



Analisis Etika Komunikasi Media Sosial pada Penggunaan Instagram di Kalangan Mahasiswa

Evyy Nurmiati¹, Alysa Rismaira^{2*}

¹⁻²Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Tangerang Selatan, Indonesia

Email Korespondensi: alysa.rismaira24@mhs.uinjkt.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi telah menjadikan media sosial sebagai sarana utama dalam berkomunikasi, berbagi informasi, dan berinteraksi secara digital. Instagram merupakan salah satu platform yang banyak digunakan mahasiswa, namun tingginya intensitas penggunaan turut memunculkan tantangan terkait etika komunikasi, seperti penyebaran informasi yang belum terverifikasi, penggunaan bahasa yang kurang santun, serta pelanggaran privasi. Penelitian ini bertujuan menganalisis etika komunikasi media sosial pada penggunaan Instagram di kalangan mahasiswa, khususnya dikaitkan dengan karakteristik responden. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner berbasis Google Form kepada 55 mahasiswa pengguna Instagram di satu perguruan tinggi, dengan instrumen terdiri atas 10 pernyataan pada empat indikator, yaitu kesantunan berkomunikasi, tanggung jawab digital, privasi dan etika bermedia sosial, serta perilaku etis. Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif berupa frekuensi, persentase, dan nilai rata-rata. Hasil penelitian menunjukkan rata-rata keseluruhan etika komunikasi mahasiswa sebesar 4,50 pada kategori sangat baik, dengan nilai tertinggi pada indikator mempertimbangkan dampak sebelum mengunggah informasi pribadi (4,67) dan nilai terendah pada kesadaran bahwa unggahan dapat memengaruhi orang lain (4,24). Dominasi responden perempuan, semester 3-4, dan pengalaman penggunaan lebih dari lima tahun turut berkontribusi terhadap tingginya kesadaran etika tersebut. Mengingat sampel terbatas pada satu institusi dan desain penelitian bersifat deskriptif, generalisasi hasil perlu dilakukan secara hati-hati. Temuan ini diharapkan menjadi masukan bagi peningkatan literasi digital dan edukasi etika komunikasi di lingkungan perguruan tinggi.

Kata Kunci: Etika komunikasi; Media sosial; Instagram; Mahasiswa; Kuantitatif deskriptif.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan yang signifikan dalam kehidupan masyarakat, khususnya dalam proses komunikasi dan pertukaran informasi. Kehadiran internet memungkinkan individu untuk terhubung dan berinteraksi tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Seiring dengan perkembangan tersebut, media sosial hadir sebagai salah satu inovasi teknologi yang banyak dimanfaatkan untuk berkomunikasi, berbagi informasi, mengekspresikan pendapat, serta membangun hubungan sosial secara daring. Media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern karena mampu memfasilitasi interaksi yang cepat, mudah, dan luas (Xanderina et al., 2024)(Nana et al., 2025).

Salah satu platform media sosial yang memiliki tingkat penggunaan tinggi adalah Instagram. Platform ini menyediakan berbagai fitur, seperti unggahan foto dan video, reels, story, live, serta kolom komentar yang memungkinkan pengguna berinteraksi secara aktif dengan pengguna lainnya. Popularitas Instagram menjadikannya salah satu media sosial yang paling banyak digunakan oleh generasi muda, termasuk mahasiswa. Bagi mahasiswa, Instagram tidak hanya dimanfaatkan sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana memperoleh informasi, memperluas jaringan pertemanan, mengembangkan kreativitas, serta mengekspresikan diri di ruang digital (Rakhmawati et al., 2024).

Penggunaan media sosial tidak hanya menuntut kemampuan pengguna dalam memanfaatkan teknologi, tetapi juga memerlukan tanggung jawab serta penerapan etika komunikasi agar interaksi yang terjalin dapat berlangsung secara positif dan tidak merugikan pihak lain. (Muzaki et al., 2023) menyatakan bahwa etika komunikasi menjadi aspek penting dalam menciptakan lingkungan digital yang sehat karena setiap aktivitas pengguna di media sosial dapat memberikan dampak bagi individu maupun masyarakat. Dalam konteks penggunaan Instagram, (Agustina et al., 2024) menjelaskan bahwa penerapan etika komunikasi dapat diwujudkan melalui penggunaan bahasa yang santun, penyaringan informasi sebelum dibagikan, serta kemampuan menjaga privasi selama berinteraksi di media sosial. Selain itu, (Ilsanti, 2025) mengemukakan bahwa mahasiswa yang memiliki pemahaman etika komunikasi yang baik cenderung menunjukkan perilaku bermedia sosial yang lebih bertanggung jawab, sehingga mampu menggunakan Instagram secara lebih bijaksana dan sesuai dengan norma yang berlaku.

Etika komunikasi dalam penggunaan media sosial mencakup kesantunan berbahasa, kehati-hatian dalam menyampaikan informasi, dan penghormatan terhadap privasi (Saputro et al., 2025). Sejalan dengan hal tersebut, (Ramadhanti et al., 2024) menyatakan bahwa peningkatan kesadaran etika komunikasi menjadi faktor penting dalam menciptakan lingkungan digital yang aman dan bertanggung jawab. Tingginya intensitas penggunaan Instagram memberikan berbagai manfaat bagi penggunanya, namun di sisi lain juga memunculkan berbagai tantangan yang berkaitan dengan etika komunikasi. Kemudahan dalam menyampaikan pendapat dan membagikan informasi sering kali tidak diimbangi dengan kesadaran untuk berkomunikasi secara bertanggung jawab. Fenomena seperti penggunaan bahasa yang tidak santun, penyebaran informasi yang belum terverifikasi, ujaran kebencian, perundungan siber (*cyberbullying*), hingga pelanggaran privasi masih sering ditemukan dalam interaksi di media sosial. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kebebasan berekspresi di ruang digital perlu disertai dengan pemahaman etika agar tidak menimbulkan dampak negatif bagi individu maupun masyarakat (Mas'ud et al., 2025)(Nana et al., 2025).

Etika komunikasi merupakan seperangkat nilai, norma, dan pedoman yang mengatur perilaku individu dalam berinteraksi dengan orang lain. Dalam konteks media sosial, etika

komunikasi dapat diwujudkan melalui penggunaan bahasa yang sopan, penghormatan terhadap pendapat orang lain, tanggung jawab dalam menyebarkan informasi, kesadaran untuk menjaga privasi, serta kemampuan menghindari tindakan yang dapat merugikan pihak lain. Penerapan etika komunikasi yang baik menjadi sangat penting karena media sosial merupakan ruang publik yang dapat diakses oleh berbagai kalangan sehingga setiap aktivitas komunikasi yang dilakukan berpotensi memberikan pengaruh yang luas (Meidiaputri & Mukhlis, 2023).

Mahasiswa sebagai kelompok yang aktif menggunakan media sosial memiliki peran penting dalam menciptakan lingkungan digital yang sehat dan bertanggung jawab. Sebagai bagian dari generasi yang tumbuh bersama perkembangan teknologi digital, mahasiswa dituntut untuk mampu memanfaatkan media sosial secara bijak dengan tetap memperhatikan norma dan etika yang berlaku. Kesadaran terhadap etika komunikasi tidak hanya berpengaruh pada kualitas interaksi di media sosial, tetapi juga mencerminkan tanggung jawab individu dalam menggunakan teknologi informasi secara tepat dan bertanggung jawab (Xanderina et al., 2024).

Penelitian mengenai etika penggunaan media sosial telah banyak dilakukan sebelumnya. Rakhmawati et al. (2024) meneliti etika penggunaan Instagram oleh mahasiswa dengan fokus pada aspek pelanggaran privasi, sedangkan Xanderina et al. (2024) membahas peran etika digital dalam mencegah penyalahgunaan teknologi informasi pada media sosial. Selain itu, Mas'ud et al. (2025) menyoroti pentingnya keseimbangan antara kebebasan berekspresi dan tanggung jawab digital dalam penggunaan media sosial.

Meskipun berbagai penelitian telah membahas etika komunikasi dan etika digital pada media sosial, sebagian besar penelitian masih berfokus pada kajian literatur, aspek pelanggaran privasi, atau tantangan etika secara umum. Penelitian (Afif et al., 2024) mengidentifikasi berbagai tantangan etis dalam penggunaan jejaring sosial melalui pendekatan *systematic literature review*, sedangkan (Lihardi et al., 2026) mengkaji etika penyebaran hoaks dalam perspektif teknologi informasi. Namun, penelitian yang secara khusus menggambarkan tingkat etika komunikasi mahasiswa sebagai pengguna Instagram melalui pendekatan kuantitatif deskriptif berdasarkan indikator kesantunan berkomunikasi, tanggung jawab digital, privasi, dan perilaku etis masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk memberikan gambaran empiris mengenai etika komunikasi media sosial pada penggunaan Instagram di kalangan mahasiswa.

Berdasarkan research gap tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis etika komunikasi media sosial pada penggunaan Instagram di kalangan mahasiswa. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai tingkat penerapan etika komunikasi mahasiswa serta menjadi masukan dalam meningkatkan literasi digital dan kesadaran etika bermedia sosial di lingkungan perguruan tinggi.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif untuk menganalisis etika komunikasi media sosial pada penggunaan Instagram di kalangan mahasiswa. Pendekatan kuantitatif deskriptif digunakan untuk memperoleh gambaran mengenai fenomena yang diteliti berdasarkan data numerik yang diperoleh dari responden melalui kuesioner. Menurut (Zebua & Astuti, 2024), penelitian dengan kuantitatif deskriptif bertujuan untuk menggambarkan suatu fenomena secara sistematis melalui pengukuran dan analisis data yang diperoleh dari responden.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang aktif menggunakan media

sosial Instagram. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria responden dalam penelitian ini meliputi mahasiswa aktif yang memiliki akun Instagram dan menggunakan Instagram dalam aktivitas sehari-hari.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Form. Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator etika komunikasi dalam penggunaan media sosial yang meliputi kesantunan berkomunikasi, tanggung jawab digital, privasi dan etika bermedia sosial, serta perilaku etis dalam berinteraksi di Instagram.

Instrumen penelitian menggunakan skala Likert lima tingkat Menurut (Simamora, 2022), skala Likert merupakan instrumen yang digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat responden terhadap suatu objek penelitian melalui beberapa kategori jawaban yang tersusun secara bertingkat. Selain itu, (Antoro, 2025) menjelaskan bahwa skala Likert menjadi salah satu instrumen yang paling banyak digunakan dalam penelitian sosial karena mudah digunakan, mudah dipahami responden, serta memiliki kemudahan dalam proses interpretasi hasil penelitian.

Kuesioner dalam penelitian ini terdiri atas 10 pernyataan yang diukur menggunakan lima alternatif jawaban sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Skala Likert

Skor	Kategori Jawaban
5	Sangat Setuju (SS)
4	Setuju (S)
3	Netral (N)
2	Tidak Setuju (TS)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)

Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan statistik deskriptif berupa frekuensi, persentase, dan nilai rata-rata (*mean*). Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai tingkat etika komunikasi mahasiswa dalam penggunaan Instagram berdasarkan jawaban yang diberikan oleh responden. Hasil analisis selanjutnya disajikan dalam bentuk tabel dan diagram agar lebih mudah dipahami.

Untuk mempermudah interpretasi hasil penelitian, nilai rata-rata yang diperoleh dikelompokkan ke dalam kategori tertentu. Menurut Antoro (2025), interpretasi skor dapat dilakukan dengan membagi rentang skor tertinggi dan terendah ke dalam beberapa kategori sehingga memudahkan peneliti dalam menjelaskan hasil penelitian secara deskriptif. Kategori interpretasi skor yang digunakan dalam penelitian ini ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Kategori Interpretasi Skor

Interval Skor	Kategori
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Baik
1,81 – 2,60	Tidak Baik
2,61 – 3,40	Cukup
3,41 – 4,20	Baik
4,21 – 5,00	Sangat Baik

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 55 responden yang merupakan mahasiswa pengguna Instagram. Berdasarkan jenis kelamin, responden didominasi oleh perempuan sebanyak 42 orang (76,4%), sedangkan laki-laki sebanyak 13 orang (23,6%). Berdasarkan semester, mayoritas responden berada pada semester 3–4 sebanyak 39 orang (70,9%), diikuti semester 1–2 sebanyak 12 orang (21,8%), semester 7 ke atas sebanyak 3 orang (5,5%), dan semester 5–6 sebanyak 1 orang (1,8%).

Berdasarkan durasi penggunaan Instagram per hari, mayoritas responden menggunakan Instagram selama 1–3 jam per hari sebanyak 20 orang (36,4%), diikuti kurang dari 1 jam sebanyak 15 orang (27,3%), 3–5 jam sebanyak 12 orang (21,8%), dan lebih dari 5 jam sebanyak 8 orang (14,5%). Sementara itu, berdasarkan lama penggunaan Instagram, sebanyak 46 responden (83,6%) telah menggunakan Instagram selama lebih dari lima tahun. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki pengalaman yang cukup panjang dalam menggunakan Instagram sehingga mampu memberikan penilaian yang relevan terhadap aspek etika komunikasi di media sosial.

Analisis Kesantunan Berkomunikasi

Indikator kesantunan berkomunikasi terdiri atas tiga pernyataan, yaitu penggunaan bahasa yang sopan saat berkomentar, penghargaan terhadap pendapat pengguna lain, dan kebiasaan berpikir sebelum menuliskan komentar di Instagram.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata skor untuk penggunaan bahasa yang sopan saat berkomentar adalah 4,27, penghargaan terhadap pendapat orang lain sebesar 4,35, dan berpikir sebelum menulis komentar sebesar 4,60. Nilai tersebut menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat kesantunan komunikasi yang sangat baik dalam penggunaan Instagram.

Tingginya skor pada indikator ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa telah menyadari pentingnya menjaga sopan santun dalam komunikasi digital. Selain itu, mahasiswa juga cenderung menghargai perbedaan pendapat serta mempertimbangkan dampak dari komentar yang akan disampaikan sebelum berinteraksi di media sosial.

Tabel 3. Hasil Indikator Kesantunan Berkomunikasi

Pernyataan	Mean
Bahasa sopan saat berkomentar	4,27
Menghargai pendapat orang lain	4,35
Berpikir sebelum menulis komentar	4,60

Analisis Tanggung Jawab Digital

Indikator tanggung jawab digital terdiri atas tiga pernyataan yang berkaitan dengan verifikasi informasi sebelum dibagikan, kesadaran terhadap dampak unggahan, dan upaya menghindari penyebaran informasi yang belum jelas kebenarannya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata skor untuk memeriksa kebenaran informasi sebelum dibagikan sebesar 4,38, kesadaran bahwa unggahan dapat memengaruhi orang lain sebesar 4,24, dan menghindari penyebaran informasi yang belum jelas kebenarannya sebesar 4,65.

Nilai tersebut menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa telah memiliki kesadaran yang tinggi mengenai tanggung jawab dalam penggunaan media sosial. Mahasiswa tidak hanya memperhatikan isi informasi yang dibagikan, tetapi juga memahami bahwa

aktivitas komunikasi di media sosial dapat memberikan dampak kepada pengguna lain.

Tabel 4. Hasil Indikator Tanggung Jawab Digital

Pernyataan	Mean
Memeriksa kebenaran informasi	4,38
Menyadari dampak unggahan	4,24
Menghindari informasi yang belum jelas kebenarannya	4,65

Analisis Privasi dan Etika Bermedia Sosial

Indikator privasi dan etika bermedia sosial terdiri atas dua pernyataan, yaitu menjaga privasi diri dan orang lain serta mempertimbangkan dampak sebelum mengunggah informasi pribadi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata skor menjaga privasi diri dan orang lain sebesar 4,65, sedangkan mempertimbangkan dampak sebelum mengunggah informasi pribadi memperoleh skor tertinggi yaitu 4,67.

Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki tingkat kesadaran yang sangat baik terhadap pentingnya perlindungan data pribadi dan privasi dalam penggunaan media sosial. Kesadaran tersebut menjadi salah satu bentuk penerapan etika digital yang penting dalam era teknologi informasi.

Tabel 5. Hasil Indikator Privasi dan Etika Bermedia Sosial

Pernyataan	Mean
Menjaga privasi diri dan orang lain	4,65
Mempertimbangkan dampak unggahan informasi pribadi	4,67

Analisis Perilaku Etis

Indikator perilaku etis terdiri atas dua pernyataan, yaitu menghindari penggunaan kata-kata yang dapat menyinggung orang lain dan menerapkan etika komunikasi dalam aktivitas penggunaan Instagram.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata skor menghindari penggunaan kata-kata yang menyinggung orang lain sebesar 4,62, sedangkan penerapan etika komunikasi dalam aktivitas Instagram memperoleh skor 4,60.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden memiliki kecenderungan untuk menjaga perilaku komunikasi yang positif ketika menggunakan Instagram. Tingginya skor pada indikator ini menunjukkan bahwa etika komunikasi telah menjadi bagian dari perilaku mahasiswa dalam berinteraksi di media sosial.

Tabel 6. Hasil Indikator Perilaku Etis

Pernyataan	Mean
Menghindari kata-kata yang menyinggung	4,62
Menerapkan etika komunikasi	4,60

Berdasarkan hasil perhitungan seluruh indikator, diperoleh nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4,50. Nilai tersebut berada pada kategori Sangat Baik karena berada pada rentang 4,21–5,00. Hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki tingkat etika komunikasi yang sangat baik dalam penggunaan Instagram. Aspek dengan nilai tertinggi terdapat pada indikator mempertimbangkan dampak sebelum mengunggah informasi

pribadi dengan nilai rata-rata 4,67, sedangkan nilai terendah terdapat pada indikator menyadari bahwa komentar atau unggahan dapat memengaruhi orang lain dengan nilai rata-rata 4,24. Meskipun demikian, seluruh indikator tetap berada pada kategori sangat baik.

Secara umum, hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa telah menerapkan etika komunikasi dalam penggunaan Instagram melalui perilaku yang santun, bertanggung jawab dalam menyebarkan informasi, menjaga privasi, serta menghindari perilaku yang dapat merugikan pengguna lain. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rakhmawati et al. (2024) yang menyatakan bahwa kesadaran terhadap privasi merupakan salah satu aspek penting dalam etika penggunaan Instagram oleh mahasiswa. Tingginya nilai pada indikator privasi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa responden telah memiliki kesadaran untuk mempertimbangkan dampak sebelum membagikan informasi pribadi di media sosial. Selain itu, temuan ini juga mendukung penelitian Xanderina et al. (2024) yang menjelaskan bahwa penerapan etika digital berperan penting dalam mencegah penyalahgunaan teknologi informasi melalui perilaku yang bertanggung jawab, menjaga privasi, dan menghormati pengguna lain. Selanjutnya, hasil penelitian ini memperkuat temuan Mas'ud et al. (2025) yang menekankan bahwa kebebasan berekspresi di media sosial harus diimbangi dengan tanggung jawab digital agar interaksi di ruang digital tetap berjalan secara etis. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya memiliki pemahaman mengenai etika komunikasi, tetapi juga telah menerapkannya dalam aktivitas penggunaan Instagram sehari-hari.

Secara umum, temuan ini menegaskan bahwa penerapan etika komunikasi di media sosial tidak berdiri sendiri, melainkan dibentuk oleh sejumlah faktor yang melekat pada karakteristik penggunanya (Afriani & Azmi, 2020). Pola nilai rata-rata yang tinggi pada seluruh indikator dalam penelitian ini pun tidak dapat dilepaskan dari karakteristik responden penelitian. Dominasi responden perempuan (76,4%) turut memengaruhi capaian skor pada indikator kesantunan berkomunikasi dan perilaku etis. Mutiarani et al. (2024) menemukan bahwa mahasiswa perempuan cenderung lebih memperhatikan pemilihan kata dan dampak emosional dari komentar yang dituliskan di media sosial dibandingkan mahasiswa laki-laki, sehingga kecenderungan tersebut sejalan dengan tingginya skor pada pernyataan berpikir sebelum menulis komentar (4,60) dan menghindari kata-kata yang menyinggung (4,62) pada penelitian ini.

Karakteristik semester juga berkontribusi terhadap capaian indikator tanggung jawab digital. Mayoritas responden berada pada semester 3–4 (70,9%), yaitu tahap perkuliahan ketika mahasiswa mulai memperoleh mata kuliah yang menekankan literasi informasi dan etika akademik. Timur et al. (2021) menjelaskan bahwa mahasiswa pada tahap pertengahan studi memiliki pemahaman etika bermedia sosial yang lebih matang dibandingkan mahasiswa tingkat awal karena telah terpapar pembelajaran tentang tanggung jawab komunikasi dalam perkuliahan, sehingga hal tersebut sejalan dengan skor tinggi pada pernyataan menghindari penyebaran informasi yang belum jelas kebenarannya (4,65) dalam penelitian ini.

Durasi penggunaan Instagram turut menjelaskan tingginya kesadaran privasi pada responden. Sebanyak 83,6% responden telah menggunakan Instagram lebih dari lima tahun, sehingga responden memiliki pengalaman yang panjang dalam berinteraksi di media sosial. Rakhmawati et al. (2024) menyatakan bahwa lama penggunaan media sosial berbanding lurus dengan kewaspadaan pengguna terhadap risiko pelanggaran privasi, karena pengguna dengan pengalaman lebih lama cenderung pernah menghadapi atau

menyaksikan kasus penyalahgunaan data pribadi sehingga membentuk sikap kehati-hatian. Kondisi ini relevan dengan capaian skor tertinggi pada indikator privasi dalam penelitian ini, yaitu mempertimbangkan dampak sebelum mengunggah informasi pribadi (4,67).

Namun demikian, skor terendah pada penelitian ini terdapat pada indikator kesadaran bahwa unggahan dapat memengaruhi orang lain (4,24). Agustiana et al. (2024) mengungkapkan bahwa mahasiswa generasi Z memang sudah memahami norma etika dalam berkomunikasi, tetapi kesadaran terhadap dampak sosial dari unggahan pribadi terhadap orang lain masih lebih rendah dibandingkan aspek etika lain karena orientasi penggunaan Instagram pada generasi ini lebih banyak diarahkan pada aktualisasi diri. Kondisi tersebut turut menjelaskan mengapa indikator ini memperoleh skor terendah meskipun tetap berada pada kategori sangat baik. Selaras dengan itu, Irawati (2025) mengemukakan bahwa kebiasaan berkomunikasi etis mahasiswa di satu platform media sosial cenderung terbawa pada platform lain karena etika digital yang telah terbentuk bersifat lintas platform, sehingga tingginya etika komunikasi mahasiswa dalam penggunaan Instagram pada penelitian ini turut mencerminkan pola komunikasi digital mahasiswa secara umum.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis etika komunikasi media sosial pada penggunaan Instagram di kalangan mahasiswa melalui pendekatan kuantitatif deskriptif. Berdasarkan hasil analisis terhadap 55 responden, diperoleh nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4,50, yang termasuk dalam kategori sangat baik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa telah menerapkan etika komunikasi secara positif dalam penggunaan Instagram. Berdasarkan empat indikator yang diteliti, aspek privasi dan etika bermedia sosial memperoleh nilai rata-rata tertinggi, khususnya pada pernyataan mengenai pertimbangan dampak sebelum mengunggah informasi pribadi (4,67). Sementara itu, nilai rata-rata terendah terdapat pada indikator kesadaran terhadap dampak komentar atau unggahan terhadap orang lain (4,24), meskipun masih berada pada kategori sangat baik. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa telah memiliki kesadaran yang tinggi dalam menggunakan bahasa yang santun, menghargai pendapat orang lain, bertanggung jawab dalam menyebarkan informasi, menjaga privasi, serta menghindari perilaku yang dapat merugikan pengguna lain di media sosial.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam menafsirkan hasil yang diperoleh. Pertama, sampel penelitian hanya mencakup 55 mahasiswa dari satu institusi, sehingga hasil yang diperoleh belum tentu dapat digeneralisasikan pada populasi mahasiswa secara lebih luas dengan latar belakang institusi, budaya kampus, dan karakteristik demografis yang berbeda. Kedua, penelitian ini menggunakan desain deskriptif yang hanya memaparkan gambaran tingkat etika komunikasi berdasarkan nilai rata-rata, tanpa menguji hubungan atau pengaruh antarvariabel, misalnya keterkaitan antara jenis kelamin, semester, atau durasi penggunaan Instagram terhadap tingkat etika komunikasi mahasiswa. Oleh karena itu, pola-pola yang dibahas pada bagian hasil dan pembahasan bersifat interpretasi awal dan belum diuji secara statistik. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan sampel pada beberapa institusi serta menggunakan pendekatan korelasional atau inferensial guna menguji hubungan antarvariabel tersebut secara lebih mendalam.

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan gambaran bahwa etika komunikasi

mahasiswa dalam penggunaan Instagram telah diterapkan dengan baik. Oleh karena itu, upaya peningkatan literasi digital dan edukasi mengenai etika bermedia sosial tetap perlu dilakukan secara berkelanjutan agar kesadaran tersebut dapat dipertahankan dan ditingkatkan seiring dengan perkembangan teknologi informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, D. A., Ferina, A. T., Fahmi, A., Albab, M. U., & Nurmiati, E. (2024). Tantangan Etis Dalam Penggunaan Jejaring Sosial: A Systemtic Literature Review. *Jurnal Perangkat Lunak*, 6(3), 400–404. <https://doi.org/https://doi.org/10.32520/iupel.v6i3.3570>
- Afriani, F., & Azmi, A. (2020). Penerapan etika komunikasi di media sosial. *Journal of Civic Education*, 3(3), 331-338. <https://doi.org/10.24036/jce.v3i3.372>
- Agustiana, I., Aprianti, R., & Astrid, G. (2024). ETIKA KOMUNIKASI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL “INSTAGRAM” OLEH GENERASI Z (Studi pada Mahasiswa Fakultas FISIP UIN Raden Fatah Palembang): STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS FISIP UIN RADEN FATAH PALEMBANG. *JSIKOM*, 3(2).
- Agustina, I., Aprianti, R., & Astrid, G. (2024). ETIKA KOMUNIKASI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL “INSTAGRAM” OLEH GENERASI Z (Studi pada Mahasiswa Fakultas FISIP UIN Raden Fatah Palembang). *Jurnal Studi Ilmu Komunikasi*, 03(02), 9–18.
- Antoro, B. (2025). Kesalahan Sistematis Penggunaan Skala Likert dalam Penelitian: Analisis Systematic Literatur Review. *Jurnal Multidisiplin Sosial Humaniora*, 2(2), 63–81.
- Ilsanti, D. (2025). HUBUNGAN PEMAHAMAN ETIKA KOMUNIKASI DENGAN ETIKA BERMEDIA SOSIAL DI INSTAGRAM PADA MAHASISWA KPI UINSI SAMARINDA. *Journal of Social Computer and Religiosity (SCORE)*, 3(2), 161–180. <https://doi.org/https://doi.org/10.21093/score.v3i2.11761>
- Irawati, I. (2025). ANALISIS MEDIA SOSIAL WHATSAPP DAN ETIKA KOMUNIKASI MAHASISWA STKIP TAMAN SISWA BIMA. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(3), 813-825. <https://doi.org/10.23969/jp.v10i3.32218>
- Lihardi, A. R., Nurmiati, E., & Fetrina, E. (2026). Analisis Etika Penyebaran Hoaks di Media Sosial dalam Perspektif Teknologi Informasi. *Router: Jurnal Teknik Informatika Dan Terapan*, 4(2), 48–61. <https://doi.org/https://doi.org/10.62951/router.v4i2.892>
- Mas’ud, F., Jeluhur, H., Negat, K., Tefa, A., Uly, M., & Amtiran, M. (2025). Etika Dalam Media Sosial Antara Kebebasan Ekspresi Dan Tanggung Jawab Digital. *JIMMI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Multidisiplin*, 2(2), 235–246. <https://doi.org/doi.org/10.71153/jimmi.v2i2.289>
- Meidiaputri, R. D., & Mukhlis, I. (2023). Etika Komunikasi dalam Menggunakan Media Sosial (Suatu Kajian Literatur). *Cognoscere: Jurnal Komunikasi Dan Media Pendidikan*, 1(2), 21–29.
- Mutiarani, U. P., Karimah, I. N., & Syarafa, Y. P. (2024). Etika komunikasi dalam penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa. *Jurnal Harmoni Nusa Bangsa*, 1(2), 204–215. <http://dx.doi.org/10.47256/jhnb.v1i2.301>
- Muzaki, D., Nasichah, Raya, M. H., Fatiyah, N., & Damayanti, N. I. (2023). Etika dalam Penggunaan Media Sosial : Perilaku Komunikasi yang Bertanggung Jawab. *Jurnal JURTIE*, 5(2), 60–72. <https://doi.org/https://doi.org/10.55542/jurtie.v5i2.699>
- Nana, K. R., Mas, F., & Gemian, S. B. (2025). Etika Media Sosial dan Implikasinya bagi Individu dan Masyarakat. *JIMMI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Multidisiplin*, 2(3), 288–

299. <https://doi.org/doi.org/10.71153/jimmi.v2i3.295>
- Rakhmawati, N. A., Rendiga, N. M., Aini, S. A., & Tertiabudi, V. A. (2024). Analisis Etika dalam Penggunaan Media Sosial Instagram Oleh Mahasiswa ITS Mengenai Pelanggaran Privasi. *JIEET (Journal of Information Engineering and Educational Technology)*, 8(2), 90-95. <https://doi.org/10.26740/jieet.v8n2.p90-95>
- Ramadhanti, T. M. S., Kaban, A. G., Permata, D., Putri, S. M., Ramadhani, M. R., & Harahap, N. (2024). Etika Komunikasi dalam Bermedia Sosial Bagi Gen Z. *KULTURA Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(8), 252–259.
- Saputro, E. P. N., Widiarti, P. W., Handayani, W., & Ekawati, R. (2025). The Perception of Generation Z on Communication Ethics in Information Dissemination Through Social Media. *Journal of Social Studies (JSS)*, 21(1), 65–74. <https://doi.org/10.21831/jss.v20i1.70279>
- Simamora, B. (2022). Skala Likert, Bias Penggunaan dan Jalan Keluarnya. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 84–93. <https://doi.org/https://doi.org/10.46806/jman.v12i1.978>
- Timur, A. J. L. P., Jupriono, D. J. D., & Hakim, L. (2021). Etika Penggunaan Instagram Mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya Dalam Bermedia Sosial. *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi*, 1-16. <https://doi.org/10.69957/relasi.v1i01.129>
- Xanderina, M., Putri, M. R. K., & Parhusip, J. (2024). Peran Etika Dalam Pencegahan Penyalahgunaan Teknologi Informasi Pada Media Sosial. *Informatech: Jurnal Ilmiah Informatika Dan Komputer*, 1(2), 211–217.
- Zebua, I. W. S., & Astuti, S. (2024). Pengembangan Instrumen Penilaian Sikap untuk Mengungkap Sikap Disiplin Siswa SD. *Jurnal Basicedu*, 8(5), 3877–3887. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/basicedu.v8i5.8691>