

## MEDIA SOSIAL: SUMBER INSPIRASI ATAU DEGRADASI KARAKTER? STUDI TENTANG PENGARUHNYA TERHADAP MORALITAS MAHASISWA

Aulia Dewitanti<sup>1</sup>, Bagas Wahyu Prasetya<sup>2</sup>, Belvana Aurel Putri Diamanta<sup>3</sup>,  
Haqqoni Abdul Hafizh<sup>4</sup>, Nazwa Azhizah Nur Ramadani<sup>5</sup>, Joko Tri Nugraha<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup>Universitas Tidar

<sup>1</sup>[aulia.dewitanti@students.untidar.ac.id](mailto:aulia.dewitanti@students.untidar.ac.id), <sup>2</sup>[bagas.wahyu.prasetya@students.untidar.ac.id](mailto:bagas.wahyu.prasetya@students.untidar.ac.id),

<sup>3</sup>[belvana.aurel.putri.diamanta@students.untidar.ac.id](mailto:belvana.aurel.putri.diamanta@students.untidar.ac.id),

<sup>4</sup>[haqqoni.abdul.hafizh@students.untidar.ac.id](mailto:haqqoni.abdul.hafizh@students.untidar.ac.id),

<sup>5</sup>[nazwa.azhizah.nur.ramadani@students.untidar.ac.id](mailto:nazwa.azhizah.nur.ramadani@students.untidar.ac.id), <sup>6</sup>[jokotrinugraha@untidar.ac.id](mailto:jokotrinugraha@untidar.ac.id)

Received: 03-12-2024

Revised: 12-12-2024

Approved: 27-12-2024

### ABSTRAK

Media sosial telah menjadi bagian penting dari kehidupan. Munculnya media sosial disimbolkan sebagai salah satu tanda kemajuan teknologi yang banyak mengubah perilaku gaya hidup, terutama dalam aspek moralitas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh media sosial terhadap moral mahasiswa. Dalam penelitian ini dapat membuktikan akankah media sosial menjadi sumber inspirasi atau degradasi karakter mahasiswa. Melalui metode kuantitatif menggunakan gform, penelitian ini melibatkan sejumlah mahasiswa sebagai responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial memiliki dampak yang signifikan terhadap moral mahasiswa, baik secara positif, negatif atau bahkan keduanya. Berita palsu dan paparan konten baik yang sesuai maupun tidak sesuai menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi moralitas mahasiswa. Berita palsu cenderung dapat menurunkan kepercayaan dan melemahkan nilai-nilai moral mahasiswa serta pemaparan konten atau trend banyak diikuti rutin oleh sebagian mahasiswa dan mahasiswa cenderung selalu mengikuti trend atau konten terkini yang dimana beberapa konten ada yang tidak sesuai dengan moral yang baik.

**Kata Kunci:** Media Sosial, Moralitas Mahasiswa, Sumber Inspirasi, Degradasi Karakter

### PENDAHULUAN

Dunia menghadapi perkembangan yang begitu cepat kemajuan teknologi telah membawa perubahan yang signifikan dalam kehidupan manusia. Dalam beberapa dekade terakhir, kita menyaksikan kemajuan yang luar biasa dalam bidang teknologi, mulai dari perkembangan internet, perangkat mobile, hingga kecerdasan buatan. Pesatnya arus globalisasi menjadi semakin nyata dan menyebarluas ke setiap negara di dunia ini, termasuk Indonesia. Semakin meluasnya globalisasi juga berpengaruh terhadap berbagai bidang kehidupan terutama perkembangan ilmu pengetahuan teknologi, informasi, dan komunikasi. Seiring dengan berjalannya waktu, masyarakat harus mampu menyeimbangi dan menyesuaikan perkembangan dunia untuk mempertahankan kehidupan. Tak dapat dipungkiri pula, bahwa teknologi saat ini berperan penting dalam membantu pekerjaan dan mendukung apa saja yang dibutuhkan manusia. Kebutuhan masyarakat terhadap teknologi mendukung munculnya alat komunikasi yang dengan berjalannya waktu semakin canggih (Agustiah et al., 2020).

Adanya media sosial merupakan bukti kemajuan dalam perkembangan media komunikasi. Komunikasi merupakan faktor penting dalam hubungan manusia (Muttaqien et al., 2022). Hadirnya media komunikasi ini dapat memberikan hiburan bagi semua pengguna untuk menghilangkan lelah dan bosan, bahkan bisa tertawa saat menggunakannya (Wumbu & Eriend, 2022). Media sosial telah menjadi bagian integral dari masyarakat modern, terutama di kalangan mahasiswa. Penggunaan berbagai media sosial seperti Instagram, Twitter, dan TikTok memungkinkan mahasiswa untuk berbagi

informasi, berkomunikasi, dan membentuk identitas sosial. Dalam beberapa tahun terakhir, peningkatan akses dan penggunaan media sosial oleh mahasiswa juga menimbulkan kekhawatiran mengenai dampaknya terhadap nilai-nilai moral dan sosial.

Perkembangan dan kemajuan teknologi informasi berdampak ganda. Terdapat dampak positif dan juga dampak negatif dalam penggunaan media sosial. Dampak positif diantaranya memberikan kemudahan dalam komunikasi dan informasi, serta memberikan kemudahan dalam urusan ekonomi, sosial dan budaya. Akan tetapi tidak menutup kemungkinan terdapat dampak negatif seperti menyebabkan keretakan bangsa, terjadinya degradasi moral dan kejahatan-kejahatan dunia maya lainnya. Hal tersebut diperkuat dengan kecenderungan generasi muda yang menjadikan internet dan media sosial sebagai tempat mencari informasi. Tidak jarang, mereka menelan informasi tersebut mentah-mentah, tanpa melakukan analisis terlebih dahulu. Media sosial telah menjadi gaya hidup dan pembentuk pola pikir. Cara berpikir akan membentuk keyakinan dan keyakinan tersebut akan mempengaruhi tindakan. Tindakan yang dilakukan berulang kali akhirnya akan membentuk karakter.

## **KAJIAN TEORI**

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif (Liedfray et al., 2022). Menurut Widada (2018), media sosial adalah sebuah media online, dimana para penggunanya bisa dengan mudah memanfaatkannya untuk memenuhi kebutuhan komunikasinya. Media sosial memungkinkan individu untuk saling berkomunikasi tanpa batas geografis, menyebarkan informasi, dan membangun identitas diri secara online. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan member kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komenar, serta berbagi informasi dalam waktu yang cepat dan tidak terbatas (Nurudin, 2016).

Media sosial, sebagai salah satu inovasi teknologi, telah merubah cara manusia berinteraksi dan berkomunikasi. Sebelumnya, komunikasi hanya dapat dilakukan secara langsung atau melalui media tradisional seperti surat dan telepon, tetapi dengan adanya media sosial, orang dapat berhubungan dengan siapa saja di seluruh dunia dalam sekejap. Sehingga media sosial menjadi salah satu alternatif untuk memudahkan mendapatkan informasi dan melihat bersama dokumentasi kegiatan yang mereka lakukan (Romli et al., 2021). Kemajuan ini memungkinkan penyebaran informasi secara cepat, membuka ruang bagi perkembangan ide-ide baru, dan memperluas jaringan sosial serta profesional.

Selain itu, media sosial juga telah menjadi alat yang sangat penting dalam dunia bisnis, pemasaran, dan promosi. Media sosial telah menjadi sarana utama dalam berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain di era saat ini. Banyak perusahaan maupun individu yang memanfaatkan platform ini untuk memperkenalkan produk atau layanan mereka, membangun citra merek, serta berinteraksi langsung dengan konsumen atau audiens mereka. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai saluran komunikasi pribadi, tetapi juga sebagai instrumen vital dalam dunia bisnis dan industri. Namun, meskipun banyak manfaatnya, media sosial juga membawa sejumlah tantangan, seperti penyebaran informasi yang salah, ancaman

terhadap privasi, serta dampak buruk terhadap kesehatan mental. Oleh karena itu, sangat penting bagi pengguna untuk menggunakan media sosial dengan bijak, dengan memahami potensi risiko dan mengambil langkah-langkah untuk menjaga keamanan diri mereka secara online. Secara keseluruhan, media sosial sebagai kemajuan teknologi telah mengubah cara komunikasi global, membuka banyak peluang, namun juga menghadirkan tantangan baru yang perlu dihadapi bersama. Berbagai platform media sosial hadir dengan fitur dan fungsi yang berbeda-beda untuk memenuhi kebutuhan informasi, hiburan, hingga bisnis. Setiap jenis media sosial menawarkan pengalaman yang unik bagi penggunanya untuk mengekspresikan diri dan membangun jejaring sosial secara lebih luas. Adapun jenis-jenis media sosial di antaranya:

- a. **Jejaring Sosial:** Jejaring sosial adalah platform digital yang memungkinkan individu untuk berinteraksi, berkomunikasi, dan membangun hubungan secara online. Pengguna dapat berbagi informasi, gambar, video, aktivitas, dan konten lainnya, serta terhubung dengan teman, keluarga, kolega, atau orang dengan minat yang sama. Fakta menunjukkan ternyata jumlah pengguna situs jejaring sosial dan blog tidak hanya bertambah tiap tahunnya (Sosiawan, n.d.). Jejaring sosial memungkinkan pembentukan komunitas online yang lebih besar, yang dapat didasarkan pada minat, profesi, atau lokasi geografis. Beberapa contoh jejaring sosial populer meliputi Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, dan TikTok.
- b. **Media Berbagi:** Media berbagi adalah platform digital yang memungkinkan pengguna mengunggah, mendistribusikan, dan mengakses berbagai jenis konten seperti gambar, video, audio, dan dokumen. Platform ini mempermudah berbagi informasi secara digital untuk tujuan pribadi atau publik, serta memungkinkan interaksi lebih luas di dunia maya. Media berbagi mempercepat dan mempermudah distribusi konten, serta membantu membangun komunitas online dan memperluas jaringan sosial. Contoh platform media berbagi populer meliputi YouTube, Instagram, Facebook, Google Drive, Dropbox, dan SoundCloud.
- c. **Forum Diskusi dan Blog:** Forum diskusi dan blog adalah dua platform untuk berbagi informasi online, namun dengan tujuan dan format yang berbeda. Forum diskusi memungkinkan interaksi dua arah atau lebih, di mana pengguna dapat berdiskusi, berbagi pendapat, dan pengalaman mengenai topik tertentu, seperti hobi atau isu profesional. Contoh forum populer termasuk Reddit, Quora, dan Kaskus. Sementara itu, blog adalah platform satu arah di mana penulis mempublikasikan artikel yang lebih mendalam, seperti pengalaman pribadi atau opini, dengan interaksi terbatas pada komentar. Platform seperti WordPress, Medium, dan Blogger memudahkan pembuatan blog. Keduanya berperan penting, forum mendukung percakapan aktif, sementara blog menyediakan penulisan yang lebih terstruktur dan mendalam.
- d. **Platform Pesan Instan:** Platform pesan instan adalah layanan digital yang memungkinkan komunikasi cepat dan langsung melalui internet dengan berbagai jenis pesan, seperti teks, gambar, video, suara, atau dokumen. Teknologi ini membuat komunikasi lebih praktis, efisien, dan terjangkau dibandingkan metode tradisional. Platform ini sangat penting dalam kehidupan sehari-hari, bisnis, dan dunia profesional, dengan keunggulan komunikasi dua arah yang cepat. Fitur tambahan seperti panggilan suara, video, berbagi file,

stiker, emoji, dan lokasi semakin memperkaya pengalaman. Beberapa platform pesan instan populer yang digunakan di seluruh dunia adalah:

- WhatsApp: WhatsApp adalah aplikasi berkirim pesan dan panggilan yang sederhana, aman, dan reliabel, serta dapat diunduh ke ponsel di seluruh dunia secara gratis (Pustikayasa, 2019). WhatsApp memungkinkan pengguna mengirim teks, gambar, video, dokumen, serta melakukan panggilan suara dan video secara gratis dan juga menawarkan enkripsi end-to-end untuk menjaga keamanan pesan.
  - Telegram: Telegram dirancang untuk memudahkan pengguna saling berkirim pesan teks, audio, video, gambar dan stiker dengan aman (Fahana & Ridho, 2018). Bot telegram dapat pula di fungsikan sebagai salah satu alternatif membuat dan mengembangkan media pembelajaran berbasis online dengan praktis (Fitriansyah, Fifit, 2020)
  - Facebook: Facebook memungkinkan pengguna untuk mengirim pesan teks, melakukan panggilan suara dan video, serta mengirimkan berbagai jenis media lainnya.
  - LINE: LINE dikenal banyak di Asia, dengan berbagai fitur seperti panggilan suara dan video gratis, pengiriman stiker lucu, dan kemampuan berbagi file. LINE juga memiliki beberapa layanan tambahan, seperti LINE Pay dan LINE News.
  - WeChat: WeChat ini platform populer di Tiongkok, yang tidak hanya menawarkan pesan teks dan panggilan suara/video, tetapi juga pembayaran digital, media sosial, serta layanan berbagai kebutuhan sehari-hari lainnya.
- e. Microblogging: Pengguna microblogging membagikan pembaruan atau pemikiran dalam bentuk teks, gambar, atau video untuk menyampaikan pesan dengan cepat. Alih-alih menulis artikel panjang, pengguna di platform microblogging membagikan pembaruan atau pemikiran dalam bentuk singkat, seperti teks, gambar, atau video, dengan tujuan untuk menyampaikan pesan dengan cepat dan mudah (Syaifuddin, 2013). Microblogging fokus pada pembaruan terkini dan lebih pribadi, memungkinkan interaksi langsung dengan audiens melalui komentar, likes, atau repost. Keuntungannya adalah komunikasi yang cepat dan efisien untuk kebutuhan pribadi, profesional, atau hiburan. Platform populer dalam microblogging termasuk Twitter yang memungkinkan mengirim tweet singkat, serta Instagram dan TikTok yang lebih fokus pada gambar atau video pendek. Microblogging sangat populer karena kemudahan berbagi informasi secara cepat dan langsung untuk menjangkau audiens secara spontan.

Moral merujuk pada seperangkat nilai, prinsip, atau aturan yang mengatur perilaku manusia, yang dianggap baik atau buruk oleh masyarakat atau individu. Moralitas berkaitan dengan pemahaman tentang apa yang benar dan salah, serta apa yang dianggap pantas atau tidak pantas dalam konteks sosial, budaya, atau agama. Konsep moral sering kali dihubungkan dengan pengambilan keputusan yang mempengaruhi kesejahteraan orang lain, serta bagaimana individu berinteraksi dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Suseno (1998), moral merupakan cara untuk mengukur kualitas seseorang sebagai individu dan warga negara. Pada saat yang sama, pendidikan moral adalah menjadikan anak-anak manusia bermoral baik dan manusiawi. Sedangkan

menurut Febrianti & Dewi (2021), moral adalah ukuran baik buruk seseorang, baik sebagai pribadi maupun sebagai warga masyarakat, dan warga negara . Sumber nilai moral bisa berasal dari budaya, agama, atau norma sosial yang ada di lingkungan seseorang.

Media sosial memiliki peran yang signifikan dalam membentuk dan memengaruhi nilai moral pengguna. Di satu sisi, media sosial dapat menjadi sarana positif untuk membangun kesadaran moral, mengedukasi masyarakat, dan menyebarkan pesan kebaikan. Namun, di sisi lain, media sosial juga dapat menyebabkan berbagai dampak negatif terhadap moralitas, seperti:

- 1) **Penyebaran Konten Tidak Bermoral:** Konten yang tidak sesuai dengan norma sosial dan nilai moral dapat dengan mudah tersebar melalui media sosial, seperti ujaran kebencian, bullying, dan pornografi.
- 2) **Budaya Pamer dan Hedonisme:** Media sosial sering kali mendorong pengguna untuk menampilkan citra diri yang sempurna atau gaya hidup mewah, yang bisa memengaruhi nilai moral masyarakat terhadap kepuasan hidup dan kesederhanaan.
- 3) **Pengaruh Peer Pressure:** Tekanan teman atau sosial media influencer dapat membuat seseorang terpengaruh untuk mengikuti perilaku yang kurang baik demi diterima di komunitas sosial media tertentu.

Penggunaan media sosial yang tidak terkontrol dapat menurunkan standar moral masyarakat, terutama pada kalangan remaja yang mudah terpengaruh oleh tren. Sebaliknya, media sosial yang digunakan secara bijak dapat mendorong perilaku moral yang lebih baik, seperti kampanye amal, kegiatan sosial, dan berbagi konten edukatif yang membangun moralitas masyarakat.

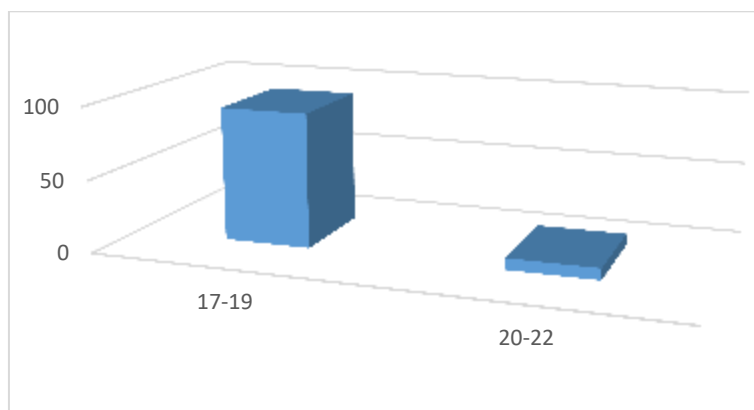
## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Metode penelitian kuantitatif adalah penelitian yang sarat dengan nuansa angka-angka dalam teknik pengumpulan data di lapangan (Djollong, 2014). Pengimplementasian metode kuantitatif melalui pendekatan survei pada jurnal kami dilakukan dengan cara pengumpulan data penelitian yang memakai data primer dan dilakukan menggunakan Google Form yang disebar luas pada mahasiswa di kota Magelang. Jenis skala pengukuran untuk mengisi jawaban pertanyaan pada kuesioner dalam penelitian ini yaitu skala likert. Responden dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa di kota Magelang. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan purposive sampling untuk memperoleh data yang akurat dan sesuai.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**Tabel 1.**  
**Umur responden**

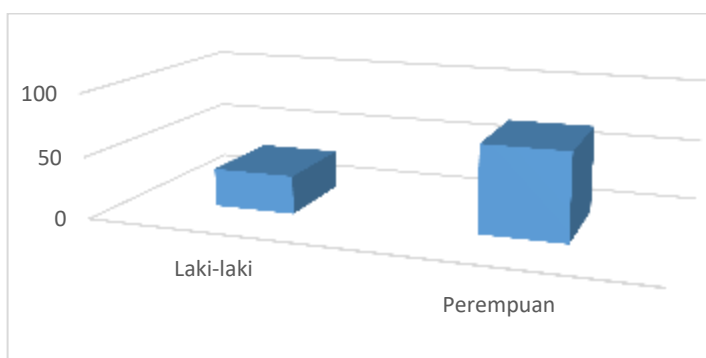
<b>Valid</b>	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>	<b>Valid Percent</b>	<b>Cumulative Percent</b>
17-19	93	92.1	92.1	92.1
20-22	8	7.9	7.9	100.0
Total	101	100.0	100.0	



Dari tabel dan diagram diatas menunjukkan bahwa dari 101 responden penelitian mayoritas umur yang mengisi kuesioner adalah 17-19 tahun yaitu sebanyak 93 responden (92,1%) dan sisanya sebanyak 41 responden (41%) merupakan perempuan.

**Tabel 2**  
**Jenis kelamin**

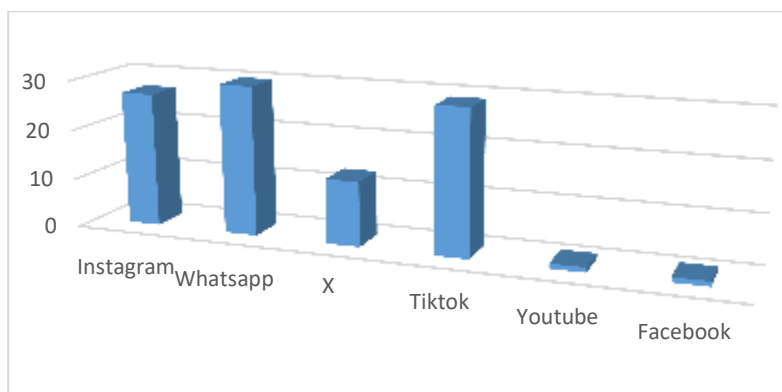
Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-laki	31	30.7	30.7	30.7
Perempuan	70	69.3	69.3	100.0
<b>Total</b>	<b>101</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	



Sebanyak 69,3% responden adalah perempuan, sedangkan 30,7% adalah laki-laki. Data ini menunjukkan mayoritas responden berjenis kelamin perempuan.

**Tabel 3**  
**Media sosial apa yang paling sering Anda gunakan?**

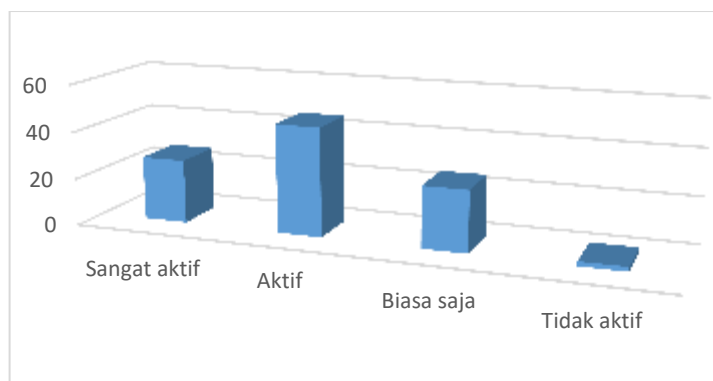
Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Instagram	27	26.7	26.7	26.7
Whatsapp	30	29.7	29.7	56.4
X	13	12.9	12.9	69.3
Tiktok	29	28.7	28.7	98.0
Youtube	1	1.0	1.0	99.0
Facebook	1	1.0	1.0	100.0
<b>Total</b>	<b>101</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	



WhatsApp menjadi platform yang paling banyak digunakan oleh responden 29,7%, diikuti oleh TikTok 28,7% dan Instagram 26,7%. Media sosial lain seperti YouTube dan Facebook memiliki persentase pengguna yang sangat kecil.

**Tabel 4**  
**Apakah Anda aktif bermedia sosial?**

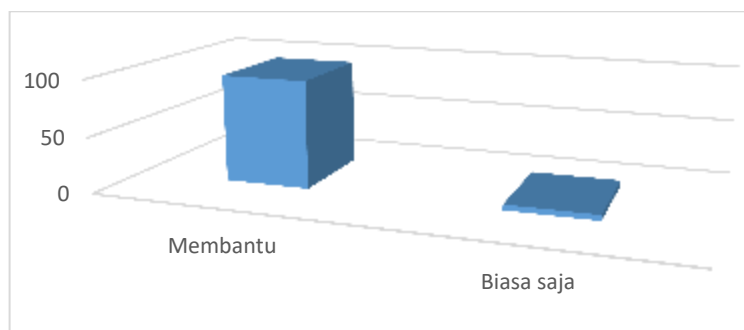
Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat aktif	27	26.7	26.7	26.7
Aktif	46	45.5	45.5	72.3
Biasa saja	26	25.7	25.7	98.0
Tidak aktif	2	2.0	2.0	100.0
<b>Total</b>	<b>101</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	



Sebagian besar responden mengaku aktif menggunakan media sosial 45,5%, dengan 26,7% di antaranya sangat aktif. Hanya 2% responden yang menyatakan tidak aktif sama sekali.

**Tabel 5**  
**Apakah media sosial membantu Anda memperoleh informasi terbaru dengan cepat?**

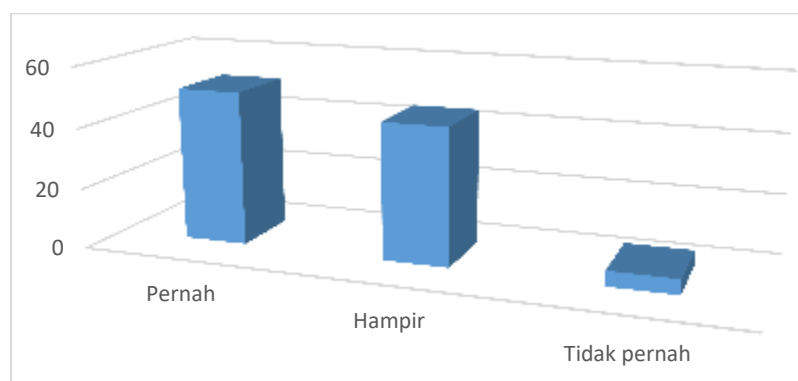
Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Membantu	96	95.0	95.0	95.0
Biasa saja	5	5.0	5.0	100.0
<b>Total</b>	<b>101</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	



Sebanyak 95% responden merasa media sosial membantu mereka memperoleh informasi terbaru dengan cepat, sedangkan 5% lainnya merasa biasa saja.

**Tabel 6**  
**Apakah Anda pernah termakan berita hoaks atau informasi palsu di media sosial?**

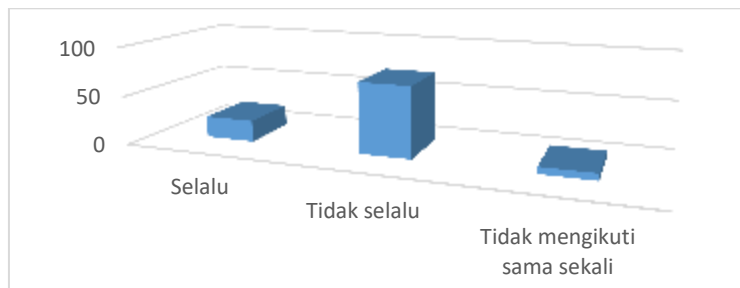
Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Pernah	51	50.5	50.5	50.5
Hampir	45	44.6	44.6	95.0
Tidak pernah	5	5.0	5.0	100.0
<b>Total</b>	<b>101</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	



Sebanyak 50,5% responden mengaku pernah termakan berita hoaks di media sosial, dengan 44,6% di antaranya hampir dan 5% responden yang menyatakan tidak pernah termakan berita hoaks di media sosial.

**Tabel 7.**  
**Apakah Anda selalu mengikuti suatu tren yang sedang hangat di media sosial?**

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Selalu	22	21.8	21.8	21.8
Tidak selalu	72	71.3	71.3	93.1
Tidak mengikuti sama sekali	7	6.9	6.9	100.0
<b>Total</b>	<b>101</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

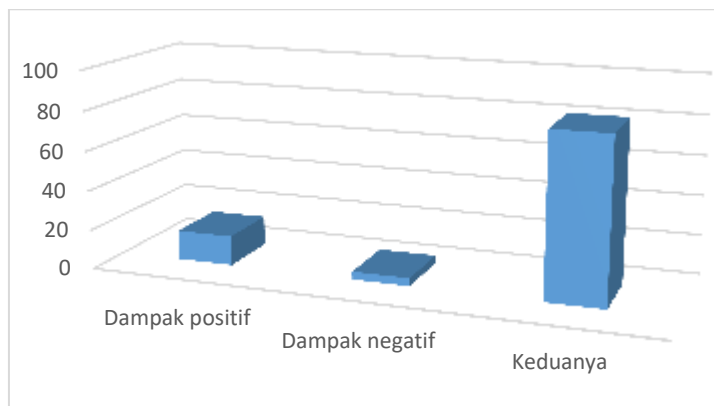


Sebagian besar responden mengungkapkan bahwa tidak selalu mengikuti tren di media sosial 71,3%, sedangkan 21,8% di antaranya selalu. Hanya 6,9% responden yang menyatakan tidak mengikuti sama sekali mengikuti tren di media sosial.

**Tabel 8.**

**Dampak apa yang Anda rasakan dari penggunaan media sosial?**

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Dampak positif	15	14.9	14.9	14.9
Dampak negatif	4	4.0	4.0	18.8
Keduanya	82	81.2	81.2	100.0
<b>Total</b>	<b>101</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

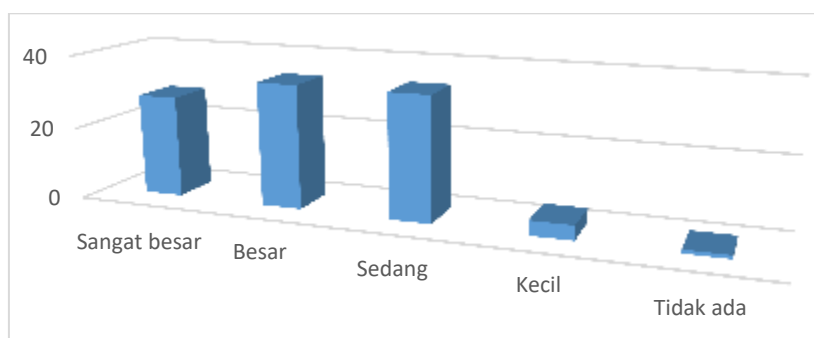


Sebanyak 4% responden merasakan dampak negatif dari penggunaan media sosial, sementara 14,9% merasakan dampak positif. Sebagian besar (81,2%) responden merasakan dampak keduanya dari penggunaan media sosial.

**Tabel 9**

**Seberapa besar pengaruh media sosial terhadap perilaku sosial, moral, ataupun etika Anda?**

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat besar	28	27.7	27.7	27.7
Besar	34	33.7	33.7	61.4
Sedang	34	33.7	33.7	95.0
Kecil	4	4.0	4.0	99.0
Tidak ada	1	1.0	1.0	100.0
<b>Total</b>	<b>101</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	



Sebanyak 33,7% responden merasa pengaruh media sosial bersifat besar atau sedang, sementara 27,7% merasa sangat besar pengaruhnya.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas mahasiswa aktif dalam menggunakan media sosial dan mengakui bahwa media sosial mempermudah mereka dalam memperoleh akses cepat terhadap berbagai jenis informasi, baik yang bersifat edukatif maupun sosial. Namun sebagian besar juga mengungkapkan bahwa mereka pernah terpapar informasi yang tidak akurat atau hoaks sehingga mempengaruhi cara pandang dan keputusan yang mereka buat. Meskipun demikian, penggunaan media sosial memberikan dampak positif yang signifikan, seperti memperluas wawasan, meningkatkan keterlibatan dalam diskusi sosial, serta membantu mahasiswa untuk tetap *up to date* dengan perkembangan terkini di berbagai bidang. Namun, dampak negatif juga muncul, terutama dalam hal penyebaran informasi yang tidak terverifikasi, yang dapat mengarah pada kesalahpahaman atau pembentukan pandangan yang keliru. Setelah melakukan survei penelitian ini dapat dikatakan bahwa media sosial ini menjadi pengaruh yang cukup signifikan terhadap perilaku sosial, moral, ataupun etika mahasiswa.

### DAFTAR PUSTAKA

- Agustiah, D., Fauzi, T., & Ramadhani, E. (2020). Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Belajar Siswa. *ISLAMIC COUNSELING Jurnal Bimbingan Konseling Islam*, 4(2), 181. <https://doi.org/10.29240/jbk.v4i2.1935>
- Djollong, A. F. (2014). Teknik Pelaksanaan Penelitian Kuantitatif (Technique of Quantitative Research). *Istiqra'*, 2(1), 86–100
- Fahana, J. F., & Ridho, F. (2018). Pemanfaatan Telegram Sebagai Notifikasi Serangan untuk Keperluan Forensik Jaringan. *JOM FISIP*, 5(1), 1–11
- Febrianti, N., & Dewi, D. A. (2021). Pengembangan Nilai Moral Peserta Didik Dalam Pembelajaran Pendidikan Kewarganegaraan. *Jurnal Kewarganegaraan*, 5(2), 476–482. <https://doi.org/10.31316/jk.v5i2.1772>
- Fitriansyah, Fifit, A. (2020). Penggunaan Telegram Sebagai Media Komunikasi Dalam Pembelajaran Online. *Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 20(Cakrawala-Jurnal Humaniora), 113. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala>
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1), 2. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jurnalilmiahsociety/article/download>

/38118/34843/81259

- Muttaqien, A. F., Hibatullah, F., & Wulandari, R. (2022). Efektivitas Media Sosial Instagram Terhadap Pengungkapan Diri. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 2(3), 370–375. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v2i1.396>
- Nurudin. (2016). Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Pustikayasa, I. M. (2019). Grup Whatsapp sebagai Media Pembelajaran. *Widya Genitri : Jurnal Ilmiah Pendidikan, Agama Dan Kebudayaan Hindu*, 10(2), 53– 62. <https://doi.org/10.36417/widyagenitri.v10i2.281>
- Romli, N. A., Safitri, D., Nurpratiwi, S., & Alexander, J. L. (2021). Pelatihan Zoom Cloud Meeting dan Streaming Youtube untuk Pemberdayaan Komunitas Majelis Taklim Online. *Aptekmas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 44–49. <https://doi.org/10.36257/apts.vxix>
- Sosiawan, E. A. (n.d.). *Penggunaan Situs Jejaring Sosial sebagai Media Interaksi dan Komunikasi di Kalangan Mahasiswa*. [www.december.com/cmc/mag//jan/ferris/html](http://www.december.com/cmc/mag//jan/ferris/html)
- Suseno, F. M. (1987). Etika Dasar Masalah-Masalah Pokok Filsafat Moral, Kanisius, Yogyakarta.
- Syaifuddin. (2013). *Microblogging Sebagai Pembentuk Personal Branding (Analisis Isi Microblogging Dalam Membentuk Personal Branding Akun Twitter Fahira Idris)*. 18(2), 116–140.
- Widada, C. K. (2018). Mengambil Manfaat Media Sosial dalam Pengembangan Layanan. *Journal of Documentation and Information Science*, 2(1), 23–30. <https://doi.org/10.33505/jodis.v2i1.130>
- Wumbu, Y. L. E., & Eriend, D. (2022). Pengaruh Media Sosial Tik Tok terhadap Gaya Komunikasi Siswa SDN 18 Kinali Kabupaten Pasaman Barat Provinsi Sumatera Barat. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 2(1), 8–21. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v2i1.36>