Social Exchange to Battlefield," *Source: The Cyber Defense Review*, vol. 2, no. 2, pp. 69–90, 2017, doi: [10.2307/26267344](https://doi.org/10.2307/26267344).
- [2] We Are Social, "DIGITAL 2022: ANOTHER YEAR OF BUMPER GROWTH - We Are Social UK," 2022, [Online]. Available: <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/> (accessed Mar. 18, 2023).
- [3] Vice, "Berdasar Survei Microsoft, Warganet Indonesia Paling Tak Sopan se-Asia Pasifik," 2021, [Online]. Available: <https://www.vice.com/id/article/akd95p/survei-microsoft-netizen-indonesia-perilakunya-paling-tak-sopan-se-asia-pasifik> (accessed Mar. 25, 2023).
- [4] The Jakarta Post, "Half of all netizens in Indonesia victims of cyberbullying: Study - Science & Tech - The Jakarta Post," 2019, [Online]. Available: <https://www.thejakartapost.com/life/2019/05/16/half-of-all-netizens-in-indonesia-victims-of-cyberbullying-study.html> (accessed Mar. 25, 2023).
- [5] N. Barrett-Maitland and J. Lynch, "Social Media, Ethics and the Privacy Paradox," *Security and Privacy From a Legal, Ethical, and Technical Perspective*, Sep. 2020, doi: [10.5772/INTECHOPEN.90906](https://doi.org/10.5772/INTECHOPEN.90906).
- [6] P. Chakraborty, "Turban. E., King. D., Lee. J. K., Liang, T. P., and Turban, D.C., (2015), *Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective*. 8th Ed." Accessed: Mar. 27, 2023. [Online]. Available: https://www.academia.edu/11706168/Turban_E_King_D_Lee_J_K_Liang_T_P_and_Turban_D_C_2_015_Electronic_Commerce_A_Managerial_and_Social_Networks_Perspective_8th_Ed
- [7] G. Karaoglu, E. Hargittai, and M. H. Nguyen, "Inequality in online job searching in the age of social media," *Inf Commun Soc*, vol. 25, no. 12, pp. 1826–1844, 2022, doi: [10.1080/1369118X.2021.1897150](https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1897150).
- [8] Y. Fahrimal, "Netiquette: Etika Jejaring Sosial Generasi Milenial Dalam Media Sosial," *Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan*, vol. 22, no. 1, pp. 69–78, Jun. 2018, doi: [10.46426/JP2KP.V22I1.82](https://doi.org/10.46426/JP2KP.V22I1.82).
- [9] N. J. L. F. Andhi Nur Rahmadi, "# Makincakapdigital Webinar throughout Indonesia as an Implementation of Digital Scout Empowerment for the Community Webinar # Makincakapdigital di Seluruh Wilayah Indonesia sebagai Implementasi Pemberdayaan Pandu Digital untuk Masyarakat," vol. 3, no. 2, pp. 135–150, 2022, doi: [10.52187/rdt.v3i2.106](https://doi.org/10.52187/rdt.v3i2.106).
- [10] M. A. Nugroho and Amsori, "Pentingnya Etika dalam Bermedia Sosial," *Jurnal Hukum Indonesia*, vol. 1, pp. 10–18, 2022. doi: [10.58344/jhi.v1i1.1](https://doi.org/10.58344/jhi.v1i1.1).
- [11] A. Arif Setiawan, C. N. Wijayanti, W. Yuliatmojo, A. A. Setiawan, and U. Surakarta, "Moralitas Bermedia Sosial (Distorsi Etika dalam Perspektif Halal Media : Standar Etika Komunikasi Publik)," *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 3, no. 1, p. 38, 2022.
- [12] I. Farisi and B. Ulfah, "Good And Right Media Socialization," *Prosiding Bamaramu*, vol. 2, no. 1. pp. 120–123, 2022.
- [13] R. W. Taqwa Hariguna, Berlilana, "Sosialisasi Etika Penggunaan Media Sosial untuk Mencegah Bullying pada Siswa MTs Ushriyyah Purbalingga," *Adimas*, vol. 3, no. 2, pp. 107–113, 2023, doi: [10.34306/adimas.v3i2.865](https://doi.org/10.34306/adimas.v3i2.865).
- [14] R. P. M. M. V. A. University Pradita, "Etika Bermedia Sosial Bagi Generasi Z," *Jurnal Filsafat*, vol. Vol 1, no. No 1, pp. 2–14, 2022.
- [15] M. Z. Al-Ayyubi, "Etika Bermedia Sosial Dalam Menyikapi Pemberitaan Bohong (Hoax) Perspektif Hadis," *Jurnal Studi Ilmu-ilmu Al-Qur'an dan Hadis*, vol. 19, no. 2, p. 148, 2019, doi: [10.14421/qh.2018.1902-02](https://doi.org/10.14421/qh.2018.1902-02).

