

SEMIOTIKA PESAN INSTAGRAM ANI YUDHOYONO DALAM PERSPEKTIF ETIKA KOMUNIKASI

Kenny Monica Kemal Putri¹, Andi Alimuddin Unde², Muhammad Nadjib²

¹ Sastra Inggris, Fakultas Ilmu Bahasa dan Sastra, Universitas Negeri Makassar

² Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin, Makassar

Abstract

Content's messages in social media have hidden and visible meanings, that can cause differences in interpretation between people who view it, and affect the communication interaction from the perspective of communication ethics. This research aims to analyze Ani Yudhoyono's Instagram account content and the communication interaction between her and her account viewers and then examined using the perspective of communication ethics. This research uses Roland Barthes's semiotic analysis to find denotative and connotative meanings contained in the communication interaction between Ani Yudhoyono and her account viewers on the controversial content of her Instagram account. Data collection was done by observation on Ani Yudhoyono's Instagram account and relevant news on online websites, and followed by relevant data selection, such as images and texts. Collected data then analyzed using Roland Barthes's semiotic analysis to find the visible and hidden meanings of the content on communication interaction between Ani Yudhoyono and her account viewers, and also to find visible myth concerning power on the interaction. Furthermore, these findings were reviewed using the perspective of communication ethics to see if they meet the principles of communication ethics. The results of this research indicates that there are differences between Ani Yudhoyono and her account viewers on interpreting her Instagram account content which caused a conflict between them. As the result, this conflict affected their interaction and also people's opinion towards Ani Yudhoyono and the institutions that she represents.

Keywords: Roland Barthes's semiotic analysis; communication ethics; social media

Abstrak

Pesan konten pada media sosial memiliki makna yang tampak dan tersembunyi, yang dapat menimbulkan perbedaan penafsiran antara khalayak yang melihatnya, dan mempengaruhi interaksi komunikasi tersebut dari perspektif etika komunikasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pesan *Instagram* Ani Yudhoyono serta interaksi komunikasi antara beliau dan viewer akun beliau, kemudian dikaji dengan menggunakan perspektif etika komunikasi. Penelitian ini menggunakan teknik analisis semiotika Roland Barthes untuk menemukan makna denotatif dan konotatif yang terkandung pada interaksi komunikasi antara Ani Yudhoyono dan viewer beliau pada konten kontroversial akun *Instagram* beliau. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi pada akun media sosial *Instagram* Ani Yudhoyono dan berita pada situs online yang terkait dengannya, kemudian dilanjutkan dengan pemilihan data berupa foto dan teks yang terkait. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes untuk mengungkap makna-makna yang tampak maupun yang tersembunyi pada konten dan interaksi komunikasi antara Ani Yudhoyono dan viewer beliau, serta menemukan *myth* atau mitos mengenai kekuasaan yang tampak pada interaksi tersebut. Selanjutnya, temuan tersebut akan dikaji dengan menggunakan perspektif etika komunikasi untuk melihat apakah sudah memenuhi kaidah etika komunikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara Ani Yudhoyono dan beberapa viewer beliau dalam memaknai konten akun *Instagram* beliau, yang menimbulkan konflik antara mereka. Sebagai akibatnya, hal ini kemudian berpengaruh terhadap interaksi komunikasi mereka, dan juga terhadap pandangan masyarakat kepada Ani Yudhoyono beserta institusi yang diwakilinya.

Kata Kunci: analisis semiotika Roland Barthes; etika komunikasi; media sosial

PENDAHULUAN

Di zaman modern seperti sekarang ini, segala kemudahan yang dihasilkan oleh perkembangan teknologi tidak dapat lepas dari kehidupan kita. Perkembangan teknologi mencakup seluruh aspek kehidupan manusia, mulai dari kegiatan rutin sehari-hari dalam rumah tangga hingga penyebaran informasi. Perkembangan teknologi komunikasi kemudian menghasilkan apa yang disebut sebagai konvergensi media. Perkembangan teknologi komunikasi kemudian menghasilkan apa yang disebut sebagai konvergensi media. Secara konsep, konvergensi merujuk pada dua hal/benda atau lebih bertemu dan bersatu dalam suatu titik (Arismunandar, 2006). Konvergensi merupakan integrasi yang progresif dari beberapa platform jaringan yang berbeda untuk menyalurkan layanan yang serupa dan atau layanan-layanan yang berbeda yang disalurkan pada platform jaringan yang sama. Menilik dari hal ini, maka konvergensi media adalah penggabungan atau pengintegrasian media-media yang ada untuk digunakan dan diarahkan kedalam satu tujuan.

Konsep konvergensi media ini berawal dari perkembangan teknologi komunikasi digital, bermula pada saat ditemukannya komputer, dan didorong pesat oleh konvergensi jaringan atau koeksistensi efisien telepon, video, dan paket data dalam satu jaringan, berkat adanya teknologi internet. Media ini berkembang baik dalam segi teknologi, komunikasi, maupun informasi. Poster dalam Holmes (2005), menyatakan media baru telah menyediakan konfigurasi baru bagi hubungan komunikasi.. Media baru pada dasarnya adalah hasil dari konvergensi dari media- media konvensional yang sudah ada sebelumnya, seperti televisi, komputer dan telepon menjadi satu media yaitu internet. Media baru merupakan media yang

pada saat ini sekarang sedang berkembang dan akan terus berkembang mengikuti perkembangan zaman. Adapun jejaring sosial, menurut Cohen (2009), adalah alat dan utilitas untuk saling terhubung dengan orang lain. Sedangkan media sosial disebut sebagai suatu strategi dan saluran untuk penyiaran. Kedua hal ini berbeda bukan hanya dari segi semantik namun tetapi juga pada fitur-fitur dan fungsi-fungsi yang diberikan kepada situs-situs tersebut oleh pembuatnya yang menentukan pemakaiannya. Cohen menyatakan dugaannya bahwa jejaring sosial lebih dulu ada dan kemudian berkembang menjadi media sosial. Media (*second media age*) ini dapat dideskripsikan sebagai “*A new period in which interactive technologies and network communications, particularly the internet, would transform society*”, atau sebuah periode baru dimana teknologi interaktif dan jaringan komunikasi, khususnya internet, akan mengubah masyarakat.

Media sosial, dalam hal ini media sosial *Instagram*, merupakan salah satu media baru yang dihasilkan oleh konvergensi sosial. Sebagai media sosial yang berfokus pada fotografi, maka *Instagram* memiliki banyak pengguna tokoh-tokoh atau figur masyarakat, diantaranya adalah Ibu Negara Ani Yudhoyono. Selain mengunggah foto-foto kedalam akun instagram-nya, terdapat pula interaksi komunikasi dengan viewer-viewer akun beliau dalam bentuk teks-teks komentar dan tanggapan. Dalam perkembangannya, terdapat konten-konten dan komentar- komentar dalam interaksi komunikasi di akun Instagram Ani Yuhoyono yang kemudian menimbulkan kontroversi, sebab dianggap tidak etis untuk dilakukan oleh seorang Ibu Negara, jika ditinjau dari perspektif etika komunikasi. Pembahasan etika menitik-beratkan pada baik- buruknya atau benar-tidaknya tingkah laku dan tindakan manusia serta sekaligus

menyoroti kewajiban tanggung jawab manusiawi; etika berkaitan dengan apa yang menjadi dasar bahwa tindakan manusia adalah baik atau buruk, benar atau salah, dan etika terapan menjadi fokus perhatian, misalnya kita mengenal etika profesi, kode etik, rambu-rambu etis, etika politik, etika lingkungan, bioetika, dan lain-lain (Mufid, 2009).

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka yang menjadi permasalahan pada penelitian ini adalah bagaimana isi pesan dan komentar-komentar pada konten kontroversial akun Instagram Ani Yudhoyono menurut analisis semiotika, dan menganalisa interaksi komunikasi tersebut ditinjau dari perspektif etika komunikasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan tentang makna pesan Instagram Ani Yudhoyono dan viewernya yang mengundang kontroversi dengan menggunakan analisis semiotika, dan kemudian mengkaji interaksi yang terjadi pada akun *Instagram* pribadi Ibu Negara Ani Yudhoyono itu, dipandang dari perspektif etika komunikasi Indonesia.

METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah beberapa postingan foto pada akun Instagram Ibu Negara Ani Yudhoyono, komentar-komentar yang diberikan oleh akun lain terhadap postingan tersebut, dan tanggapan-tanggapan balik dari Ani Yudhoyono kepada komentar yang diberikan para followers.

Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma penelitian deskriptif kualitatif dimana peneliti berusaha mendeskripsikan hasil observasi pada objek penelitian. Teknik analisis data yang digunakan dalam

penelitian ini adalah teknik analisis isi pesan Ani Yudhoyono dan viewer akun Instagramnya dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes, lalu menganalisis interaksi Ani Yudhoyono dan viewer akun Instagramnya dari perspektif etika komunikasi. Analisis semiotika kemudian digunakan untuk menjelaskan makna dari pesan-pesan pada akun Instagram Ani Yudhoyono yang menimbulkan kontroversi, sedangkan interaksi antara Ani Yudhoyono dan viewer Instagramnya akan dikaji dari perspektif etika komunikasi.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan. Data-data dalam penelitian ini merupakan data kualitatif yang berbentuk kata-kata, kalimat-kalimat, dan narasi-narasi yang berhubungan dengan kategorisasi, karakteristik berwujud pertanyaan atau berupa kata-kata. Untuk mengumpulkan data terkait penelitian ini, peneliti menelusuri berita-berita online yang menulis tentang kontroversi terkait akun pribadi *Instagram* Ani Yudhoyono, yaitu *@aniyudhoyono*. Data yang dikumpulkan berupa artikel-artikel berita, foto-foto unggahan akun, dan hasil screen capture dari unggahan dan komentar akun tersebut.

Data dan Sumber Data

Jenis data yang dikumpulkan terbagi atas dua, yaitu data primer dan data sekunder. Pengumpulan kedua jenis data tersebut akan dilakukan dengan cara mengumpulkan data primer melalui hasil telusuran online tentang kontroversi-kontroversi yang terjadi mengenai unggahan serta komentar pada akun pribadi Ani Yudhoyono, yaitu *@aniyudhoyono*, dan mengumpulkan data

sekunder dengan melakukan kajian pustaka untuk mencari literatur, berita, dan sumber informasi lainnya yang terkait dengan penelitian ini.

Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan beberapa teknik untuk menganalisis data, yang pertama adalah dengan melakukan seleksi, dimana peneliti memilih data sesuai periode waktu yang telah ditetapkan. Selanjutnya, data yang telah terkumpul kemudian dianalisa dengan menggunakan teknik analisis semiotika Roland Barthes, untuk mengetahui makna-makna denotatif dan konotatif, serta konsep *myth* atau kekuasaan pada interaksi komunikasi yang terjadi pada konten kontroversial akun Instagram Ani Yudhoyono. Selanjutnya interaksi komunikasi tersebut akan dikaji melalui perspektif etika komunikasi untuk mengetahui apakah interaksi beliau sudah sesuai dengan kaidah etika komunikasi.

HASIL

Sebagai seorang tokoh publik (*public figure*), Ani Yudhoyono memiliki beragam aktifitas sosial. Untuk mendukung publikasi kegiatannya, maka beliau sering memuat dokumentasi kegiatannya pada media sosial. Salah satu media sosial yang ia gunakan adalah *instagram*, sebuah situs jejaring sosial yang memfokuskan diri sebagai media sosial visual, dalam hal ini terutama bagi orang-orang yang memiliki hobi fotografi. Hal ini dikarenakan beliau sendiri menyukai fotografi, dan sering mengambil foto di sela-sela kegiatannya. Dari sekian banyak komentar-komentar yang diberikan oleh para followernya terkait dengan postingan foto-foto yang beliau unggah pada akun *instagram* pribadi miliknya, terdapat beberapa foto yang kemudian memancing kontroversi dan

komentar-komentar dari para *follower*-nya yang kemudian beliau tanggapi dengan cara yang dianggap kurang sesuai sehingga menimbulkan interaksi yang negatif antara beliau dengan follower tersebut. Konten tersebut adalah foto dari Almira Tunggadewi, cucu beliau, pada tanggal 17 Agustus 2013; konten pada tanggal 16 Oktober 2013, yang menampilkan foto liburan beliau bersama Presiden SBY, saat mengunjungi Pantai Klayar di Jawa Timur; kemudian pada hari minggu, 3 November 2013, foto yang menampilkan anak, mantu, dan cucu beliau di Istana Bogor; pada Jumat, 17 Januari 2014, foto yang menampilkan gambar seekor semut yang sedang berada pada tangkai sebatang bunga; pada hari selasa, 14 Januari 2014, foto dari cucu beliau yang sedang bermain; dan yang terakhir pada tanggal 22 Desember 2013, menampilkan foto beliau yang sedang memasak di dapur. Keseluruhan konten unggahan tersebut mendapatkan komentar-komentar dari beberapa *viewer* beliau, yang kemudian ia tanggapi kembali dengan komentar-komentar yang menimbulkan kontroversi dan menjadi pusat sorotan masyarakat. Makna-makna yang ditimbulkan oleh komentar-komentar Ani Yudhoyono tersebut kemudian dianalisa dengan menggunakan perspektif etika komunikasi, sebab sebagai seorang *public figure*, Ani Yudhoyono bukan hanya mewakili diri beliau secara individu, namun juga mewakili institusi lain. Tindak-tanduk beliau akan mempengaruhi bukan hanya penilaian masyarakat terhadap beliau secara individu, namun juga pada institusi lain yang menjadikan beliau sebagai salah satu otoritasnya. Komentar-komentar beliau antara lain seperti:

“Subhanallah komentar anda yang sangat bodoh. Kok anda tidak berpikir bahwa kami sedang melakukan kunjungan dan mampir sebentar ke pantai sekalian lewat? Come on

apa tidak ada komentar lain yang lebih bisa diterima siapa saja”, “@bowwdat: Subhanallah, ya ampun, yang motret itu saya atau sampeyan sih? Koq pada ngotot begitu?!”, “@bowwdat; Jadi sampeyan percaya kalau hanya kayak editan, tetapi bukan editan? Kalau begitu, terima kasih. Paling sakit kalau dibilang bohong.” dan “@bowwdat: ya ampun, apanya yang mesti diasah, wong itu foto asli. Sudahlah untuk apa berdebat sama sampeyan, nggak ada juntrungannya. Capek deh.”

Media massa kemudian ramai memberitakan peristiwa ini, terutama pada media online. Hal ini berpotensi untuk menimbulkan opini yang negatif dari masyarakat umum terhadap beliau beserta institusi lain yang beliau wakili, dan melanggar kaidah etik komunikasi, bila ditinjau dari perspektif etika komunikasi situasional dan perspektif etika komunikasi legal.

PEMBAHASAN

Penelitian ini menemukan bahwa terdapat perbedaan penafsiran makna antara Ani Yudhoyono dan beberapa viewer beliau pada beberapa unggahan yang dimuat didalam akun *Instagram* beliau. Makna ini merupakan penafsiran tanda semiotika, seperti yang dikatakan Eco (1979), bahwa semiotik merupakan “ilmu tanda” (*sign*) dan segala sesuatu yang berhubungan dengannya, baik berupa cara berfungsinya, hubungannya dengan kata lain, pengirimannya, dan penerimaannya oleh mereka yang mempergunakannya. Adanya perbedaan makna ini disebabkan oleh karena media yang menjadi wadah interaksi komunikasi ini adalah media baru, dimana salah satu karakteristiknya adalah adanya pengalaman dalam hubungan baru antara perwujudan, identitas, dan komunitas; pergeseran dalam pengalaman personal dan sosial tentang waktu, ruang, dan tempat,

baik skala lokal maupun global (Lister dkk., 2009). Media baru ini memiliki karakteristik yang membedakannya dengan media konvensional, yaitu *interactivity*, yang diindikasikan oleh rasio respon atau inisiatif dari pengguna terhadap „tawaran” dari sumber/pengirim (pesan), kemudian *social presencer* (*sociability*) yang dialami oleh pengguna, dimana *sense of personal contact* dengan orang lain dapat diciptakan melalui penggunaan sebuah medium. Selanjutnya adalah *media richness*, dimana media baru dapat menjembatani adanya perbedaan kerangka referensi, mengurangi ambiguitas, memberikan isyarat-isyarat, lebih peka, dan lebih personal. Lalu *autonomy*, yaitu seorang pengguna merasa dapat mengendalikan isi dan menggunakannya dan bersikap independen terhadap sumber; *playfulness*, yaitu digunakan untuk hiburan dan kenikmatan; *privacy*, yang diasosiasikan dengan penggunaan medium dan/atau isi yang dipilih, dan terakhir adalah *personalization*, dimana tingkatan dimana isi dan penggunaan media bersifat personal dan unik (McQuail, 2010). Adanya pemaknaan yang berbeda antara Ani Yudhoyono dan beberapa viewer beliau kemudian dapat dipandang melalui pendekatan konstruksionis sosial. Dengan mengikuti pendekatan ini, Fish kemudian mengajarkan bahwa pembaca merupakan anggota dari komunitas interpretif-kelompok yang saling berinteraksi, membentuk realitas dan pemaknaan umum, serta menggunakannya dalam pembacaan mereka. Jadi, pemaknaan terletak dalam komunitas interpretif pembaca (Littlejohn & Foss, 2011).

Pada kasus ini, dapat dilihat bahwa akun *Instagram* milik Ani Yudhoyono merupakan perwakilan atau representasi dari diri beliau. Akun tersebut merupakan “diri” beliau di dunia maya *Instagram*. Akun tersebut menceritakan pengalaman hidup dan kenangan beliau, bagaimana beliau memaknai peristiwa dalam hidupnya,

melalui momen-momen tertentu yang diabadikan melalui foto, dan dipilih oleh beliau untuk mewakili pandangan beliau tersebut kepada para followernya. Konflik kemudian timbul ketika ada komentar dari followernya pada beberapa foto tersebut yang dianggap oleh beliau sebagai sesuatu yang tidak menyenangkan, dan dianggap sebagai sebuah “serangan” terhadap pribadi beliau sehingga membuatnya tersinggung. Inilah yang dimaksud sebagai bentuk “kesadaran diri” yang berevolusi akibat perkembangan teknologi. Pribadi seseorang kemudian bukan hanya dirinya secara fisik atau nyata, melainkan juga “diri” nya yang berada di dunia maya dalam bentuk akun-akun media sosial. Perbedaan pemaknaan Ani Yudhoyono dan *viewer* beliau dalam beberapa komentar dapat disebabkan oleh perbedaan pandangan yang digunakan. Ani Yudhoyono menimbulkan kesan bahwa beliau memaknai komentar beberapa *viewer* yang tidak sependapat dengan mereka melalui sudut pandang seorang dengan kekuasaan atau pengaruh, sehingga komentar beliau cenderung untuk „meremehkan“ dan „menyerang“ *viewer-viewer* tersebut dengan kata-kata yang menghina dan merendahkan, yang kemudian menjadi sesuatu yang tidak etis jika ditinjau dari perspektif etika komunikasi. Etika dunia maya (etika informasi dan komunikasi) berbeda dengan etika lain dan memerlukan perhatian khusus. Kemampuan untuk membuat dan mengevaluasi argumen sangat penting untuk dimiliki di dunia modern dimana orang-orang harus menangani banyak informasi-informasi baru melalui konvergensi teknologi yang beragam. (Vesna & Niveditha, 2012). Sifat dasar etika kemudian adalah sifat kritis, karenanya etika berfungsi untuk mempersoalkan norma yang dianggap berlaku. Diselidikinya apakah dasar suatu norma itu dan apakah dasar itu membenarkan ketaatan yang dituntut oleh

norma itu terhadap norma yang dapat berlaku. Kemudian etika mengajukan pertanyaan tentang legitimasinya, artinya norma yang tidak dapat memperhatikan diri dari pertanyaan kritis dengan sendirinya akan kehilangan haknya. Etika juga mempersoalkan pula hak setiap lembaga seperti orangtua, sekolah, negara, dan agama untuk memberikan perintah atau larangan yang harus ditaati; etika memberikan bekal kepada manusia untuk mengambil sikap yang rasional terhadap semua norma, dan etika menjadi alat pemikiran yang rasional dan bertanggungjawab bagi seorang ahli dan bagi siapa saja yang tidak mau diombang-ambingkan oleh norma-norma yang ada (Darmodiharjo & Shidarta, 2004). Ketidakmampuan seorang public figure, terutama seseorang dengan kapasitas dan tanggung jawab sosial yang besar seperti seorang Ibu Negara, akan berdampak negatif pada citra pribadi dan institusi, serta dapat menghilangkan kepercayaan masyarakat kepada public figure dan pemerintahan yang diwakilinya.

KESIMPULAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat pesat telah membawa perubahan yang sangat besar pada kehidupan manusia. Namun perkembangan teknologi masih belum mampu untuk menggantikan keseluruhan fungsi yang ada pada manusia. Kekurangan ini menjadi celah yang dapat menimbulkan kesalah-pahaman dan mispersepsi yang kemudian akan berpengaruh pada interaksi komunikasi yang berlangsung antara individu. Secara semiotika, interaksi antara Ani Yudhoyono dan followernya pada konten-konten kontroversial mengalami mispersepsi pada tataran makna konotatif. Secara denotatif, komentar-komentar follower yang kemudian ditanggapi oleh Ani Yudhoyono tidak memperlihatkan adanya hal yang kemudian

menjadikan Ani Yudhoyono perlu untuk menanggapi secara berlebihan. Dengan demikian, yang tampak adalah bahwa Ani Yudhoyono menangkap pesan dari komentar tersebut pada tataran makna konotatif yang dipengaruhi oleh penilaian subyektif beliau, sehingga memungkinkan adanya kesalahan dalam mengartikan pesan yang ingin disampaikan oleh follower beliau tersebut melalui komentar-komentar mereka pada konten kontroversial tersebut. Analisis semiotika ini kemudian bermanfaat dalam menemukan makna-makna yang timbul pada interaksi komunikasi, dan kemudian menemukan bagaimana bahasa sebagai sebuah kekuatan yang mampu mempengaruhi cara pandang orang terhadap dunia disekitarnya. Sedangkan jika dilihat dari perspektif etika komunikasi, tanggapan Ani Yudhoyono terhadap komentar-komentar *viewer*-nya tersebut tidak memenuhi kaidah yang sesuai bagi standar etika untuk seorang Ibu Negara. Cara beliau dalam menanggapi komentar-komentar para followernya masih belum seluruhnya memenuhi kaidah mengenai etika komunikasi yang seharusnya dimiliki oleh seorang ibu Negara. Peran seorang ibu Negara adalah untuk mengayomi keseluruhan masyarakat, dan bukan hanya kelompok tertentu. Seorang Ibu Negara juga harus memperlihatkan kesabaran dan kemampuan untuk berkomunikasi dengan semua lapisan masyarakat. Ketidakmampuan untuk berkomunikasi secara efektif akan berpengaruh terhadap pandangan dan penilaian masyarakat, bukan hanya terhadap pribadi beliau sendiri, namun juga terhadap kelompok atau institusi lain yang diwakili olehnya. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menciptakan kemajuan yang pesat terhadap kehidupan manusia. Namun pada saat yang bersamaan, kehidupan manusia menjadi semakin bergantung terhadapnya. Diperlukan usaha untuk menemukan

keseimbangan agar teknologi kemudian tidak semakin memperbudak kehidupan manusia. Selanjutnya, bentuk interaksi sosial yang timbul akibat kemajuan teknologi masih menyimpan berbagai potensi timbulnya kesalahan dalam berkomunikasi. Kekurangan teknologi dalam usahanya untuk dapat meniru fungsi komunikasi yang secara alamiah *inheren* dalam diri manusia dapat menimbulkan kesalahan dalam mengartikan pesan komunikasi yang dapat berujung pada miskomunikasi. Diperlukan sebuah studi semiotika yang lebih mendalam mengenai hal ini dan upaya terus-menerus untuk dapat mengatasinya. Perspektif etika komunikasi ini sendiri adalah sebuah cabang yang bersifat sangat dinamis. Selanjutnya, sebagai sebuah ilmu sosial, etika akan terus berkembang, sebab ilmu ini amat dipengaruhi oleh kebudayaan manusia. Perkembangan teknologi yang kemudian berdampak pada perkembangan kebudayaan manusia secara pasti akan berpengaruh pula terhadap penilaian mengenai benar dan salah atau pun boleh dan tidak boleh, yang menjadi inti dari ilmu etika komunikasi. Masyarakat, terutama para tokoh publik atau *public figure*, perlu untuk selalu mencermati dan mempelajari mengenai etika komunikasi sebagai usaha untuk berperilaku yang sesuai dengan standar yang berlaku didalam masyarakat.

DAFTAR RUJUKAN

- Arismunandar, S. (2006). *Konvergensi Media*. Diakses 12 Juli 2014. Tersedia: <http://satrioarismunandar6.blogspot.com/2006/10/konvergensi-media.html>
- Cohen, Lon S. (2009). *Is There A Difference Between Social Media and Social Networking?* Diakses 12 Juli 2014. Available from: <http://lonscohen.com/blog/2009/04/difference-between-social-media-and-social-networking/>

- Darmodiharjo, Darji & Shidarta. (2004). *Pokok-Pokok Filsafat Hukum*. Jakarta: Gramedia.
- Eco, Umberto. (1979). *A Theory Of Semiotics*. Indiana University Press.
- Holmes, David. 2005. *Communication Theory: Media, Technology, Society*. London: Sage Publication.
- Lister, Martin dkk. (2009). *New Media, A Critical Introduction*. New York: Routledge.
- Littlejohn, Stephen W., & Foss, Karen A., (2011). *Teori Komunikasi Edisi 9*. Terjemahan. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mcquail, Denis. (2010). *McQuails's Mass Communication Theory* (sixth edition). London: Sage.
- Mufid, Muhammad. (2009). *Filsafat dan Etika Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Vesna, Lourdu., & Niveditha, D. (2012). *Ethics In Cyberspace- A Philosophical Approach*. International Journal of Advancements in Research & Technology, Volume 1, Issue 3, ISSN 2278-7763. 1:2-4.