

Kode Etik Netizen Muhammadiyah: Implementasi dan Respon *NetizenMu* di Lampung

Sutarno¹ – sutarnobing@umpri.ac.id
Afri Mardicko² – afrimardicko@gmail.com

Abstract: This article aims to describe how Muhammadiyah netizens (*netizenMu*), the millennials in particular, respond to the code of ethics of Muhammadiyah netizens and how they implement the code of ethics. This study used mixed-methods, quantitative and qualitative, with a case study approach. Data collection was carried out through questionnaires distributed to 349 respondents and observations on respondents' online activities on 70 Facebook accounts, and interviews to them as well. The findings have revealed that the majority of *netizenMu* respond positively to the code of ethics of Muhammadiyah netizens and implemented it well. It can be seen from their response that the majority of respondents have answered 'very often' and 'often' in almost all the items of questionnaires.

Keywords: Code of ethics of Muhammadiyah netizens, millennials generation, social media.

Abstrak: Artikel ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana netizen Muhammadiyah (*netizenMu*) dari kalangan remaja merespon dan mengimplementasikan kode etik netizen Muhammadiyah. Penelitian ini menggunakan *mixed-methods* (metode campuran), kuantitatif dan kualitatif, dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 349 responden serta pengamatan pada aktivitas online responden di 70 akun *Facebook* dan wawancara kepada sejumlah responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *netizenMu* merespon secara positif kode etik netizen Muhammadiyah tersebut dan mengimplemetasikan secara baik. Hal ini dapat dilihat dari jawaban para *netizenMu* mahasiswa FKIP Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung yang mayoritas menjawab sangat sering dan sering di hampir semua item pertanyaan yang diajukan.

¹ Dosen Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung

² Dosen Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung

Pendahuluan

Era disrupsi akibat mewabahnya virus covid-19 di seluruh dunia berdampak pada pergeseran pola aktivitas sosial masyarakat, yang awalnya dilakukan dalam dunia nyata (*off-line*) kini kebanyakan beralih ke dunia maya (*online*). Media sosial pun pada akhirnya menjadi penemuan bidang teknologi yang sangatlah berguna pada masa sekarang ini. Kapan pun dan dimana pun media sosial seakan tidak terpisahkan dari kehidupan manusia di berbagai rentang usia. Media sosial mampu mengakomodir kebutuhan manusia akan informasi, materi keagamaan, hiburan, pendidikan, bisnis, eksistensi bahkan pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari. Beragamnya aktivitas yang ditawarkan media sosial membuat media sosial menjadi platform yang semakin digemari berbagai kalangan, khususnya kalangan remaja. Hal tersebut berdasarkan pada data yang menunjukkan semakin meningkatnya pengguna media sosial di Indonesia, yakni pada tahun 2017 lebih dari 106 juta penduduk Indonesia mengakses media sosial setiap bulannya, dengan generasi milenial serta generasi z menjadi menjadi pengakses media sosial terbesar dan 85% dari mereka mengakses media sosial melalui telepon pintar (Yudianto, 2017). Bahkan di masa pandemi covid- 19 dimana pembatasan berkegiatan secara langsung dilakukan, trafik penggunaan media sosial whatsapp dan instagram mengalami kenaikan sebesar 40% (Burhan, 2020).

Media sosial didefinisikan sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain (Boyd dalam Nasrullah, 2015). Dengan media sosial, seseorang dapat melakukan komunikasi dua arah, baik dalam bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan secara tekstual, visual, maupun audio-visual. Pada hakikatnya, media sosial diawali dari tiga hal; berbagi, berkolaborasi, dan terhubung (Puntoadi, 2011). Oleh karena itu, media sosial memungkinkan penggunaannya untuk tidak hanya mengonsumsi tapi juga berpartisipasi membuat, mengomentari, dan menyebarkan berbagai konten dalam berbagai format: teks, gambar, audio, atau video.

Pengguna media sosial disebut juga sebagai netizen atau warga internet. Adapun sebagai pengakses media sosial terbesar, netizen remaja tentunya memiliki berbagai motif dan tujuan dalam mengakses media sosial diantaranya adalah berkomunikasi serta menunjukkan identitas dan citra diri (Ayun, 2015), kebutuhan kognitif, afektif, kebutuhan integrasi personal, kebutuhan integrasi sosial, dan kebutuhan akan hiburan (Prihatiningsih, 2017), eksistensi diri (Mahendra, 2017), serta mencari informasi untuk menyelesaikan tugas sekolah (Pramiyanti, 2014).

Perkembangan penggunaan media sosial yang semakin tidak terbendung dewasa ini seakan menjadikan fungsi media sosial bergeser menjadi tempat menumpahkan cerita segala aktivitas dan luapan emosi baik dalam bentuk tulisan, gambar, audio ataupun video yang tidak jarang mengesampingkan etika yang ada. Etika yang dulu dianggap penting seakan menjadi tidak penting lagi di era sekarang. Etika bermedia sosial tentunya tidak hanya berkaitan dengan tutur kata yang baik, tetapi juga harus berangkat dari niat tulus yang diekspresikan dari ketenangan, kesabaran, dan empati dalam berkomunikasi (Qory dalam Mutiah dkk, 2019). Adapun etika komunikasi yang baik dalam bermedia sosial adalah menghindari penggunaan kata kasar, provokatif, berbau pornografi, ataupun SARA; tidak pula memposting artikel atau status yang memuat kebohongan, tidak *menjiplak* artikel yang mempunyai hak cipta, serta memberikan komentar yang relevan (Maulinda dan Suyatno, 2016).

Kemudahan dalam mengakses media sosial tanpa disadari telah menjebak penggunaanya dalam penurunan etika. Adapun pelanggaran etika berkomunikasi di media sosial yang jamak dilakukan netizen, khususnya remaja, meliputi pelanggaran plagiasi hak cipta, pelanggaran siber bullying, penyebaran berita hoaks, pelanggaran konten ilegal, pelanggaran pornografi, pelanggaran *hate speech*, serta pelanggaran adegan kekerasan (Timur, 2018). Selain itu, maraknya akun media sosial palsu yang dimanipulasi oleh orang lain yang berakibat pada citra negatif pemilik akun (Vera, 2016). Dalam hal ini, fenomena yang memprihatinkan adalah munculnya 554 hoaks terkait informasi tentang covid-19 (Nafi'an, 2020).

Menyadari dampak besar dari maraknya pelanggaran etika bermedia sosial serta sebagai upaya membentuk atmosfer positif di dunia maya, pimpinan pusat Muhammadiyah menerbitkan buku fiqih informasi yang menjadi panduan warga Muhammadiyah dalam bermedia sosial. Dalam buku fiqih informasi ini juga memuat kode etik netizen Muhammadiyah yang merupakan pedoman beretika warga Muhammadiyah dalam bermedia sosial. Adapun kode etik netizen Muhammadiyah mencakup enam pasal yang terbagi menjadi beberapa poin penting sebagai dasar etika bermedia sosial bagi warga Muhammadiyah. Tujuannya adalah sebagai pemandu netizen Muhammadiyah agar menjadi netizen yang *berakhlakul karimah*.

Beberapa kajian yang pernah dilakukan beberapa ahli terkait hal ini menunjukkan pentingnya etika bermedia sosial. Misalnya ulasan Setyawan (2017) dalam artikel yang dengan judul 'Fikih informasi di era media sosial dalam membangun komunikasi beretika '(studi kajian fikih informasi sudut pandang ormas Muhammadiyah)' menyatakan bahwa fikih informasi yang di dalamnya mencakup kode etik netizen Muhammadiyah hadir sebagai panduan netizen Muhammadiyah dalam bermedia sosial. Pasalnya, etika berkomunikasi masyarakat di media sosial saat ini dilakukan secara baik. Pula artikel berjudul 'Akhlakul medsosiyah: membangun warga negara cerdas bermedia sosial' yang ditulis oleh Arif (2019). Menurutnya, pendekatan agama diperlukan untuk melihat dan memberikan pedoman dalam berkehidupan di dunia maya atau media daring.

Seturut dengan hal itu, studi ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi netizen Muhammadiyah, khususnya netizen remaja terhdap kode etik netizen Muhammadiyah tersebut serta bagaimana mereka mengimplementasikannya dalam bermedia sosial.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan *mixed-methods* (metode campuran), kuantitatif dan kualitatif, dengan pendekatan studi kasus. Maksud studi kasus adalah penelitian yang dilakukan secara intensif, terinci, dan mendalam tentang suatu peristiwa dan aktivitas, baik di dalam tingkat perorangan, sekelompok orang, lembaga/organisasi untuk memperoleh pengetahuan mendalam tentang peristiwa tersebut. Dalam konteks penelitian ini adalah persepsi dan implementasi kode etik netizen Muhammadiyah (nitizMu), khususnya kaum remaja Muhammadiyah.

Teknik pengumpulan data kuantitatif dilakukan melalui angket skala ordinal dan skala peringkat yang disebarkan kepada 349 responden mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung, semester 1, 3, 5, dan 7. Adapun rincian responden penelitian berdasarkan program studi adalah sebagai berikut; 200 mahasiswa program studi PGSD, 28 mahasiswa program studi matematika, 53 mahasiswa program studi pendidikan bahasa Inggris, 42 mahasiswa program studi pendidikan bahasa Indonesia dan 23 Mahasiswa program studi bimbingan dan konseling.

Untuk memperkuat hasil temuan pada angket, lebih lanjut diperdalam dengan metode kualitatif, yakni peneliti juga melakukan pengamatan aktivitas responden di media sosial dengan mengakses akun *facebook* responden selama satu bulan selama di masa pandemi covid-19 berlangsung serta melakukan wawancara terarah. Penyebaran angket dan wawancara dilakukan dengan menggunakan media *google form*. Adapun analisa data kuantitatif dilakukan dengan statistik kuantitatif deskriptif, yakni frekuensi dan persentase, sedangkan teknik analisis adata kualitatif menggunakan model analisa interaktif Milles dan Huberman, (1994, hlm. 21-22) yang terdiri dari

pengumpulan data, reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan.

Media Sosial: Fungsi dan Implikasi

Kajian Literatur

Media sosial adalah salah satu penemuan bidang teknologi yang sangatlah fenomenal. Sejarah dan perkembangannya telah di mulai di tahun 1987 dimana ditemukannya sistem papan bulletin sebagai tonggak awal yang memungkinkan seseorang untuk dapat berhubungan atau berkomunikasi dengan orang lain menggunakan surat elektronik, atau mengunggah dan mengunduh perangkat lunak yang dilakukan menggunakan saluran telepon yang terhubung modem. Kemudian di tahun 1995 ditemukan *web hosting geocities* dan di tahun tersebut di temukan media sosial pertama *sixdegree.com*. Pada tahun 1999 ditemukan situs untuk membuat blog pribadi yaitu, *blogger*. Kemudian, penemuan berlanjut dengan ditemukannya *friendster* di di tahun 2002, *linkedin* dan *myspace* di tahun 2003, *facebook* di tahun 2004, *twitter* di tahun 2006, *instagram* di tahun 2010, *line* dan *google plus* di tahun 2011.

Media sosial didefinisikan sebagai teknologi berbasis internet yang berfungsi untuk membuat dan membagikan informasi daring, yang membantu dan memfasilitasi dalam berbagi informasi, kolaborasi dan partisipasi (Evans, 2014). Adapun jenis-jenis media sosial adalah layanan blog, layanan jejaring sosial (*facebook*, *linkedin*), layanan blog mikro (*twitter*), layanan berbagi media (*instagram*, *flickr*), and layanan forum (*kaskus*, *quora*) serta layanan kolaborasi (*wikipedia*) (Hidayatullah, 2020).

Fungsi media pada dasarnya dibagi menjadi tiga yaitu; *pertama*, media memiliki fungsi sebagai pemberi informasi kepada publik secara luas tentang hal-hal yang berada di luar jangkauan penglihatan mereka. *Kedua*,

media berfungsi melakukan seleksi, evaluasi, dan interpretasi atas informasi yang diperoleh, *ketiga*, media berfungsi menyampaikan nilai dan warisan sosial budaya kepada masyarakat (Haryatmoko, 2007).

Seiring perkembangan zaman, fungsi media sosial pun berkembang. Media sosial telah digunakan secara luas dalam berbagai bidang, salah satu diantaranya adalah sebagai media pembelajaran kolaboratif (Al Rahmi, Othman dan Yusuf, 2015), (Li, Helou, dan Gillet, 2012). Selain itu, media sosial dalam hal ini facebook juga dapat digunakan sebagai media dakwah multimedia (Anshar, 2019). Serta akses akun instagram Islami mempunyai pengaruh terhadap minat berhijrah *followers* pada akun tersebut (Irawan, 2019).

Selain pengaruh positif yang dimiliki media sosial, sebagai produk teknologi, media sosial juga memberikan pengaruh negatif kepada penggunanya seperti mudahnya akses secara langsung ke konten asusila (Doni, 2017), kurangnya interaksi interpersonal serta membuat kecanduan (Watkins, 2009), munculnya kelompok sosial yang mengatasnamakan agama, suku, dan pola perilaku tertentu yang terkadang menyimpang dari norma-norma yang ada (Cahyono, 2016).

Seturut dengan realitas tersebut, maka etika dalam bermedia sosial sangatlah diperlukan. Hal ini agar setiap netizen ketika berada di dunia maya memahami hak dan kewajibannya sebagai warga negara dunia maya. Yulianita (dalam Mustika, 2018) mengemukakan etika bicara yang baik dalam bermedia sosial diantaranya adalah, *pertama*, hati-hati membagikan informasi seperti bicara seputar kehidupan pribadi, terlebih sangat pribadi dan sensitive. *Kedua*, tidak bicara dan membagi konten yang memiliki unsur SARA dan pornografi, *ketiga*, hindari bicara yang merendahkan harga diri atau melecehkan orang lain, kelompok lain, ras, atau bangsa lain, *keempat*, hindari bicara yang bersifat adu domba, memaki, menyalahkan atau bersengketa, *kelima*, hindari bicara yang mendiskreditkan, membururuk-burukkan, mencela atau yang menyinggung, *keenam*, dan hal lain yang menimbulkan konflik sehingga dapat berakhir dimeja hijau.

Kode Etik Netizen Muhammadiyah

Dalam kehidupan bermasyarakat, istilah etika sering dikaitkan dengan moralitas seseorang. Richard dalam Karimah dan Wahyudin (2010) menyatakan bahwa etika mencoba untuk meneliti tingkah laku manusia yang dianggap cerminan dari apa yang terkandung dalam jiwa atau nurani. Dalam ilmu filsafat, etika berarti ilmu tentang apa yang biasa dilakukan atau ilmu tentang adat kebiasaan (Mufid, 2009).

Etika dalam bermedia sosial tentu saja menjadi tanggung jawab masing-masing pengguna media sosial itu sendiri. Namun demikian, setiap lembaga tentunya juga dapat berperan dalam memberi pengajaran kepada masyarakat terkait bagaimana berkomunikasi dalam media sosial yang baik dan benar (Astajaya, 2020).

Sebagai organisasi keagamaan Islam, Muhammadiyah menggagas “fikih informasi” yang memberikan panduan keagamaan dalam bermedia sosial. Dalam buku tersebut, Muhammadiyah juga memberikan kode etik bagi netizen Muhammadiyah dalam bermedia sosial, diantaranya terdiri dari *tabayun* (cek dan ricek) sebelum memposting informasi, baik dari pembawa berita maupun isi berita; mengaharamkan penyebaran fitnah, kebencian dan lainnya; menjamin dan mengatur kebebasan berekspresi (Najib, 2017).

Bagi seorang muslim, berdakwah atau menyeru dalam kebaikan dan mencegah kemungkaran merupakan peran serta kewajiban yang harus dijalankan, tidak terkecuali bagi Muhammadiyah yang merupakan salah satu organisasi kemasyarakatan Islam terbesar di Indonesia. Muhammadiyah dengan gerakan dakwah *amar ma'ruf nahi munkar* terus berupaya melakukan dakwah melalui bidang pendidikan, sosial, keagamaan dan lainnya.

Menyadari dampak besar dari perkembangan teknologi dan informasi saat ini, utamanya yang dibawa oleh media sosial, Majelis Pustaka dan Informasi Pimpinan Pusat Muhammadiyah berkomitmen melawan fenomena maraknya perkembangan informasi bohong di media sosial. Komitmen tersebut tertuang dalam pernyataan sikap yang ditandatangani oleh ketua Pimpinan Pusat Muhammadiyah, Prof. Dr. H. Dadang Kahmad yang membidangi MPI, serta ketua Majelis Pustaka dan Informasi PP Muhammadiyah, Dr. Muchlas MT. Ada

tiga poin yang tertuang dalam pernyataan sikap yang dikeluarkan pada tanggal 30 Agustus 2017 tersebut, yaitu (1) Muhammadiyah berkomitmen untuk ikut serta membentuk atmosfer positif di sosial media dan bersama semua komponen bangsa memerangi hoaks dan konten negatif, (2) komitmen tersebut diimplementasikan dengan perumusan fikih informasi yang menjadi panduan warga Muhammadiyah dalam mencerna dan memproduksi informasi di ranah *online* (daring) terutama di media sosial, (3) Muhammadiyah juga mewadahi dan membina warganet Muhammadiyah dalam wadah NetizMu (Apriyadi, 2017).

Untuk menjamin dan menjunjung tinggi tanggung jawab sosial dan moral serta saling menghormati hak dan kewajiban netizen yang lain, netizen Muhammadiyah (*NetizMu*) menaati kode etik netizMu yang ditetapkan di Yogyakarta, 19 Agustus 2017. Adapun kode etik netizen Muhammadiyah tersebut adalah sebagai berikut:

Pasal 1:

NetizenMu senantiasa berlandaskan pada Al-Qur'an dan As-Sunnah, kebijakan Pimpinan Pusat Muhammadiyah, peraturan perundangan dan kode etik jurnalistik dalam bermedia sosial.

Pasal 2:

- a) NetizMu wajib berdakwah dengan membela agama Islam dan Muhammadiyah sebagai gerakan dakwah *amar makruf nahi munkar* dan *tajdid*.
- b) NetizMu wajib menjaga nama baik dan mendukung Persyarikatan Muhammadiyah di dunia maya dalam hal ini termasuk juga para pimpinan, warga dan amal usaha Muhammadiyah.

Pasal 3:

NetizMu dilarang melakukan hal-hal sebagai berikut: a) Melakukan ghibah, fitnah, namimah, Melakukan bullying, ujaran kebencian, dan menyebarkan permusuhan berdasarkan suku, agama, ras, atau antar golongan (SARA) b) menyebarkan materi pornografi, kemaksiatan dan

segala yang terlarang secara syar'i c) Menyebarkan informasi bohong (hoax), manipulasi berita dan tindakan provokatif

Pasal 4:

- a) NetizMu wajib menjadikan media sosial sebagai wahana silaturahmi, tukar informasi dan *tabayun* (klarifikasi) b) Sesama Netizmu harus saling berteman menjadi *follower* sebagai bentuk silaturahmi dan menjaga ukhuwah. c) Sesama NetizMu harus saling mengingatkan, menasehati dengan etika yang tinggi sebagaimana ajaran Islam, sanggup mengoreksi dan meminta maaf ketika melakukan kesalahan.

Pasal 5:

Materi yang disebarkan NetizMu harus mencerahkan dan dapat di pertanggung jawabkan secara personal dan kelembagaan yang tidak bertentangan dengan norma sosial, sesuai nilai- nilai keislaman dan keIndonesiaan.

Pasal 6:

- a) Pengawasan NetizMu dilakukan oleh Dewan Etik Netizmu yang di tunjuk oleh Majelis Pustaka dan Informasi Pimpinan Pusat Muhammadiyah, b) Dewan Etik NetizenMu terdiri dari 5 (lima) orang yang memiliki integritas dan komitmen dalam berMuhammadiyah serta memahami dunia media sosial, c) Dewan Etik NetizenMu berwenang memberikan sanksi kepada NetizMu apabila di perlukan (Azhar: 2018).

NetizenMu Remaja: Respon dan Implementasi

Pandemi covid-19 yang terjadi saat ini tentunya berdampak pada terbatasnya aktivitas sehari-hari dan

Hasil dan
Pembahasan

media sosial tentunya menjadi media yang sangat diperlukan keberadaannya. Dalam bermedia sosial khususnya dimasa pandemi covid-19, netizen Muhammadiyah (netizenMu) dari kalangan remaja tentunya haruslah menjunjung etika bermedia sosial seperti yang tertuang dalam kode etik netizen Muhammadiyah. Selain itu bermedia sosial dimasa pandemi haruslah dilakukan dengan bijak dan bertanggung jawab di antaranya dengan cara memfilter terlebih dahulu informasi yang akan dibagikan, waspada terhadap berita atau informasi yang di dapat, mengikuti akun orang-orang yang menginspirasi, serta membangun jaringan melalui media sosial (Fadilah, 2021).

Dari hasil analisis data angket yang disebarakan kepada responden terkait implementasi kode etik *netizenMu* didapati bahwa di masa pandemi covid-19 para warga netizen Muhammadiyah (*netizMu*) remaja telah mengimplementasikan kode etik netizen Muhammadiyah secara baik. Hal ini dapat dilihat dari jawaban para *netizenMu* mahasiswa FKIP Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung yang mayoritas menjawab sangat sering dan sering di hampir semua 14 item pertanyaan yang diajukan (lihat table 1). Diantaranya adalah jawaban untuk pertanyaan '*senantiasa berlandaskan pada Al Qur'an dan As Sunnah dalam bermedia sosial*', dimana 59 responden (16.91%) menjawab sangat sering dan 190 responden (54.44%) menjawab sering. Pula pada pertanyaan '*tidak melakukan bullying, ujaran kebencian, dan menyebarkan permusuhan berdasarkan suku, agama, rasa atau antar golongan (SARA) dalam bermedia sosial*' didapati jawaban 'sangat sering' dan 'sering' sebagai jawaban tertinggi para *netizenMu*, masing-masing 53.87% dan 23.78%.

Persentase serupa juga didapati pada jawaban responden pada pertanyaan remaja '*tidak melakukan ghibah, fitnah, namimah dalam bemedial sosial*', yakni sebanyak 101 mahasiswa (28.94%) menjawab 'sangat sering' dan 75 mahasiswa (21.49%) menjawab 'sering'. Selain itu, persentase yang tinggi untuk jawaban sangat sering dan sering juga diperoleh pada pertanyaan serta pada pertanyaan tidak menyebarkan materi pornografi, kemaksiatan dan segala yang terlarang secara *syar'i* dan tidak menyebarkan informasi bohong (hoax), memanipulasi berita dan tindakan provokatif.

Tabel 1: 'Implementasi kode etik netizenMu dalam bermedia sosial'

Pertanyaan	SS (Sangat Sering)	S (Sering)	KK Kadang-kadang	J (Jarang)	TP (Tidak Pernah)	Jumlah
Senantiasa berlandaskan pada Al Qur'an dan As Sunnah dalam bermedia sosial.	59	190	58	40	2	349
	16.91%	54.44%	16.62%	11.46%	0.57%	100%
Senantiasa berlandaskan kebijakan Pimpinan Pusat Muhammadiyah dalam bermedia sosial.	33	123	69	93	31	349
	9.46%	35.24%	19.77%	26.65%	8.88%	100%
Senantiasa berlandaskan peraturan perundangan dan kode etik jurnalistik dalam bermedia sosial	72	182	42	43	10	349
	20.63%	52.15%	12.03%	12.32%	2.87%	100%
Berdakwah dengan membela agama Islam dan Muhammadiyah sebagai gerakan dakwah amar	41	122	69	94	23	349
	11.75%	34.96%	19.77%	26.93%	6.59%	100%

Pertanyaan	SS (Sangat Sering)	S (Sering)	KK Kadang- kadang)	J (Jarang)	TP (Tidak Pernah)	Jumlah
makruf nahi munkar dan tajdid dalam bermedia sosial.						
Menjaga nama baik dan mendukung Persyarikatan Muhammadiyah di dunia maya.	98	169	41	34	7	349
Tidak melakukan ghibah, fitnah, namimah, dalam bermedia social	28.08%	48.42%	11.75%	9.74%	2.01%	100%
Tidak melakukan bullying, ujaran kebencian dan menyebarkan permusuhan berdasarkan suku, agama, rasa tau antar golongan (SARA) dalam bermedia sosial.	101	75	71	57	45	349
Tidak menyebarkan	28.94%	21.49%	20.34%	16.33%	12.89%	100%
Tidak menyebarkan	188	83	59	11	8	349
Tidak menyebarkan	53.87%	23.78%	16.91%	3.15%	2.29%	100%
Tidak menyebarkan	197	107	41	3	1	349
Tidak menyebarkan	56.45%	30.66%	11.75%	0.86%	0.29%	100%

Pertanyaan	SS (Sangat Sering)	S (Sering)	KK Kadang-kadang	J (Jarang)	TP (Tidak Pernah)	Jumlah
materi pornografi, kemaksiatan dan segala yang terlarang secara syar'i.						
Tidak menyebarkan informasi bohong (hoax), manipulasi berita dan tindakan provokatif.	192	88	58	4	7	349
Menjadikan media sosial sebagai wahana silaturahmi, tukar informasi, dan tabayun (klarifikasi)	55.01%	25.21%	16.62%	1.15%	2.01%	100%
Saling berteman dan mengikuti sebagai bentuk silaturahmi dan menjaga ukhuwah sebagai sesama netizen Muhammadiyah.	185	144	13	5	2	349
Saling berteman dan mengikuti sebagai bentuk silaturahmi dan menjaga ukhuwah sebagai sesama netizen Muhammadiyah.	53.01%	41.26%	3.72%	1.43%	0.57%	100%
Saling berteman dan mengikuti sebagai bentuk silaturahmi dan menjaga ukhuwah sebagai sesama netizen Muhammadiyah.	120	175	26	26	2	349
Saling berteman dan mengikuti sebagai bentuk silaturahmi dan menjaga ukhuwah sebagai sesama netizen Muhammadiyah.	34.38%	50.14%	7.45%	7.45%	0.57%	100%
Saling berteman dan mengikuti sebagai bentuk silaturahmi dan menjaga ukhuwah sebagai sesama netizen Muhammadiyah.	77	174	48	45	5	349

Pertanyaan	SS (Sangat Sering)	S (Sering)	KK Kadang-kadang	J (Jarang)	TP (Tidak Pernah)	Jumlah
mengingatkan dan menasehati sebagai sesama netizen Muhammadiyath dengan etika yang tinggi sebagaimana ajaran Islam.	22.06%	49.86%	13.75%	12.89%	1.43%	100%
Sanggup mengoreksi dan meminta maaf ketika melakukan kesalahan.	137	177	16	19	0	349
Menyebarkan materi yang mencerahkan dan dapat dipertanggungjawabkan secara personal dan kelembagaan yang tidak bertentangan dengan norma sosial, sesuai nilai-nilai keislaman dan keIndonesiaan.	39.26%	50.72%	4.58%	5.44%	0.00%	100%
	53	159	56	71	10	349
	15.19%	45.56%	16.05%	20.34%	2.87%	100%

Demikian halnya dengan pertanyaan kedua, yakni *‘senantiasa berlandaskan kebijakan pimpinan pusat Muhammadiyah dalam*

bermedia sosial. Pilihan jawaban ‘sering’ dipilih sebagai jawaban tertinggi, yaitu 123 mahasiswa (35.24%) diikuti oleh pilihan jawaban jarang yang dipilih oleh 93 mahasiswa (26.65%). Selain itu mahasiswa juga senantiasa berlandaskan peraturan perundangan dan kode etik jurnalistik dalam bermedia sosial, hal ini terlihat dari jumlah mahasiswa yang menjawab sangat sering sebanyak 72 orang (20.63%) dan sering sebanyak 182 orang (52.15%). Pada pertanyaan keempat tentang berdakwah dengan membela agama Islam dan Muhammadiyah sebagai gerakan dakwah *amar makruf nahi munkar* dan *tajdid* dalam bermedia sosial terdapat jawaban yang kontras dimana sebanyak 122 mahasiswa (34.96%) menjawab sering dan sebanyak 94 mahasiswa (26.93%) menjawab jarang. Dalam bermedia sosial, netizen remaja Muhammadiyah juga mampu menjaga nama baik dan mendukung persyarikatan Muhammadiyah. Ini di tujukkan dengan persentase jawaban sangat sering dan sering yang tinggi pada pertanyaan tersebut yaitu sebesar 28.08% dan 48.42%.

Pada pertanyaan kesepuluh yaitu menjadikan media sosial sebagai wahana silaturahmi, tukar informasi dan tabayun (klarifikasi), sebanyak 185 orang (53.01) menjawab sangat sering dan 144 orang (41.26%) menjawab sering. Jawaban sangat sering sebanyak 120 jawaban (34.38%) dan 175 jawaban sering (50.14%) menjadi jawaban dengan persentase tertinggi untuk pertanyaan saling berteman dan mengikuti sebagai bentuk silaturahmi dan menjaga ukhuwah sebagai sesama netizen Muhammadiyah. Sedangkan pada pertanyaan saling mengingatkan dan menasehati sebagai sesama netizen Muhammadiyah dengan etika yang tinggi sebagaimana ajaran Islam sebanyak 77 orang (22.06%) menjawab sangat sering dan 174 orang (50.72%) menjawab sering. Sebanyak 137 orang (39.26%) menjawab sangat sering dan 177 orang (50.72%) menjawab sering untuk pertanyaan sanggup mengoreksi dan meminta maaf ketika melakukan kesalahan. Pada pertanyaan terakhir yaitu menyebarkan materi yang mencerahkan dan dapat dipertanggungjawabkan secara personal dan kelembagaan yang tidak bertentangan dengan ke Indonesiaan sebanyak 159 orang (45.56%) menjawab sering dan 71 orang (20.34%) menjawab jarang.

Data hasil kuantitatif tersebut, juga sejalan dengan hasil analisis data kualitatif melalui pengamatan pada aktivitas online para *netizen* Mu di 70 akun *facebook* responden. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa tidak ditemukan adanya postingan yang mengandung *ghibah*, fitnah dan *namimah* di akun *facebook* mereka. Selain itu juga tidak pula ditemukan postingan yang berisi tindakan *bullying*, ujaran kebencian dan penyebaran permusuhan berdasarkan suku, agama, rasa tau antar golongan (SARA). Selanjutnya, tidak pula ditemukan postingan yang mengandung unsur pornografi, kemaksiatan dan segala yang terlarang secara syar'i, serta informasi bohong (*hoax*), manipulasi berita dan tindakan provokatif. Selain itu, media sosial khususnya *facebook* telah menjadi sarana untuk menjalin silaturahmi dan menjaga ukhuwah antar sesama netizen Muhammadiyah dengan saling berteman di media sosial.

Dari paparan di atas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa fakultas keguruan dan ilmu pendidikan Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung telah dapat mengimplementasikan pasal-pasal yang ada dalam kode etik netizen Muhammadiyah sebagai panduan warga Muhammadiyah dalam bermedia sosial dengan baik. Mereka berpegang pada Al Qur'an dan As Sunah serta berlandaskan kebijakan Pimpinan Pusat Muhammadiyah dalam bermedia sosial. Senantiasa berlandaskan peraturan perundangan dan kode etik jurnalistik, berdakwah dengan membela agama Islam dan Muhammadiyah sebagai gerakan dakwah amar makruf nahi munkar dan tajdid serta menjaga nama baik dan mendukung persyarikatan Muhammadiyah di dunia maya.

Selain itu, mahasiswa juga mampu memahami berbagai pelanggaran dalam bermedia sosial seperti tidak melakukan *ghibah*, fitnah, *namimah*, tidak melakukan *bullying*, ujaran kebencian dan menyebarkan permusuhan berdasarkan suku, agama, ras atau antar golongan (SARA), tidak menyebarkan materi pornografi, kemaksiatan dan segala yang terlarang secara syar'i, serta tidak menyebarkan informasi bohong (*hoax*), memanipulasi berita dan tindakan provokatif. Lebih lanjut, mahasiswa juga telah mampu memanfaatkan media sosial dengan baik sebagai wahana silaturahmi, tukar informasi dan tabayun

(klarifikasi), saling berteman dan mengikuti sebagai bentuk silaturahmi dan menjaga ukhuwah sebagai sesama netizen Muhammadiyah, saling mengingatkan dan menasehati sebagai sesama netizen Muhammadiyah dengan etika yang tinggi sebagaimana ajaran islam, mengoreksi dan meminta maaf ketika melakukan kesalahan serta menyebarkan materi yang mencerahkan dan dapat di pertanggung jawabkan secara personal dan kelembagaan yang tidak bertentangan dengan keIndonesiaan.

Respon *NetizMu* Remaja atas Kode Etik Netizen Muhammadiyah

Selain bertujuan untuk mengetahui implementasi kode etik netizen Muhammadiyah pada netizen remaja Muhammadiyah di masa pandemi covid-19, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui bagaimana respon netizen remaja Muhammadiyah terhadap adanya kode etik tersebut. Adapun respon mayoritas netizen remaja muhammadiyah terhadap adanya kode etik netizen remaja Muhammadiyah sangat positif dan menganggapnya sangat penting karena isi dari kode etik netizenMu tersebut merupakan syarat dakwah sebagaimana diungkapkan responden 1:

“Menurut pribadi saya sendiri kode etik netizen Muhammadiyah ini sangat penting untuk diterapkan dalam bermedia sosial karena dengannya kita dapat melakukan dakwah amar ma’ruf yang di landaskan oleh Al Qur’an dan As Sunnah. Selain itu dengan menerapkan kode etik tersebut kita pasti akan terhindar dari berita-berita yang tidak bisa di pertanggung jawabkan (hoax). Juga kita akan terhindar dari ujaran kebencian (SARA). Dan yang terpenting adalah jadikan bermedia sosial untuk hal kebaikan, untuk mempererat tali persaudaraan yang saling ingat mengingatkan dalam hal kebaikan dan mencegah kepada kemunkaran” (Responden 1, wawancara, 2021).

Hal senada juga diungkapkan oleh responden 33, 47, dan 86. Menurut mereka keberadaan kode etik tersebut sangat diperlukan, karena pada era sekarang ini semua orang menggunakan media sosial sebagai sarana informasi sehingga dengan adanya kode etik netizen

Muhammadiyah, maka semua *netizenMu* dapat mawas diri, membatasi penggunaan media social, dan menggunakan media sosial dengan baik.

“Menurut pendapat saya sangat bagus dan bisa menjadi pedoman kita dalam bertingkah laku dalam bermedia sosial maupun di dunia nyata, menjadi batasan agar bisa menjaga bahasa maupun tingkah laku kita” (Responden 86, wawancara, 2021).

Hal serupa juga dinyatakan oleh responden 92 dan 238. Dalam persepsi responden, adanya kode etik netizen Muhammadiyah dapat menjadi aturan dan tolak ukur dalam menggunakan media sosial bagi para pengguna media sosial.

“Sangat baik, karena dengan adanya kode etik tersebut saya sebagai pengguna media sosial menjadi tahu batasan-batasan dalam menggunakan media sosial, agar tidak merugikan orang lain, menyebarkan berita bohong, ujaran kebencian yang dapat menimbulkan permusuhan. Kode etik tersebut juga membantu saya untuk lebih bijak dan dewasa dalam menggunakan media sosial” (Responden 238, wawancara, 2021).

Simpulan

Kode etik netizen Muhammadiyah merupakan panduan netizen Muhammadiyah dalam bermedia sosial yang mendapatkan apresiasi positif dari netizen remaja Muhammadiyah, yakni mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung. *NetizenMu* mempunyai persepsi yang baik terhadap adanya kode etik tersebut. Dengannya, para *netizenMu* menjadi tahu apa saja diperbolehkan untuk dilakukan dan apa saja yang tidak boleh dilakukan dalam bermedia sosial.

Dalam konteks implementasi kode etik Netizen Muhammadiyah saat bermedia sosial, para *netizenMu* mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung telah mengimplementasikannya dengan baik, khususnya selama masa pandemi covid-19.

Referensi

- Al Rahmi, Waleed M., Othman, M. S., Yusuf, L.M. (2015). The Role of Social Media for Collaborative Learning to Improve Academic Performance of Students and Researchers in Malaysia Higher Education. *Journal International Review of Research in Open and Distributed Learning*. Volume 16.No.4. p.177-204.
- Anshar, M. (2019). Dakwah Multimedia di Situs Jejaring Sosial Facebook. *Jurnal Komunikasi Islam*. Vol. 9 no.2. Halaman 213-237.
- Apriyadi, H. (2017). *Kode Etik Netizenmu: Akhlaqul Medsosiyah Warga Muhammadiyah*. <http://pwmjateng.com/kode-etik-netizmu-akhlaqul-medsosiyah-warga-muhammadiyah/>.
- Astajaya, I. K.M. (2020). Etika Komunikasi di Media Sosial. *Jurnal Widya Duta*. Vol. 15 no.1 hal 81-95.
- Ayun, P.Q. (2015). Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial dalam Membentuk Identitas. *Jurnal CHANNEL*. Vol. 3.No. 2. Halaman 1-16.
- Azhar, M. (2018). *Fikih Informasi*. <https://www.suara-muhammadiyah.id/2018/06/30/fikih-informasi/>.
- Baehaqi, D.A., Nugroho, Y.S., Millatina., N., Linda. (2019). *Akhlaqul Medsosiyah: Membangun Warga Negara Cerdas Bermedia Sosial*. Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Kewarganegaraan. <https://ppkn.fkip.uns.ac.id/prosiding-seminar-nasional-ppkn-fkip-uns-2019/>.
- Burhan, F.A. (2020). *Penggunaan Whatsapp dan Instagram Melonjak 40% Selama Corona*. <https://katadata.co.id/berita/2020/03/27/penggunaan-whatsapp-dan-instagram-melonjak-40-selama-pandemi-corona>.

- Cahyono, A.S. (2016). Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Jurnal PUBLICIANA*. Vol 9(1) hal 140-157.
- Doni, F.R. (2017). Perilaku Penggunaan Media Sosial pada Kalangan Remaja. *Indonesian Journal on Software Engineering*. Vol.3 No.2. Halaman 15-23.
- Evans, C. (2014). Twitter for Teaching: Can Social Media be Used to Enhance the Process of Learning? *British Journal of Educational Technology*. Vol 45.Issue 5. Page 902-915.
- Fadilah, A. (2021). Penggunaan Media Sosial yang Bijak di Masa Pandemi. <https://kumparan.com/auliafadilah3005/penggunaan-media-sosial-yang-bijak-di-masa-pandemi-1uyaq1fkVH8/full>.
- Haryatmoko. (2007). *Etika komunikasi; Manipulasi Media, Kekerasan, dan Pornografi*. Yogyakarta: Kanisius.
- Hidayatullah, Syarif. (2020). *Memahami Jenis-jenis Media Sosial*. <https://marketingcraft.getcraft.com/id-articles/memahami-jenis-jenis-media-sosial>.
- Irawan, R.E., Palupi, M.F.T., Putro, T.A.S. (2019). Intensitas Bermedia Sosial dan Minat Muslim Urban Berhijrah: Analisis Followers Akun Instagram @Surabayahijrah. *Jurnal Komunikasi Islam*. Vol 9 No.2. Hal 359-372.
- Karimah, Kismiyati, El., dan Wahyudin, Uud. (2010). *Filsafat dan Etika Komunikasi: Aspek Ontologis, Epistemologis, dan Aksiologis dalam Memandang Ilmu Komunikasi*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Li,Na., H, Sandy El., Gillet, D. (2012). *Using Social Media for Collaborative Learning in Higher Education: A Case Study*. The Fifth International Conference on Advance in Computer-Human Interaction. ISBN: 978-1-61208-177-9.
- Mahendra, B. (2017). Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi). *Jurnal Visi Komunikasi*. Volume 16 .No.1. Hal 151-160.

- Maulinda, R dan Suyatno. (2016). *Etika Komunikasi dalam Menggunakan Media Sosial (Instagram)*. Prosiding Seminar Nasional UU ITE VS Budaya Komunikasi di Indonesia Universitas Pamulang vol 1 no.1.
- Miles, M.B., and Hubberman, A.M. (1994). *Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Methods* (2nd ed). Thousands Oaks: Sage.
- Mufid, Muhammad. (2009). *Etika dan Filsafat Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mustika, R. (2018). Etika Berkomunikasi di Media Online dalam Menangkal Hoax. *Jurnal Diakom* vol. 1 no. 2. Halaman 43-50.
- Mutiah, T., A, I., Fitriyanto., Rafiq, A. (2019). Etika Komunikasi dalam Menggunakan Media Sosial. *Jurnal Global Komunika*. vol. 1 no.1 hal 14-24.
- Nafi'an, M. I.(2020). *Menkominfo: Ada 554 Isu Hoax Soal Covid 19, 89 Orang Jadi Tersangka* .<https://news.detik.com/berita/d-4982087/menkominfo-ada-554-isu-hoax-soal-covid-19-89-orang-jadi-tersangka#>
- Najib, M. (2017). *Islam dan Etika Bermedia (Sosial)*.
<https://news.detik.com/kolom/d-3531362/islam-dan-etika-bermedia-sosial>.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial, Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siositeknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nur Hadi W. (2006). *Etika Berkomunikasi di Dunia Maya dengan Netiquette*. Seminar Nasional Matematika dan Pendidikan Matematika, 24 November 2006
<http://eprints.uny.ac.id/7229/1/M-20%20-%20Nur%20Hadi%20W.pdf>.
- Prihatiningsih, Witanti. (2017). Motif Menggunakan Media Sosial Instagram di Kalangan Remaja. *Jurnal Communication*. Vol. 8. No.1. Halaman 51-65.
- Pramiyanti, A., Putri, I.P., Nureni, R. (2014). Motif Remaja dalam Menggunakan Media Baru (Studi Pada Remaja di Daerah Sub-

- Urban Kota Bandung. *Jurnal Komuniti*. Vol. VI. No. 2. Halaman 95-103.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sarwono, S.W. (2011). *Psikologi Remaja (edisi revisi)*. Jakarta: Rajawali.
- Setyawan, H. A. (2017). *Fikih Informasi di Era Media Sosial dalam Membangun Komunikasi Beretika (Studi Kajian Fikih Informasi Sudut Pandang Ormas Muhammadiyah)*. <http://jurnal.fisip.unila.ac.id/index.php/prosidingkom/article/view/286>.
- Sofia, A., Adiyanti, M.G. (2013). *Hubungan Pola Asuh Otoritatif Orang Tua dan Konformitas Teman Sebaya Terhadap Kecerdasan Moral*. http://jurnal.fkip.unila.ac.id/index.php/jpp/article/download/7760/pdf_6.
- Timur, A.J.L.P., Jupriono, D., Hakim. (2018). *Pelanggaran Etika Media Sosial Dalam Penggunaan Instagram Mahasiswa Untag Surabaya*. <http://repository.untag-sby.ac.id/991/10/JURNAL.pdf>.
- Vera, N. (2016). *Media Sosial dan Runtuhnya Etika Komunikasi (Studi Kasus pada Akun Facebook Quraish Shihab dan Anies-Sandy)*. Prosiding Seminar Nasional Komunikasi. Halaman 198-205.
- Watkins, S.C. (2009). *The Young and the Digital: What the Migration to Social Network Sites, Games, and Anytime, Anywhere Media Means for Our Future*. UK: Beacon Press.
- Yudianto. (2017). *13 Juta Pengguna Internet Indonesia 40% Penggila Medsos*. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3659956/132-juta-pengguna-internet-indonesia-40-penggila-medsos>.