

ALAMTARA.JSI by IAI TABAH is licensed under a Creative Commons Attribution- NonCommercial 4.0 International License

Naskah masuk	Direvisi	Diterbitkan
05 Januari 2021	15 Maret 2021	30 Juni 2021

ETIKA BERKOMUNIKASI DI MEDIA SOSIAL DALAM MENSIKAPI INFORMASI PENYEBARAN COVID 19 DI LAMONGAN

Mubarok Ahmadi

Institut Agama Islam Tarbiyatut Tholabah Lamongan, Indonesia

E-mail: ahmadi.edy1@gmail.com

Tri Tami Gunarti

Institut Agama Islam Tarbiyatut Tholabah Lamongan, Indonesia

E-mail: tritami033@gmail.com

Abstrak: Perkembangan teknologi informasi semakin memudahkan dalam memperoleh dan menyebarkan informasi, informasi menjamur sehingga kualitas informasi dipertanyakan. Berbagai informasi hoax menjamur di kalangan masyarakat sehingga bingung dalam menyikapinya sehingga etika komunikasi harus ada. Dengan salah satu platform media sosial yaitu Instagram, informasi dapat tersampaikan dengan cepat dan profil Instagram tersampaikan dengan benar sehingga masyarakat yang menerima informasi dapat tepat. Penelitian ini menggunakan penelitian etnografi virtual dengan melakukan observasi pada akun Instagram Dinas Kesehatan_kablamongan. Penelitian ini menghasilkan informasi yang dapat dipublikasikan secara optimal melalui Instagram, asalkan identitas akun Instagram ditulis dengan jelas.

Kata Kunci: Etika Komunikasi, Instagram, Etnografi Virtual.

Abstract: The development of information technology makes it easier to obtain and disseminate information, information is mushrooming so that the quality of information is questioned. Various hoax information is mushrooming among the public so it is confusing in responding to it so that communication ethics must exist. With one of the social media platforms, Instagram, information can be conveyed quickly and an Instagram profile is conveyed correctly so that people who receive information can be precise. This study uses a virtual ethnographic study by making observations on the Instagram account of the Health Office_kablamongan. This research results in information that can be published optimally through Instagram, provided that the identity of an Instagram account is written clearly.

Keywords: Communication Ethics, Instagram, Virtual Ethnography.



PENDAHULUAN

Pertumbuhan informasi di kalangan masyarakat semakin hari semakin berkembang hal ini seiring dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat, media yang dijadikan sebagai sumber informasi semakin beragam namun akurasi dari sebuah informasi semakin dipertanyakan. Siapa saja yang memiliki sebuah account dimedia memiliki hak untuk menyebarkan informasi kapan saja dan jenis informasi apa saja.

Kualitas dari sebuah informasi dipengaruhi oleh 3 hal pertama Relevansi. Keterkaitan informasi yang disebarkan dengan kondisi yang dialami oleh orang yang menerima informasi. Kedua Kecepatan. Informasi memiliki kualitas yang baik bila kecepatan dalam penyebarannya dilakukan dengan mudah dan cepat sampai kepada penerima informasi. Ketiga Kualitas Akurasi informasi, kebenaran akan suatu informasi yang didapatkan oleh si penerima informasi, jenis informasi yang di sebar dan orang atau instansi yang menyebarkan informasi (sumber terpercaya)¹.

Dalam perkembangan teknologi informasi semakin pesat ini kualitas akurasi informasi semakin dipertanyakan karena pilihan berbagai media yang ada dan canggih sehingga proses penyebaran informasi semakin cepat dan memungkinkan untuk merelevansikan informasi. Namun akurasi dari sebuah informasi semakin dipertanyakan sehingga kaidah *check and recheck* atau menkonfirmasi sebuah informasi sangat diperlukan.

Hadirnya media sosial Instagram yang penggunanya sangat banyak pada tahun 2021 pengguna instagram di indonesia mencapai 79% dari populasi indonesia² hal ini menjadikan sarana yang menarik dalam penyebaran informasi. Pada platform intagram tidak memiliki batasan jumlah forwer (Pengikut) akan tetapi hanya menerapkan jumlah following (mengikuti) yaitu sebanyak 7500³. Hal ini menjadikan media sosial instagram sangat menarik untuk dijadikan sebagai sarana penyebaran informasi, tidak adanya batasan pada folower mengasumsikan tingkat ketertarikan orang lain pada informasi yang disediakan oleh akun instagram dan dibatasinya following mengartikan bahwa pengguna media sosial instagram diharuskan untuk memilih jenis informasi apa saja yang akan didapatkan. Layanan instagram ini dikembangkan semakin canggih dengan disediakan beberapa fitur yang menarik seperti regram, share to whatsapp dan lain sebagainya sehingga menjadikan penggunanya semakin terlayani akan informasi dan memudahkan dalam penyebaran informasi⁴.

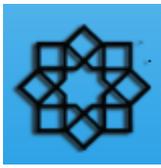
Kecanggihan layanan yang disediakan oleh instagram mendukung dinas kesehatan kabupaten lamongan dalam penyebaran informasi mengenai covid 19. Pandemi Covid 19 yang semakin menakutkan masyarakat mengharuskan masyarakat untuk mendapatkan inforamasi yang berkualitas sehingga tidak termakan dengan informasi yang salah (hoax). Dinas kesehatan lamongan membuat account instagram

¹ Jogiyono, Analisis dan Desain Sistem Informasi

² <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/> diakses pada tanggal 28 Juni 2021

³ <https://www.firstmedia.com/article/batasan-batasan-yang-harus-kamu-ketahui-saat-menggunakan-instagram> diakses pada tanggal 28 Juni 2021

⁴ Ulasan dari fitur yang dikutip dari <https://nextren.grid.id/read/0118861/makin-canggih-kekinian-instagram-uji-8-fitur-terbarunya-intip-yuk?page=all> diakses pada tanggal 28 Juni 2021



dengan nama *dinkes_kablamongan* yang hingga saat ini diikuti oleh 29,2 ribu pengguna *instagram*⁵ tentu memiliki harapan besar kepada masyarakat lamongan akan kualitas informasi yang disebar dan masyarakat semakin mematuhi Protokol Kesehatan dalam masa pandemi ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Etika Berkomunikasi di Media Sosial

Berkomunikasi di media sosial acap kali dengan memakai bahasa yang tidak formal, hal ini didasari karena media sosial merupakan media yang berada di panggung virtual sehingga antara komunikator dengan komunikan tidak saling mengetahui hanya ditandai dengan melihat profil foto yang terkadang foto profil tidak bisa dilihat. Terkadang berkomunikasi di media sosial antara komunikator dengan komunikan sudah saling mengenal akan tetapi bahasa yang digunakan cenderung bahasa kekinian, oleh karenanya terkadang memerlukan untuk saling konfirmasi terhadap informasi yang dikirim dan didapatkan. Dalam beberapa kejadian yang nampak dibranda maupun komentar pada account *instagram* yang menggunakan bahasa formal (tulisan Baku). Media sosial bukanlah media yang baru bagi masyarakat akan tetapi bila ditinjau dari aspek tujuan dalam penyebaran informasi terkadang mengharuskan untuk menggunakan bahasa yang baku sehingga informasi yang disebar tidak menimbulkan multi tafsir.

Proses penyebaran informasi bisa diartikan sebagai proses komunikasi antara komunikator/sumber informasi dan komunikan/orang yang menerima informasi, sebagai proses komunikasi maka unsur etika dalam penyebaran informasi ini sangat diperlukan agar tidak terjadi *misunderstanding* / kesalah pahaman. Etika komunikasi terdiri dari dua kata yaitu etika yang diartikan sebagai ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak)⁶ dan komunikasi yaitu pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami; hubungan; kontak⁷. Etika berkomunikasi mengorientasikan pelaku komunikasi untuk bersikap baik dan santun dalam menggunakan informasi. Komunikasi sendiri memiliki arti yang sangat luas menurut Harold Lasswell (1948) mendefinisikan komunikasi *who says what in which channel to whom with what effect* (siapa yang mengatakan apa melalui media apa kepada siapa dan apa dampaknya) pengertian menurut laswel ini masih sangat relevan karena komunikasi ini memiliki berbagai unsur yang terdapat didalamnya (Ahmadi, 2020) diantaranya adalah sumber pesan (komunikator), isi pesan, media yang digunakan, penerima informasi (komunikan) dan dampak yang terjadi setelah mendapatkan pesan⁸.

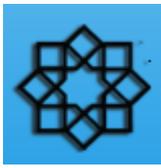
Etika berkomunikasi menjadi hal yang sangat penting untuk diterapkan karena hal ini mengorientasikan pada unsur-unsur yang ada pada komunikasi agar tercipta

⁵ Informasi jumlah folower diambil dari accout pada tanggal 28 juni 2021 https://www.instagram.com/dinkes_kablamongan/

⁶ Lihat KBBI online <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/etika>

⁷ Pendefinisian komunikasi menurut KBBI <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/komunikasi>

⁸ <https://ejournal.iai-tabah.ac.id/index.php/alamtaraok/issue/view/63>



perilaku yang baik. Dalam penyebaran informasi kesesuaian dengan kondisi yang ada dan dampak dari penyebaran informasi perlu dipertimbangkan sehingga kebutuhan etika komunikasi ini sangat mendasar. Amir (1999) Istilah Kejujuran dalam ilmu komunikasi yang menyangkut komunikasi massa meliputi beberapa aspek etis, seperti etika kejujuran sesuai dengan kondisi yang ada, tidak adanya kebeerpihakan terhadap informasi yang disebar dan etika kepatutan dan kewajaran dalam penyampaian informasi.

Oleh karenanya dalam penggunaan media sosial yang digunakan sebagai media komunikasi, penerapan etika komunikasi harus dilaksanakan karena ketidak tahuan atau ketidak sadaran orang dalam menggunakan media sosial dapat mengarahkan pengguna pada ketimpangan yang tidak sewajarnya dan menjerumuskan diri serta orang lain kedalam perilaku yang tidak baik.

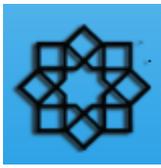
Setidaknya ada beberapa hal yang perlu diperhatikan pada etika komunikasi di media sosial diantaranya⁹ adalah 1) memperhatikan penggunaan kalimat, penggunaan kalimat dengan pemilihan kata (diksi) yang tepat dan susunan kata yang menarik serta penggunaan tanda baca yang tepat merupakan suatu etika dalam berkomunikasi di media sosial yang harus dijaga dengan menghindari penggalan kalimat atau kalimat yang tidak utuh. 2) penggunaan huruf yang sesuai, huruf kapital dan huruf kecil setidaknya menimbulkan persepsi kepada pembaca suatu informasi. 3) pemilihan emoticon (simbol) yang sesuai, pada media sosial penggunaan emoticon menjadi hal yang wajar karena emoticon ini disediakan oleh platform untuk merepresentasikan pengguna. 4) Bahasa Sesuai, yaitu penggunaan bahasa dalam penyampaian informasi dengan memakai bahasa yang sesuai dengan sasaran(bahasa netizen cenderung tidak baku) atau menggunakan bahasa formal untuk menegaskan informasi. 5) Merespon Komentar dengan ramah, respon komentar menjadi suatu keharusan dalam berkomunikasi di media sosial karena adanya komentar menandakan adanya tanggapan terhadap informasi yang disebar. 6) Sumber Refrensi yang jelas, dengan kejelasan sumber refrensi akurasi suatu informasi terukur. 7) Tidak memancing pertentangan, paparan informasi yang diterima oleh orang mempersepsikan yang berbeda-beda karena umumnya informasi di media tidak terdapat gesture sebagaimana ketika berkomunikasi secara langsung.

METODE

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian adalah dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan menjelaskan fenomena-fenomena komunikasi dalam mensikapi penyebaran informasi covid 19 yang terdapat pada account instagram dinkes_kablamongan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Etnografi Virtual, metode ini digunakan untuk mengeksplorasi entitas(user) yang menggunakan internet. Etnografi virtual merefleksikan implikasi dari komunikasi yang bermediakan internet. Etnografi virtual merupakan metode yang digunakan secara kualitatif untuk

⁹ <https://pakarkomunikasi.com/etika-komunikasi-di-media-sosial>



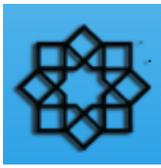
memahami peristiwa pada komunitas virtual. Dengan menggunakan observasi dan wawancara secara online. Metode etnografi virtual menurut Jorgen memamparkan tentang kebiasaan komunitas yang lebih specific dengan penggunaan teknologi dalam berkomunikasi (Daniel, 2011)

Etnografi sangat berkaitan dengan unsur kebudayaan, unsur kebudayaan dalam hal ini diartikan sebagai kumpulan dari pola-pola perilaku serta keyakinan. erat kaitannya dengan kebudayaan, metode penelitian etnografi diartikan sebagai penelitian lapangan, dimana peneliti tinggal dan hidup bersama orang-orang yang diteliti. Etnografis tidak sekadar mendeskripsikan pola-pola kebudayaan dari sebuah kelompok semata, tetapi juga memberikan interpretasi atau penafsiran atasnya (Creswell, 2007).

Penelitian menggunakan etnografi virtual memiliki beberapa prinsip dasar yang perlu untuk ditekankan. Prinsip dasar ini terkait internet merupakan lapangan baru dan entitas (user) yang berada didalamnya berbeda sekali dengan realitas secara luring. Konteks ini merujuk pada etnografi virtual yang dipopulerkan oleh Hine(2000) sebagaimana berikut ini :

1. Peneliti atau etnografer memahami persoalan lapangan atau objek penelitian. Internet dengan berbasiskan pada teknologi yang selalu hidup dan berinteraksi selalu terjadi setiap saat, keberadaan etnografer secara fisik tidak sama dengan penelitian etnografi di luring. Lokasi di internet juga menjadi lokasi yang unik, memiliki prosedur dan hierarki yang berbeda, bahkan akses terhadap lokasi bisa menggunakan piranti, baik piranti keras (*hardware*) maupun piranti lunak (*software*). Nasrullah (2017) Internet juga mesti dilihat dalam konteks yang luas. Internet tidak sekadar sebagai medium berkomunikasi di antara penggunanya, tetapi juga tempat di mana komunitas berada dan berinteraksi, bahkan sebagai wujud komunitas itu sendiri yang menjadi arsip virtual.
2. Media Interaksi Virtual. Peneliti hendaknya memahami sekaligus memiliki kecakapan dalam berkomunikasi di internet, interaksi antara dunia nyata dan dunia maya berbeda, interaksi di dunia maya memiliki aturan yang berbeda dengan dunia nyata. Dunia memiliki beraneka ragam situasi dan keterlibatan entitas yang ada didalamnya, entitas pengguna dan perangkat teknologi yang terdiri dari piranti keras (*hardware*) dan Piranti lunak (*Software*), dengan demikian peneliti hendaknya memiliki pemahaman situasi dan proses bagaimana interaksi itu terjadi di dunia maya.
3. Prinsip Virtualitas, Terdapat tiga tahap awal prinsip virtualitas di internet menurut Tim Jordan (1999), yaitu 1) identity fluidity merupakan proses pembentukan identitas secara online yang ada di dunia maya, dan identitas tersebut tidak harus sama dengan, atau mendekati identitas sebenarnya di dunia nyata yang sebenarnya (offline), 2) Renovated hierarchies yaitu proses di mana ada urutan struktural yang terjadi di dunia nyata (offline hierarchies) direka bentuk kembali menjadi online hierarchies dalam konteks yang berbeda yang dalam prakteknya kadang bersifat anti-hierarchical, dan 3) informational space adalah informasi yang menggambarkan realita yang hanya berlaku di dunia virtual¹⁰

¹⁰ <http://ejournal.uin-suka.ac.id/ushuluddin/SosiologiAgama/article/view/2650> oleh Moh Soehadha pada journal



HASIL DAN PEMBAHASAN

Etika sangat mempengaruhi kehidupan manusia, tingkah laku manusia dalam kehidupannya harus dibarengi dengan penerapan etika, etika memberikan solusi bagaimana manusia menjalani kehidupan melalui rangkaian tindakan dalam kesehariannya. Ini memberikan arti bahwa etika membantu dalam pengambilan sikap dan tindakan secara tepat dalam menjalani kehidupan. Oleh karenanya etika mampu diterapkan dalam segala aspek kehidupan manusia sehingga etika dibagai menjadi beberapa bagian sesuai dengan aspek sisi kehidupan manusia.

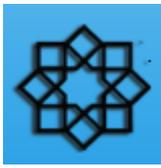
Dalam bergaul dan bermasyarakat manusia memerlukan sistem yang mengatur bagaimana manusia bergaul, bermasyarakat, bernegara bahkan hingga berinteraksi secara internasional atau mendunia. Sistem tata tertib sosial menjadi saling menghormati yang disebut sopan santun, tata krama, keprotokolan, dan sebagainya. Tujuan dari pedoman sosial adalah untuk melindungi kepentingan masing-masing dan setiap pihak yang berkepentingan agar mereka bahagia, tenang, damai, terlindungi dan bertindak tanpa mengorbankan kepentingan mereka sendiri. Tindakan ini dilakukan sesuai dengan praktik saat ini dan tanpa benturan dengan hak asasi manusia, hak umum. Ini adalah dasar dari perkembangan moralitas dalam masyarakat kita. Menurut para ahli, etika hanyalah aturan yang menghubungkan perilaku, kebiasaan, dan kebiasaan orang dan melihat apa yang benar dan apa yang salah.

Kata etika, atau yang biasa dikenal dengan etika, berasal dari kata Yunani "ethos". Ini berarti standar, nilai, aturan dan ukuran untuk perilaku manusia yang baik. Tentu saja, etika komunikasi juga mengarah pada pembebasan bahasa. Simbol, bahasa, atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu atau lebih kata. Bahasa dapat dianggap sebagai suatu sistem kode linguistik (Deddy Mulyana, 2006), komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang menggunakan pesan-pesan nonverbal. Istilah nonverbal umumnya digunakan untuk menggambarkan semua peristiwa komunikasi kecuali ucapan dan tulisan. Secara teori, komunikasi nonverbal dan linguistik dapat dipisahkan. Namun pada kenyataannya kedua jenis komunikasi ini terjalin dan saling melengkapi pada komunikasi manusia sehari-hari.

Di Indonesia, Instagram lebih populer dibandingkan Twitter¹¹. Pengguna Instagram di Indonesia menggunakan layanan ini untuk mencari informasi, mengunggah informasi, dan saling mengomentari informasi yang telah diunggah oleh pengguna lain yang berada dalam lingkungannya (*following* dan *follower*). Maraknya pengguna dan mudahnya penggunaan Instagram membuat pengguna semakin tertarik, pengguna bisa mudah mengunggah foto selfienya dengan mudah, mengunggah gambar, mengunggah video yang disediakan beraneka ragam animasi yang ada didalamnya. Foto selfi bisa diberikan animasi yang menarik, video rekaman di edit dengan fasilitas yang telah disediakan di dalam Instagram, selain itu penggunaannya pun mudah (*user friendly*)¹². Tawaran inilah yang menjadikan pengguna Instagram untuk betah dalam menggunakannya.

¹¹ <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial>

¹² <https://instagram.followersgratis.web.id/alasan-harus-memiliki-akun-instagram.php>



Tidak jarang penyampaian informasi kepada masyarakat disampaikan melalui media sosial sebab pengguna media sosial dalam tiap tahunnya mengalami lonjakan. Dinas kesehatan kabupaten lamongan dalam menginformasikan penyebaran covid 19 menggunakan media sosial instagram yang dikemas dengan postingan yang konsisten sehingga mudah untuk dipahami oleh masyarakat kabupaten lamongan.



Gambar Postingan Instagram Account dinkes_kablamongan¹³

Masyarakat diberikan informasi tentang kasus suspek covid 19 dalam setiap harinya, postingan ini dilakukan setiap sore hari yang isinya adalah menginformasikan kejadian penyebaran covid 19 pada hari tersebut.

Dalam setiap postingan yang dilakukan oleh account dinkes lamongan, diberikan narasi yang menyebutkan bahwa postingan ini merupakan data resmi yang disampaikan oleh dinas kesehatan "Data Resmi 19.00 WIB, 30/06/2021 Dinas Kesehatan Kabupaten Lamongan." Seperti yang ada di gambar berikut ini



Gambar Narasi/Comment

Selain ditampilkan pada setiap postingan yang terdapat pada account ini, identitas accoutnya pun diberi beberapa informasi yang mendukung bahwa account ini merupakan account yang dikelola oleh Dinas Kesehatan Kabupaten Lamongan.

¹³ https://www.instagram.com/dinkes_kablamongan/



Gambar Profil Account Instagram Dinas Kesehatan Lamongan

Pada account ini telah diikuti oleh 30.2 Ribu pengguna, dan account ini dibuat pada tanggal 01 April 2020, dinkes kab lamongan melakukan memberikan postingan konsisten, menampilkan peta yang dinilai berpotensi hijau, orange dan merah¹⁴. Sehingga memudahkan bagi folower dalam mencari informasi penyebaran covid 19 di kabupaten lamongan.

Instagram merupakan media sosial yang memiliki layanan interaksi virtual sehingga folower yang ingin menkonfirmasi informasi yang disampaikan oleh dinkes_kablamongan ini bisa dengan mudah, data tentang informasi penyebaran covid 19 di lamongan diperoleh oleh dinkes ini melalui sebuah hirarki data, data dikumpulkan berdasarkan informasi dari desa disampaikan ke kecamatan kemudian dari kecamatan direkap oleh kabupaten(dinas kesehatan lamongan)¹⁵.

Meskipun demikian pengumpulan datanya terkadang hal ini menimbulkan pertanyaan dari masyarakat tentang kebenaran dari informasi penyebaran covid 19 ini



Gambar Komentar Folower

Selain memberikan informasi tentang penyebaran covid 19 dinkes_kablamongan juga memberikan himbauan yang ditampilkan pada account nya, diantaranya adalah

¹⁴ Hasil observasi peneliti pada tanggal 02 Juli 2021 di account dinkes_kablamongan https://www.instagram.com/dinkes_kablamongan/

¹⁵ Informasi yang diperoleh dari informan pada tanggal 30 Juni 2021



himbauan tentang mentaati protokol kesehatan dalam masa pandemi covid 19. Selalu menggunakan masker, selalu mencuci tangan dan menghindari kerumunan yang dikenal dengan 3M.

Dengan adanya account yang dipublikasi secara resmi oleh dinas kesehatan lamongan maka rasa waspada dan hati-hati tentang lokasi sekitar terhadap penyebaran informasi covid 19 ini terjadi sehingga masyarakat lebih bisa hati-hati dari pada ketakutan. Masyarakat diberikan informasi dengan sumber yang valid bukan hoax dan memudahkan masyarakat dalam mengambil sikap dalam menerima informasi tentang penyebaran covid 19 di kabupaten lamongan.

KESIMPULAN

Perkembangan Teknologi perlu untuk disikapi dengan baik, sehingga kecanggihan teknologi informasi bisa dimanfaatkan dalam membentuk etika komunikasi, sebab dengan memberikan data dan informasi yang *uptodate*/cepat, relevan dan akurat serta bisa dikonfirmasi tentang kebenaran data maka orang yang menerima informasi akan mendapatkan data yang benar/valid sehingga dari data / informasi tersebut dapat dijadikan sebagai dasar dalam penentuan sikap atas informasi yang diperoleh.

BIBLIOGRAFI

- Amir, Mafri, (1999), *Etika Komunikasi Massa Dalam Pandangan Islam*, Jakarta : PT. LogosWacana Ilmu
- Creswell, John W., (2007) *Qualitative Inquiry & Research Design Choosing Among Five Approaches*, California: Sage Publication Inc.
- Daniel, B.K., (2011), *Handbook of Research on Methods and Techniques for Studying Virtual Communities: Paradigms and Phenomena*, New York:Information Science Reference.
- Hartono, Jogiyanto, (2008), *Analisis & Desain Sistem Informasi*, Yogyakarta : PT Andi Offset
- <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/> diakses pada tanggal 28 Juni 2021
- <https://www.firstmedia.com/article/batasan-batasan-yang-harus-kamu-ketahui-saat-menggunakan-instagram> diakses pada tanggal 28 Juni 2021
- <https://nextren.grid.id/read/0118861/makin-canggih-kekinian-instagram-uji-8-fitur-terbaru-intip-yuk?page=all> diakses pada tanggal 28 Juni 2021
- https://www.instagram.com/dinkes_kablamongan/
- <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/etika>
- <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/komunikasi>
- <https://ejournal.iai-tabah.ac.id/index.php/alamtaraok/issue/view/63>
- <https://pakarkomunikasi.com/etika-komunikasi-di-media-sosial>
- <http://ejournal.uin-suka.ac.id/ushuluddin/SosiologiAgama/article/view/2650>
- <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial>



<https://instagram.followersgratis.web.id/alasan-harus-memiliki-akun-instagram.php>
Mulyana, Deddy., 2008, Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung : PT Remaja
Rosdakarya
Nasrullah, R., (2017). Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya dan Sosio Teknologi
di Internet, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.