

Menyelaraskan Etika dan Self Branding di Era Media Sosial SMP Nurul Islam Indonesia

Nurhadani Nasution¹, Ira Suryani²

^{1,2} Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

e-mail: nurhadaninasution22@gmail.com¹, irasuryani@uinsu.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pentingnya penyelarasan antara etika dan self-branding di media sosial pada siswa SMP Nurul Islam Indonesia di era digital. Penelitian ini berfokus pada bagaimana pendidikan etika digital dan pembentukan self-branding yang positif dapat membentuk karakter siswa dalam menggunakan media sosial secara bijak. Melalui program pelatihan yang melibatkan pemahaman mendalam tentang etika berkomunikasi, pengelolaan privasi, serta penghindaran perilaku negatif di dunia maya, siswa diberdayakan untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk memperkuat citra diri dan membangun reputasi yang baik. Selain itu, penelitian ini juga menyoroti peran penting sekolah, guru, dan orang tua dalam membimbing siswa untuk mengembangkan kesadaran etika serta kemampuan dalam menciptakan identitas online yang autentik dan profesional. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dengan adanya pendidikan yang tepat, siswa tidak hanya dapat meningkatkan keterampilan komunikasi mereka, tetapi juga mampu menghadapi tantangan dunia maya dengan penuh tanggung jawab, menjadikan mereka individu yang lebih percaya diri dan siap menghadapi perkembangan teknologi di masa depan.

Kata Kunci: *Etika Digital, Media Sosial, Citra Diri*

Abstract

This research aims to explore the importance of aligning ethics and self-branding on social media for Indonesian Nurul Islam Middle School students in the digital era. This research focuses on how digital ethics education and the formation of positive self-branding can shape students' character in using social media wisely. Through training programs that involve an in-depth understanding of communication ethics, privacy management, and avoiding negative behavior in cyberspace, students are empowered to utilize social media as a means to strengthen their self-image and build a good reputation. In addition, this research also highlights the important role of schools, teachers and parents in guiding students to develop ethical awareness and the ability to create an authentic and professional online identity. The results of this research show that with the right education, students can not only improve their communication skills, but also be able to face the challenges of cyberspace with full responsibility, making them more confident individuals and ready to face future technological developments.

Keywords: *Digital Ethics, Social Media, Self Image*

PENDAHULUAN

Di era digital yang serba cepat ini, media sosial telah menjadi salah satu alat komunikasi yang paling dominan, tidak hanya digunakan oleh orang dewasa, tetapi juga oleh pelajar, termasuk siswa SMP. Media sosial menawarkan berbagai kemudahan dalam berbagi informasi, berinteraksi dengan teman, serta mengekspresikan diri. Namun, dengan banyaknya penggunaan media sosial, ada tantangan besar yang dihadapi oleh generasi muda, terutama dalam menyelaraskan etika dan self-branding. SMP Nurul Islam Indonesia sebagai lembaga pendidikan memiliki peran penting dalam membekali siswa untuk memahami bagaimana cara membangun citra diri yang positif melalui media sosial, sambil tetap mempertahankan prinsip etika yang baik dalam berinteraksi di dunia maya.

Self-branding di media sosial merujuk pada upaya seseorang untuk mengelola dan mempresentasikan citra dirinya di ruang digital. Bagi siswa SMP, hal ini merupakan proses yang sangat penting karena mereka sedang berada dalam fase pembentukan identitas. Meskipun media sosial memberi kesempatan untuk menunjukkan keunikan dan potensi diri, sering kali siswa terjebak dalam upaya untuk menampilkan citra diri yang tidak autentik atau bahkan merugikan. Oleh karena itu, sangat penting bagi siswa untuk menyadari bahwa self-branding tidak hanya soal menampilkan sisi terbaik mereka, tetapi juga tentang bagaimana mereka dapat mencerminkan nilai-nilai yang mereka pelajari di sekolah dan dalam kehidupan sehari-hari.

Namun, membangun self-branding yang positif tidaklah mudah tanpa adanya panduan etika yang jelas. Etika media sosial mencakup prinsip-prinsip dasar tentang bagaimana berinteraksi dengan orang lain secara jujur, bertanggung jawab, dan dengan rasa hormat. Di dunia maya, tindakan yang tampaknya sepele, seperti komentar, unggahan, atau berbagi informasi, dapat memiliki dampak yang luas. Oleh karena itu, penting bagi siswa SMP Nurul Islam Indonesia untuk memahami bahwa etika dalam media sosial tidak hanya mengatur apa yang boleh dan tidak boleh diposting, tetapi juga mencakup bagaimana mereka bersikap dalam berinteraksi dengan orang lain. Hal ini menjadi bagian integral dalam membentuk citra diri yang positif, yang pada gilirannya dapat memengaruhi reputasi mereka baik di dunia maya maupun di kehidupan nyata.

SMP Nurul Islam Indonesia memiliki tanggung jawab besar untuk mengedukasi siswa tentang pentingnya mengintegrasikan etika dalam setiap aspek penggunaan media sosial. Sekolah harus membekali siswa dengan keterampilan yang tidak hanya terbatas pada penguasaan teknologi, tetapi juga tentang bagaimana cara menggunakan teknologi secara bijak. Pendidikan tentang etika digital ini seharusnya tidak hanya berfokus pada aspek hukum dan peraturan yang ada, tetapi juga pada nilai-nilai moral dan sosial yang harus dijunjung tinggi oleh setiap individu. Pembekalan ini akan membantu siswa memahami bahwa tindakan mereka di dunia maya harus mencerminkan karakter dan integritas yang mereka bangun di dunia nyata.

Selain itu, tantangan terbesar dalam menyelaraskan etika dan self-branding adalah bagaimana siswa dapat tetap otentik dan jujur dalam menampilkan dirinya tanpa terpengaruh oleh tekanan sosial atau ekspektasi yang tidak realistis. Di era media sosial, siswa sering kali dihadapkan pada standar kecantikan, popularitas, atau kesuksesan yang dibentuk oleh tren dan influencer di dunia maya. Hal ini bisa memengaruhi cara mereka memandang diri sendiri dan bahkan mengarah pada perasaan tidak puas dengan kehidupan mereka. Oleh karena itu, penting bagi SMP Nurul Islam Indonesia untuk memberikan ruang bagi siswa untuk mengeksplorasi identitas mereka dengan cara yang sehat dan positif, serta memahami bahwa setiap individu unik dan berharga dengan cara mereka sendiri.

Mengajarkan etika dan self-branding yang selaras di SMP Nurul Islam Indonesia bukan hanya tentang memberikan teori, tetapi juga melalui praktik nyata. Sekolah dapat menciptakan berbagai kegiatan yang mendorong siswa untuk menerapkan prinsip etika dalam kehidupan digital mereka, seperti simulasi diskusi online yang konstruktif, tantangan untuk menciptakan konten positif, atau kompetisi yang mengedepankan nilai-nilai kebaikan. Dengan pendekatan praktis ini, siswa dapat belajar untuk menyelaraskan antara citra diri yang mereka bangun di media sosial dengan tindakan yang mereka lakukan di dunia nyata. Pembelajaran ini juga mendorong mereka untuk menjadi agen perubahan yang menginspirasi orang lain untuk mengikuti jejak mereka dalam berperilaku baik di dunia maya.

Pentingnya menyelaraskan etika dan self-branding di media sosial juga berkaitan erat dengan kesiapan siswa dalam menghadapi dunia profesional di masa depan. Dunia kerja semakin mengedepankan kemampuan personal branding yang positif, yang mencerminkan karakter dan integritas seseorang. Oleh karena itu, SMP Nurul Islam Indonesia memiliki peran yang sangat strategis dalam mempersiapkan siswa untuk masa depan yang lebih baik dengan mengajarkan pentingnya membangun citra diri yang tidak hanya berbasis pada popularitas, tetapi juga pada nilai-nilai etika yang mengutamakan kebaikan, tanggung jawab, dan rasa hormat terhadap orang lain. Pembekalan ini akan memberikan siswa alat yang mereka butuhkan untuk menavigasi dunia digital dengan bijak, baik sekarang maupun di masa depan.

Dengan menyelaraskan etika dan self-branding di era media sosial di SMP Nurul Islam Indonesia bukanlah sekadar masalah pengelolaan citra diri, tetapi juga bagian dari pendidikan

karakter yang mendalam. Sekolah memiliki peran yang sangat penting dalam membimbing siswa untuk menjadi pribadi yang tidak hanya cerdas secara digital, tetapi juga berbudi pekerti luhur. Pembelajaran ini akan memberikan mereka bekal yang diperlukan untuk menjalin hubungan yang positif dengan orang lain, berkontribusi pada masyarakat, dan meraih kesuksesan yang berkelanjutan di dunia yang terus berkembang ini.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menggali secara mendalam bagaimana siswa SMP Nurul Islam Indonesia menyelaraskan etika dan self-branding di media sosial. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena sosial dalam konteks yang lebih luas dan mendalam, dengan mengutamakan pemahaman partisipan tentang pengalaman mereka. Menurut (Moleong 2018, p. 6), penelitian kualitatif bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena yang terjadi di lapangan melalui pemahaman yang mendalam mengenai perspektif para partisipan. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan wawancara mendalam dengan siswa, guru, dan pihak sekolah sebagai teknik pengumpulan data utama, serta observasi terhadap aktivitas media sosial siswa untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas tentang penggunaan media sosial yang etis.

Selain wawancara, peneliti juga akan melakukan observasi terhadap interaksi siswa di media sosial untuk melihat bagaimana mereka membangun self-branding yang selaras dengan nilai-nilai etika yang diajarkan di sekolah. Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan teknik analisis tematik, yang memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari data tersebut. Analisis ini akan membantu peneliti memahami pola-pola dalam perilaku siswa terkait etika dan self-branding di media sosial. Sebagaimana yang dijelaskan oleh (Syamsudin and Damaianti 2017, P. 68), analisis tematik digunakan untuk mengidentifikasi tema atau kategori yang muncul dari data yang dikumpulkan, dan menghubungkannya dengan teori yang relevan untuk menghasilkan temuan yang bermakna. Melalui pendekatan ini, diharapkan penelitian dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam pemahaman pengelolaan etika dan self-branding di media sosial pada siswa SMP.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pentingnya Etika dalam Media Sosial

Secara etimologi, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, etika artinya ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk. (Nasional 2008, p. 383) Di persempit dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, etika artinya ilmu pengetahuan tentang asas-asas akhlak (moral).

Etika dalam Islam dikenal sebagai akhlak atau adab. Dalam Islam, etika memiliki kedudukan yang sangat tinggi, bahkan di atas ilmu. Seseorang yang berpengetahuan tetapi tidak memiliki etika sama saja seperti tidak menerapkan ilmunya. Sebaliknya, orang yang menjunjung etika pasti adalah seorang yang berilmu, karena seseorang tidak mungkin memahami mana yang baik dan buruk tanpa adanya pengetahuan. Oleh karena itu, sebuah prinsip dalam Islam menyatakan bahwa *Al Adabu Fauqol Ilmi*, yang berarti adab memiliki derajat yang lebih tinggi daripada ilmu.

Dalam konteks ini, Islam sebagai agama yang membawa rahmat bagi seluruh alam banyak menguraikan tentang etika (akhlak) yang terdapat dalam Alquran dan Sunnah sebagai pedoman hidup. Secara khusus mengenai etika komunikasi, Alquran menguraikan sejumlah prinsip komunikasi yang baik, agar tujuan dari setiap interaksi dapat tersampaikan dengan jelas dan menghasilkan manfaat, serta memperkuat persaudaraan dalam kehidupan bersama, terutama di Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) yang memiliki masyarakat yang beragam.

Ada beberapa istilah yang berkaitan dengan adab dan akhlak yang memiliki makna serupa dengan etika. Istilah yang berkaitan dengan adab dan semua bentuknya ditemukan dalam Alquran sebanyak tiga kali (Baiquni, Syawaqi, and Azis 1996, p.98). Sementara, istilah akhlak dan variasinya hanya muncul satu kali dalam Alquran. Seiring dengan itu, Alquran lebih banyak memberikan penjelasan tentang etika dalam praktiknya dengan menunjukkan teladan dari Nabi Muhammad Saw sebagai contoh yang baik.

Media sosial terdiri dari dua kata, yakni media dan sosial. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, media artinya alat (sarana) komunikasi, dan perantara. (Nasional 2008, p. 892) Adapun sosial, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia artinya berkenaan dengan masyarakat. Pengertian media sosial atau dalam bahasa Inggris "Social Media" menurut tata bahasa, terdiri dari kata "Social" yang memiliki arti kemasyarakatan atau sebuah interaksi dan "Media" adalah sebuah wadah atau tempat sosial itu sendiri (Salam 2020, p. 21)

Media sosial hadir sebagai bagian dari media baru yang kontras dengan media lama tradisional seperti media cetak dan media audio visual. Perbedaan yang menonjol antara media sosial sebagai media baru dengan media lama antara lain dalam hal kualitas, jangkauan, frekuensi, kegunaan, kedekatan dan sifatnya permanen contohnya adalah internet.

Etika dalam penggunaan media sosial berhubungan dengan kemampuan untuk menahan diri sehingga perilaku di dunia maya mencerminkan prinsip-prinsip moral dan ajaran Islam. Beberapa hal yang perlu diperhatikan:

1. Berbicara dengan santun : Menghindari pernyataan yang mengandung kebencian, berita palsu atau materi yang dapat memicu konflik negatif
2. Menghargai privasi orang lain : Tidak mendistribusikan foto atau data tanpa persetujuan
3. Memanfaatkan media sosial untuk kebaikan: Membagikan informasi yang mendidik, bermanfaat, dan memotivasi.

Pentingnya etika dalam penggunaan media sosial di SMP Nurul Islam Indonesia, Medan, semakin mendapat perhatian mengingat pesatnya perkembangan teknologi dan semakin masifnya penggunaan platform digital oleh siswa. Di era digital seperti saat ini, media sosial telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari, tidak hanya sebagai sarana komunikasi tetapi juga sebagai platform untuk berbagi informasi, membentuk citra diri, dan berinteraksi dengan orang lain. Oleh karena itu, penting untuk menanamkan pemahaman mengenai etika dalam bermedia sosial sejak dini agar siswa dapat memanfaatkan media sosial secara bijak dan bertanggung jawab. Etika dalam media sosial mengatur perilaku yang seharusnya dilakukan oleh pengguna, seperti menjaga privasi, menghargai hak orang lain, dan menghindari ujaran kebencian (Pratama 2019, p. 21)

Di SMP Nurul Islam Indonesia, pemahaman tentang etika media sosial sangat penting untuk menghindari dampak negatif yang bisa timbul, seperti penyebaran hoaks, cyberbullying, dan pelanggaran privasi. Penggunaan media sosial yang tidak etis dapat merusak reputasi pribadi dan bahkan merugikan orang lain. Sebagai lembaga pendidikan, SMP Nurul Islam Indonesia memiliki tanggung jawab untuk mengajarkan siswa bagaimana cara berperilaku etis di dunia maya, sejalan dengan nilai-nilai yang diajarkan di sekolah, seperti saling menghormati dan bertanggung jawab. Hal ini akan membantu siswa agar dapat memanfaatkan media sosial secara positif dan tidak terjebak dalam perilaku yang merugikan diri sendiri maupun orang lain.

Etika dalam media sosial juga berhubungan erat dengan bagaimana siswa membangun citra diri atau self-branding. Citra diri yang dibangun di media sosial dapat memengaruhi pandangan orang lain terhadap seorang individu. Oleh karena itu, penting bagi siswa untuk memahami bahwa apa yang mereka unggah di media sosial tidak hanya mencerminkan diri mereka, tetapi juga memberikan dampak pada orang-orang di sekitar mereka. Dengan memiliki pemahaman etika yang baik, siswa diharapkan dapat menjaga citra diri mereka di dunia maya, menghindari konten yang tidak pantas, serta berbagi informasi yang bermanfaat dan positif (Wahyuningsih 2018, p. 42)

Etika dalam media sosial juga mencakup penghormatan terhadap hak privasi orang lain. Di dunia maya, informasi pribadi seseorang sering kali mudah tersebar tanpa persetujuan mereka, baik itu melalui unggahan atau bahkan komentar. Oleh karena itu, penting untuk mengajarkan siswa di SMP Nurul Islam Indonesia tentang pentingnya menjaga privasi diri sendiri dan orang lain. Selain itu, mereka juga perlu memahami risiko penyebaran informasi pribadi yang dapat disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Dengan pengetahuan ini, siswa dapat lebih berhati-hati dalam berbagi informasi pribadi di dunia maya.

Pendidikan tentang etika media sosial di SMP Nurul Islam Indonesia tidak hanya berfokus pada pengenalan aturan dan norma dalam dunia digital, tetapi juga pada pembentukan karakter yang mengedepankan rasa tanggung jawab. Siswa harus memahami bahwa setiap tindakan yang

mereka lakukan di dunia maya memiliki dampak, baik itu untuk diri mereka sendiri maupun untuk orang lain. Oleh karena itu, pembelajaran tentang etika di media sosial harus menjadi bagian dari pendidikan karakter yang diberikan kepada siswa, dengan tujuan agar mereka dapat menjadi pribadi yang bijak dan bertanggung jawab, baik di dunia digital maupun di dunia nyata.

Selanjutnya, melalui pembekalan etika media sosial, diharapkan siswa SMP Nurul Islam Indonesia dapat menghindari berbagai masalah yang sering muncul di dunia maya, seperti perundungan (cyberbullying) dan penyebaran informasi yang tidak benar (hoaks). Dalam banyak kasus, siswa yang tidak memiliki pemahaman etika yang baik dapat terlibat dalam perilaku negatif seperti perundungan daring, yang dapat berdampak buruk pada kesehatan mental korban. Dengan menanamkan nilai-nilai etika sejak dini, siswa diharapkan mampu menghindari perilaku tersebut dan lebih fokus pada penggunaan media sosial yang mendidik dan bermanfaat.

Pentingnya etika dalam media sosial di SMP Nurul Islam Indonesia sangat besar, mengingat dampak yang dapat ditimbulkan oleh perilaku tidak etis di dunia maya. Selain itu, pembekalan mengenai etika di media sosial akan membentuk karakter siswa yang tidak hanya pandai dalam berinteraksi secara digital, tetapi juga memiliki rasa tanggung jawab dan menghargai orang lain. Oleh karena itu, sekolah memiliki peran yang sangat penting dalam mengedukasi siswa untuk menjadi pengguna media sosial yang bijak dan bertanggung jawab, sehingga mereka dapat menghindari dampak negatif dan memanfaatkan media sosial dengan cara yang positif.

Peran Media Sosial dalam Membangun Self Branding

Media sosial saat ini menjadi platform utama bagi individu untuk membangun citra diri atau self-branding. Dalam dunia digital, setiap orang memiliki kesempatan untuk menciptakan dan mengelola identitas online mereka melalui berbagai platform seperti Instagram, LinkedIn, dan Facebook. Self-branding yang kuat di media sosial dapat memberikan pengaruh besar terhadap cara orang melihat individu tersebut dalam kehidupan profesional maupun pribadi (Diana 2020, p. 45). Dengan berbagai fitur yang tersedia, media sosial memungkinkan individu untuk mempresentasikan berbagai aspek diri mereka, termasuk prestasi, keterampilan, dan nilai-nilai pribadi.

Dalam konteks Indonesia, media sosial tidak hanya digunakan sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun reputasi diri, baik di kalangan teman-teman sebaya maupun dalam ranah profesional. Menurut (Mulyono 2018, p. 34), banyak individu yang memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan diri mereka, mulai dari menampilkan hasil karya hingga berbagi pengalaman hidup. Sebagai contoh, para profesional muda sering kali menggunakan LinkedIn untuk memamerkan portofolio dan membangun jaringan, sementara platform lain seperti Instagram sering digunakan untuk menunjukkan sisi kreatif dan personal mereka.

Salah satu manfaat utama dari self-branding melalui media sosial adalah kemampuan untuk mempengaruhi persepsi orang lain. Individu yang mampu mengelola citra diri secara konsisten dan positif cenderung mendapatkan lebih banyak perhatian dan peluang, baik dalam dunia kerja maupun dalam komunitas sosial mereka. Dalam penelitian oleh (Prasetyo and Andrianto 2021, p. 67), ditemukan bahwa media sosial dapat menjadi sarana efektif untuk meningkatkan visibilitas seseorang, yang pada gilirannya memperluas peluang profesional dan memperkuat kredibilitas.

Membangun self-branding yang kuat juga datang dengan tantangan. Salah satunya adalah risiko dari pembentukan citra yang tidak autentik atau hanya sebatas tampilan semata. Media sosial seringkali mendorong individu untuk menunjukkan versi terbaik dari diri mereka, yang kadang-kadang tidak mencerminkan kenyataan. Hal ini dapat menyebabkan ketegangan antara citra yang ingin ditampilkan dan realitas diri, fenomena ini disebut sebagai "self-presentation", di mana individu berusaha untuk membentuk dan mengelola citra diri yang terkadang jauh dari kenyataan (Siti 2019, p. 72)

Penting bagi individu untuk menyadari bahwa self-branding yang autentik akan lebih dihargai oleh audiens daripada citra diri yang terlalu dipoles. Oleh karena itu, dalam membangun self-branding di media sosial, keseimbangan antara keaslian dan profesionalisme perlu dijaga. Hal ini juga terkait dengan pentingnya etika dalam berbagi konten di media sosial.

Media sosial juga memberikan platform bagi individu untuk terhubung dengan orang lain yang memiliki minat atau profesi serupa. Ini membuka peluang untuk kolaborasi dan pertukaran pengetahuan yang dapat memperkaya personal branding seseorang. Sebagai contoh, banyak influencer atau profesional muda yang sukses membangun jaringan melalui media sosial, baik itu melalui berbagi konten terkait bidang mereka atau dengan mengikuti diskusi dan berbagi wawasan. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial lebih dari sekadar tempat untuk membangun citra diri; ia juga berfungsi sebagai alat untuk membangun komunitas yang mendukung dan menginspirasi.

Peran Guru dan Orang Tua dalam Mengarahkan Etika dan Self Branding

Dalam era digital saat ini, guru dan orang tua memiliki peran yang sangat penting dalam membimbing anak-anak muda, khususnya siswa, dalam mengarahkan etika dan self-branding mereka di media sosial. Media sosial, meskipun memberikan banyak manfaat dalam membangun identitas dan reputasi online, juga dapat membawa dampak negatif jika digunakan tanpa pengawasan yang tepat. Sebagai contoh, banyak siswa yang cenderung mengunggah konten yang kurang pantas atau tidak sesuai dengan nilai-nilai yang diajarkan di rumah atau sekolah (Mulyono 2018, p. 89). Oleh karena itu, peran guru dan orang tua menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa siswa dapat memanfaatkan media sosial dengan bijak.

Guru, dalam konteks ini, tidak hanya mengajarkan pelajaran akademik, tetapi juga berfungsi sebagai pembimbing karakter yang memberikan pemahaman mengenai etika digital. Guru dapat mengedukasi siswa tentang bagaimana cara membangun self-branding yang positif melalui media sosial, serta mengingatkan mereka akan dampak jangka panjang dari setiap konten yang diunggah. Misalnya, guru dapat mengadakan seminar atau pelatihan yang berfokus pada etika digital dan self-branding yang sesuai dengan norma dan nilai budaya setempat, sekaligus memberikan contoh-contoh yang relevan tentang bagaimana membangun citra diri yang positif.

Sementara itu, orang tua memiliki peran yang lebih mendalam dalam membentuk karakter anak-anak mereka. Orang tua tidak hanya memberikan arahan di luar dunia maya, tetapi juga mempengaruhi cara anak-anak mereka berinteraksi dengan dunia digital. Orang tua perlu terlibat aktif dalam pengawasan dan pendampingan penggunaan media sosial, serta memberikan contoh yang baik dalam hal etika berinteraksi di dunia maya. Selain itu, orang tua juga bisa membimbing anak-anak mereka untuk menjaga keseimbangan antara kehidupan online dan offline, dengan mengajarkan nilai-nilai kejujuran dan tanggung jawab dalam berbagi informasi di media sosial.

Dengan kerja sama antara guru dan orang tua, diharapkan siswa dapat memiliki pemahaman yang baik mengenai pentingnya menjaga etika dan membangun self-branding yang positif di media sosial. Pendekatan yang holistik ini akan membantu siswa untuk tidak hanya cerdas dalam menggunakan teknologi, tetapi juga memiliki kesadaran yang tinggi mengenai dampak dari setiap tindakan mereka di dunia maya, baik terhadap diri mereka sendiri maupun orang lain.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Trybulkevych et al. 2021, p. 648) Personal Branding Marathon membantu para guru meningkatkan kesadaran mereka tentang self-branding, meningkatkan/meningkatkannya alat dan strategi self-branding, dan meningkatkan komunikasi dan etika komunikasi mereka, khususnya. Itu tadi membuktikan bahwa berkat Marathon, para guru menjadi lebih profesional, efisien, dan percaya diri individu. Hal ini menunjukkan bahwa Personal Branding Marathon dapat membantu guru membangun merek diri yang kuat Internet dan di tempat kerja. Mereka juga dapat secara signifikan meningkatkan keterampilan komunikasi mereka dalam hal etika karena Marathon seharusnya melibatkan pakar komunikasi dalam proyek ini.

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat dianalisis bahwa *Personal Branding Marathon* berperan penting dalam meningkatkan kemampuan dan kesadaran diri para guru terkait dengan self-branding, serta keterampilan komunikasi mereka, khususnya dalam hal etika. Analisis ini menunjukkan bahwa melalui program tersebut, para guru tidak hanya diperkenalkan pada alat dan strategi yang dapat digunakan untuk memperkuat citra diri mereka di dunia maya, tetapi juga diajarkan cara berkomunikasi secara profesional dan etis. Dengan melibatkan pakar komunikasi dalam proses ini, para guru tidak hanya mendapatkan pengetahuan teknis, tetapi juga

pemahaman yang lebih mendalam mengenai pentingnya menjaga citra diri yang baik dalam interaksi sehari-hari, baik di dunia maya maupun di lingkungan kerja. Hal ini mencerminkan dampak positif dari Personal Branding Marathon dalam membangun kepercayaan diri, efisiensi, dan profesionalisme para guru. Program ini membuktikan bahwa investasi dalam peningkatan keterampilan komunikasi dan etika dapat memperkuat self-branding mereka, yang pada akhirnya meningkatkan reputasi dan efektivitas mereka sebagai pendidik.

Pentingnya Kesadaran Etika dalam Penggunaan Media Sosial

Media sosial telah menjadi bagian integral dalam kehidupan sehari-hari, mempengaruhi cara kita berinteraksi, bekerja, dan bahkan membangun citra diri. Namun, semakin banyaknya individu yang terlibat dalam dunia maya juga membawa tantangan baru, salah satunya adalah pentingnya kesadaran etika dalam penggunaan media sosial. Media sosial yang tidak dikelola dengan bijaksana dapat menimbulkan dampak negatif, seperti penyebaran informasi palsu, perundungan online, dan pelanggaran privasi. Oleh karena itu, memiliki kesadaran etika yang tinggi dalam menggunakan media sosial sangat penting, agar pengguna dapat memanfaatkan teknologi ini secara positif dan bertanggung jawab (Suryani 2020, p. 56)

Kesadaran etika dalam media sosial mencakup pemahaman tentang batasan-batasan yang perlu dijaga saat berinteraksi dengan orang lain di dunia maya. Setiap tindakan yang dilakukan di media sosial, seperti mengunggah foto, berkomentar, atau berbagi informasi, dapat mempengaruhi citra diri seseorang serta mempengaruhi orang lain. Dalam konteks ini, etika media sosial tidak hanya berkaitan dengan kesopanan, tetapi juga dengan tanggung jawab moral terhadap dampak dari apa yang dibagikan atau dipublikasikan (Yuliana 2019, p. 78). Oleh karena itu, pengguna media sosial perlu memahami dan menghormati nilai-nilai etika seperti kejujuran, kehati-hatian, dan empati dalam berkomunikasi online.

Salah satu aspek etika yang perlu diperhatikan dalam penggunaan media sosial adalah privasi. Pengguna harus menyadari bahwa apa yang mereka bagikan di media sosial tidak hanya dapat dilihat oleh teman atau keluarga, tetapi juga dapat diakses oleh publik yang lebih luas. Oleh karena itu, penting untuk berhati-hati dalam membagikan informasi pribadi, baik itu mengenai diri sendiri maupun orang lain. Ketidakhati-hatian dalam mengunggah informasi pribadi dapat menimbulkan risiko penyalahgunaan data dan merusak reputasi seseorang. Hal ini sangat penting dalam konteks generasi muda yang sering kali belum sepenuhnya memahami potensi bahaya dari berbagi informasi pribadi di media sosial.

Selain itu, etika komunikasi dalam media sosial juga melibatkan cara kita berinteraksi dengan orang lain. Penggunaan bahasa yang sopan, tidak menghina, dan menghindari perundungan online merupakan bagian dari kesadaran etika yang harus dijaga. Pengguna media sosial perlu menghindari komentar negatif yang bisa menyakiti perasaan orang lain, serta menjaga agar komunikasi tetap konstruktif dan menghormati perbedaan. Tanpa kesadaran etika yang baik, media sosial dapat menjadi sarana yang merugikan, terutama jika digunakan untuk menyebarkan kebencian, fitnah, atau informasi yang menyesatkan.

Pentingnya kesadaran etika juga tercermin dalam cara kita mengelola konten yang dibagikan. Sebagai pengguna media sosial, kita perlu memastikan bahwa informasi yang dibagikan adalah akurat dan tidak menyesatkan. Penyebaran hoaks dan berita palsu di media sosial telah menjadi isu global yang sangat serius. Oleh karena itu, setiap individu harus bertanggung jawab untuk memeriksa kebenaran informasi sebelum membagikannya kepada orang lain. Hal ini mengharuskan pengguna media sosial untuk menjadi lebih kritis terhadap sumber informasi yang diterima dan selalu mengecek kebenaran sebelum mempercayai atau menyebarkannya.

Kesadaran etika dalam media sosial juga berhubungan dengan bagaimana kita mengelola citra diri atau self-branding. Pengguna media sosial yang sadar akan etika akan lebih berhati-hati dalam menjaga citra diri mereka di dunia maya. Mereka tidak hanya fokus pada popularitas atau jumlah pengikut, tetapi juga mempertimbangkan bagaimana konten yang mereka unggah dapat mempengaruhi pandangan orang lain terhadap mereka. Dalam konteks ini, etika dalam media sosial sangat berperan dalam menciptakan citra diri yang positif dan profesional.

kesadaran etika dalam penggunaan media sosial juga berperan dalam menciptakan lingkungan digital yang lebih aman dan positif bagi semua pengguna. Jika setiap individu bertindak dengan penuh tanggung jawab dan memperhatikan etika dalam berinteraksi di dunia maya, maka dampak negatif dari media sosial, seperti perundungan atau penyebaran kebencian, dapat diminimalkan. Oleh karena itu, pendidikan etika digital harus menjadi bagian penting dalam pembelajaran generasi muda, agar mereka tidak hanya cerdas dalam menggunakan teknologi, tetapi juga mampu menggunakannya dengan bijak dan bertanggung jawab.

Studi Kasus: Pengalaman Siswa SMP Nurul Islam Indonesia

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan remaja. SMP Nurul Islam Indonesia menyadari pentingnya pendidikan etika digital dalam membimbing siswa untuk membangun self-branding yang baik di dunia maya. Oleh karena itu, sekolah ini melakukan pendekatan holistik dalam mengajarkan siswa mengenai cara menggunakan media sosial secara bijaksana, dengan tujuan untuk menciptakan individu yang tidak hanya cerdas secara teknologi, tetapi juga memiliki karakter yang baik dan citra diri yang positif.

Studi kasus ini fokus pada pengalaman beberapa siswa SMP Nurul Islam Indonesia yang telah mengikuti program pelatihan tentang etika dan self-branding di media sosial. Para siswa ini diajarkan untuk memahami bahwa media sosial bukan hanya sarana untuk berinteraksi sosial, tetapi juga merupakan platform untuk membangun dan menjaga citra diri mereka. Dalam pelatihan tersebut, mereka diberikan pemahaman mengenai pentingnya menjaga etika berkomunikasi di dunia maya, seperti menghindari perundungan, penyebaran informasi palsu, dan menjaga privasi.

Salah satu siswa yang berpartisipasi dalam program ini, Ahmad, menceritakan pengalamannya setelah mengikuti pelatihan tentang etika digital. Sebelumnya, Ahmad tidak terlalu memperhatikan apa yang ia bagikan di media sosial dan lebih fokus pada jumlah pengikut yang ia miliki. Namun, setelah mengikuti pelatihan, ia mulai memahami bahwa kualitas konten yang dibagikan jauh lebih penting daripada sekadar jumlah pengikut. Ahmad mulai lebih berhati-hati dalam memilih kata-kata dan konten yang ia unggah, serta menghindari membagikan informasi pribadi yang tidak perlu.

Selain itu, siswa lainnya, Hana, mengungkapkan bagaimana ia mulai membangun self-branding yang lebih positif di media sosial setelah mendapatkan pelatihan. Sebelumnya, Hana merasa bahwa media sosial adalah tempat untuk bersenang-senang tanpa memikirkan dampak dari apa yang ia bagikan. Namun, dengan pemahaman tentang etika digital, Hana kini lebih selektif dalam memilih konten yang ia unggah. Ia berfokus pada berbagi prestasi akademik, kegiatan ekstrakurikuler, dan nilai-nilai positif yang ingin ia tunjukkan kepada teman-temannya dan publik secara umum.

Program pelatihan ini juga mengajarkan siswa untuk memahami pentingnya konsistensi dalam membangun self-branding yang baik. Siswa diingatkan bahwa citra diri yang mereka bangun di media sosial akan mempengaruhi bagaimana orang lain melihat mereka, baik di dunia maya maupun dunia nyata. Oleh karena itu, penting untuk menunjukkan nilai-nilai yang mereka anut, seperti kejujuran, kedisiplinan, dan rasa hormat terhadap orang lain. Dalam hal ini, siswa SMP Nurul Islam Indonesia dilatih untuk menciptakan konten yang mencerminkan karakter positif mereka, baik itu dalam bentuk foto, video, atau status yang mereka bagikan.

Sebagai bagian dari program ini, para siswa juga diberikan pemahaman tentang konsekuensi yang dapat timbul dari penggunaan media sosial yang tidak etis. Mereka diajarkan untuk menyadari bahwa apa yang mereka unggah di internet bisa tetap ada selamanya, bahkan setelah dihapus. Oleh karena itu, penting bagi mereka untuk berpikir panjang sebelum membagikan sesuatu, mengingat dampaknya terhadap reputasi dan hubungan sosial mereka di masa depan. Dalam sesi diskusi, banyak siswa yang mengungkapkan kekhawatiran mereka tentang bagaimana tindakan mereka di media sosial dapat mempengaruhi citra diri mereka di mata teman-teman dan keluarga.

Hasil dari pelatihan ini menunjukkan adanya perubahan yang signifikan dalam sikap siswa terhadap penggunaan media sosial. Siswa yang awalnya kurang peduli dengan etika digital kini mulai lebih berhati-hati dan sadar akan tanggung jawab mereka dalam menggunakan platform

tersebut. Mereka juga lebih percaya diri dalam membangun self-branding yang positif, yang tidak hanya mencerminkan prestasi akademik mereka, tetapi juga karakter dan nilai-nilai pribadi yang mereka anut. Program ini berhasil menunjukkan bahwa pendidikan tentang etika digital dapat mempengaruhi cara siswa berinteraksi dengan dunia maya dan membangun identitas online mereka.

Pengalaman para siswa ini membuktikan bahwa pelatihan yang melibatkan etika dan self-branding di media sosial tidak hanya memberikan pengetahuan teknis, tetapi juga membentuk karakter mereka dalam berinteraksi di dunia maya. Program ini juga membuka wawasan tentang bagaimana pentingnya peran sekolah dan guru dalam mengarahkan siswa untuk memanfaatkan media sosial dengan bijak. SMP Nurul Islam Indonesia berkomitmen untuk terus mengembangkan program ini, dengan tujuan untuk menciptakan generasi muda yang tidak hanya cakap teknologi, tetapi juga memiliki etika yang tinggi dalam dunia digital.

Pengalaman siswa SMP Nurul Islam Indonesia menunjukkan bahwa pendidikan tentang etika digital dan self-branding dapat memainkan peran penting dalam membimbing siswa untuk menggunakan media sosial secara positif. Dengan pengajaran yang tepat dan pemahaman yang mendalam tentang konsekuensi dari tindakan online, para siswa diharapkan dapat membangun citra diri yang positif dan menjadi individu yang bertanggung jawab di dunia maya. Program ini memberikan bukti bahwa kesadaran etika dan pengelolaan self-branding yang baik adalah kunci untuk sukses di era digital ini.

SIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa penyelarasan antara etika dan self-branding di media sosial sangat penting untuk membentuk karakter siswa SMP Nurul Islam Indonesia dalam menghadapi era digital. Dalam dunia yang serba terhubung ini, media sosial tidak hanya menjadi sarana untuk berinteraksi, tetapi juga untuk membangun citra diri yang akan mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap individu tersebut. Melalui pemahaman yang mendalam tentang etika penggunaan media sosial, siswa diajarkan untuk menjaga keseimbangan antara kebebasan berekspresi dengan tanggung jawab terhadap dampak yang ditimbulkan dari setiap tindakan online. Selain itu, program yang diterapkan di SMP Nurul Islam Indonesia juga membantu siswa dalam membangun self-branding yang positif, yang tidak hanya didasarkan pada penampilan luar, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai pribadi seperti kejujuran, kedisiplinan, dan rasa hormat. Dengan adanya pendidikan etika digital yang tepat, siswa diharapkan dapat lebih bijak dalam memanfaatkan media sosial, menjaga privasi mereka, serta menghindari potensi dampak negatif seperti penyebaran hoaks atau perundungan online. Oleh karena itu, penting bagi sekolah untuk terus mengembangkan program-program edukasi yang mampu meningkatkan kesadaran siswa dalam mengelola citra diri dan berkomunikasi secara etis di dunia maya, sehingga mereka dapat menjadi individu yang tidak hanya cerdas teknologi, tetapi juga memiliki karakter yang kuat dan profesional di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Baiquni, N.A, I.A. Syawaqi, and R.A Azis. 1996. *Indeks Al-Quran (Cara Mencari Ayat AlQuran)*. Surabaya: Arloka.
- Diana, F. 2020. *Strategi Self Branding Di Era Digital*. Jakarta: xyz.
- Moleong. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyono, A. 2018. *Media Sosial Dalam Membangun Citra Diri*. Yogyakarta: Universitas A Press.
- Nasional, Departemen Pendidikan. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Prasetyo, H., and R Andrianto. 2021. "Self-Branding Dan Pengaruhnya Terhadap Kesuksesan Karier Di Media Sosial." *Jurnal Komunikasi Dan Media* 2: 60–75.
- Pratama, A. 2019. "Etika Bermedia Sosial Di Kalangan Remaja." *Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran* 12 (1): 19–25.
- Salam, Oryza Devi. 2020. "Personal Branding Digital Natives Di Era Komunikasi Media Baru (Analisis Personal Branding Di Media Sosial Instagram)." *Business Economic*,

Communication, and Social Sciences (BECOSS) Journal 2 (1): 19–30.
<https://doi.org/10.21512/becossjournal.v2i1.6070>.

- Siti, H. 2019. *Pentingnya Keaslian Dalam Self Branding Di Era Sosial Media*. Bandung: Penerbit Edukasi.
- Suryani. 2020. *Etika Digital Dan Pengaruhnya Terhadap Penggunaan Media Sosial*. Yogyakarta: University Press.
- Syamsudin, M, and I Damaianti. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif Dalam Pendidikan*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Trybulkevych, Kateryna H., Tatyana L. Shchegoleva, Tamila L. Gruba, Larisa V. Gula, and Yaroslav B. Zoriy. 2021. "Ethics of Communication as an Important Component of Teacher Self-Branding in the Settings of the Digital Environment." *European Journal of Educational Research* 10 (2): 641–54. <https://doi.org/10.12973/EU-JER.10.2.641>.
- Wahyuningsih, A. 2018. "Pendidikan Etika Media Sosial Pada Remaja." *Jurnal Pendidikan Karakter* 10 (2): 40–45.
- Wulandari, D. 2020. "Etika Digital dalam Membangun Reputasi Diri di Media Sosial." *Jurnal Etika dan Komunikasi*, 10(1), 50-63.
- Yuliana, R. 2019. "Kesadaran Etika Dalam Berkomunikasi Di Media Sosial." *Jurnal Komunikasi Digital* 2: 75–82.