

HUBUNGAN PERSEPSI ETIKA DAN SELF CONTROL DALAM PENGUNAAN MEDIA SOSIAL DI KALANGAN MAHASISWA: SEBUAH KAJIAN KONSEPTUAL

Muhammad Assagaf Ruslan¹, Ulul Asrul², Ikmal Mustamin³, Ahmad Fahmi Alimulfalaq⁴, Sri
Wahyuni Nur, M.Ak⁵

1,2,3,4,5Program Studi Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,
Institut Agama Islam Negeri Parepare, Indonesia

E-mail: agafagimkengkawan@gmail.com*

*Corresponding Author

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah menjadikan media sosial sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan mahasiswa, baik untuk kebutuhan komunikasi, kegiatan akademik, maupun aktualisasi diri. Di balik berbagai manfaatnya, intensitas penggunaan media sosial yang tinggi turut memunculkan persoalan etika digital, seperti penyebaran hoaks, ujaran kebencian, dan perundungan siber. Dua faktor psikologis yang diduga berperan penting dalam membentuk perilaku digital yang bertanggung jawab adalah persepsi etika dan self control (kontrol diri). Artikel ini merupakan kajian konseptual yang bertujuan mendeskripsikan konsep persepsi etika dan self control berdasarkan tinjauan teoretis, serta menyusun kerangka konseptual dan proposisi mengenai keterkaitan kedua variabel tersebut dalam penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa. Kajian dilakukan dengan metode tinjauan pustaka (literature review) terhadap buku, artikel jurnal, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan, yang kemudian dianalisis secara tematik untuk membangun sintesis konsep. Hasil kajian menunjukkan bahwa persepsi etika berkaitan dengan pemahaman individu mengenai benar dan salah, sedangkan self control berkaitan dengan kemampuan mewujudkan pemahaman tersebut menjadi perilaku nyata, sehingga secara konseptual kedua variabel ini diduga saling berhubungan dan bersama-sama membentuk pola penggunaan media sosial yang lebih bertanggung jawab. Artikel ini belum menyajikan pengujian data empiris dan disusun sebagai landasan konseptual bagi penelitian kuantitatif lanjutan, sekaligus memberikan implikasi bagi pengembangan program literasi digital dan pendidikan karakter di perguruan tinggi.

Kata Kunci: persepsi etika; self control; media sosial; mahasiswa; kajian konseptual

Abstract

The rapid development of digital technology has made social media an inseparable part of university students' lives, supporting communication, academic activities, and self-actualization. Despite its benefits, intensive social media use has also raised digital ethics concerns, including the spread of disinformation, hate speech, and cyberbullying. Two psychological factors believed to play an important role in shaping responsible digital behavior are ethical perception and self-control. This article presents a conceptual study aimed at describing the concepts of ethical perception and self-control based on theoretical review, and at developing a conceptual framework and propositions regarding the relationship between the two variables in students' social media use. The study employs a literature review method drawing on books, journal

articles, and relevant prior research, which were thematically analyzed to construct a conceptual synthesis. The review suggests that ethical perception relates to an individual's understanding of right and wrong, while self-control relates to the capacity to translate that understanding into actual behavior; conceptually, the two variables are presumed to be interrelated and to jointly shape more responsible social media use. As a conceptual paper, this article does not present empirical data testing and is intended as a theoretical foundation for further quantitative research, while also offering implications for digital literacy and character education programs in higher education.

Keywords: ethical perception; self-control; social media; university students; conceptual study

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam kehidupan masyarakat, salah satunya melalui hadirnya media sosial yang memungkinkan individu berinteraksi, berbagi informasi, dan membangun jaringan komunikasi tanpa batas ruang dan waktu. Kehadiran berbagai platform seperti Instagram, TikTok, X, Facebook, dan WhatsApp telah mengubah pola komunikasi masyarakat menjadi lebih cepat, praktis, dan interaktif (Asmuni & Irawan, 2025). Mahasiswa, sebagai kelompok yang berada pada rentang usia produktif, merupakan salah satu pengguna media sosial paling aktif. Media sosial tidak hanya dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga sebagai media pembelajaran, pencarian informasi akademik, pengembangan jejaring profesional, hingga sarana ekspresi diri (Bu'ulolo & Hulu, 2025).

Penggunaan media sosial yang intensif memberikan berbagai manfaat, mulai dari percepatan akses informasi hingga kemudahan kolaborasi akademik dan pengembangan personal branding (Muslim et al., 2024). Di sisi lain, kemudahan menyebarkan informasi sering kali tidak diimbangi dengan kesadaran etis dalam penggunaannya. Fenomena penyebaran hoaks, ujaran kebencian, perundungan siber (cyberbullying), pelanggaran privasi, hingga pencemaran nama baik menjadi persoalan yang semakin sering ditemukan di ruang digital (Putri et al., 2025). Kondisi ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi tidak selalu diikuti oleh perkembangan kesadaran etika penggunaannya. Mahasiswa, sebagai kelompok intelektual yang diharapkan menjadi agen perubahan dengan perilaku digital yang bertanggung jawab, pada kenyataannya masih kerap menunjukkan pelanggaran etika digital, seperti komentar tidak pantas, penyebaran informasi tanpa verifikasi, dan unggahan yang berpotensi menyinggung pihak lain (Yaqin & SP, 2025).

Persepsi etika merujuk pada bagaimana seseorang memahami, menilai, dan memandang suatu tindakan sebagai benar atau salah berdasarkan standar moral yang berlaku, serta

diharapkan dapat mendorong individu menggunakan media sosial secara lebih bertanggung jawab (Harahap et al., 2023). Individu dengan persepsi etika yang tinggi cenderung lebih berhati-hati dalam menyampaikan pendapat, menghargai hak orang lain, dan menjaga privasi, sedangkan persepsi etika yang rendah berpotensi membuat seseorang lebih mudah melanggar norma sosial maupun aturan di ruang digital (Nana et al., 2025). Selain persepsi etika, faktor psikologis lain yang turut memengaruhi perilaku bermedia sosial adalah self control, yaitu kemampuan individu mengatur, mengendalikan, dan mengarahkan perilaku sesuai norma, tujuan, serta konsekuensi yang mungkin timbul dari tindakannya (Kholil, 2025). Kemampuan ini menjadi penting dalam menghadapi stimulus media sosial yang sering bersifat spontan dan memicu respons emosional, sehingga individu dengan self control yang baik lebih mampu menahan dorongan untuk bertindak impulsif, sementara rendahnya self control dapat mendorong perilaku negatif seperti menyebarkan informasi tanpa verifikasi atau menghabiskan waktu secara berlebihan di media sosial (Chairiyah et al., 2025).

Mahasiswa berada pada fase perkembangan dewasa awal yang ditandai pencarian identitas diri dan kebutuhan akan pengakuan sosial, sehingga media sosial sering menjadi sarana utama membangun eksistensi diri. Tingginya intensitas penggunaan media sosial pada fase ini dapat meningkatkan risiko munculnya perilaku kurang terkendali apabila tidak diimbangi kemampuan self control yang memadai (Oktaviani et al., 2025), terlebih dengan karakteristik fitur media sosial — kolom komentar, unggahan cerita, siaran langsung — yang memungkinkan respons instan dan berpotensi menimbulkan konflik atau pelanggaran etika tanpa pengendalian diri yang baik (Wullur et al., 2026). Hubungan antara persepsi etika dan self control menjadi isu yang menarik untuk dikaji karena keduanya sama-sama berperan membentuk perilaku individu di media sosial: persepsi etika berkaitan dengan pemahaman mengenai benar dan salah, sedangkan self control berkaitan dengan kemampuan mengimplementasikan pemahaman tersebut menjadi perilaku nyata. Dengan kata lain, seseorang dapat mengetahui bahwa suatu tindakan tidak etis, tetapi tanpa kemampuan pengendalian diri yang memadai tetap berpotensi melakukan tindakan yang bertentangan dengan nilai etika tersebut (Djamil, 2023).

Penelitian-penelitian terdahulu telah mengaitkan kontrol diri dengan berbagai variabel dalam konteks media sosial, misalnya etika digital pada siswa sekolah menengah pertama (Azzahra et al., 2022), regulasi emosi pada mahasiswa (Latifa et al., 2025), serta kecanduan media sosial pada remaja (Rahmah et al., 2023). Studi-studi tersebut memberikan landasan

empiris yang kuat mengenai peran kontrol diri dalam perilaku bermedia sosial, tetapi belum secara khusus mengkaji keterkaitannya dengan persepsi etika — yang lebih menekankan pada cara individu memahami dan menilai aspek moral — pada subjek mahasiswa sebagai kelompok dengan tingkat kematangan dan pengalaman digital yang berbeda dari siswa sekolah menengah. Kesenjangan inilah yang melatarbelakangi perlunya kajian konseptual yang menyintesis teori persepsi etika dan self control secara khusus dalam konteks penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa.

Berdasarkan uraian tersebut, kajian ini berupaya menjawab dua pertanyaan kajian, yaitu: (1) bagaimana konsep persepsi etika dan self control dijelaskan dalam berbagai kajian teoretis terkait penggunaan media sosial; dan (2) bagaimana keterkaitan konseptual antara persepsi etika dan self control dalam membentuk perilaku penggunaan media sosial mahasiswa berdasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu. Sejalan dengan pertanyaan tersebut, kajian ini bertujuan untuk (1) mendeskripsikan konsep persepsi etika dan self control berdasarkan kajian teoretis dalam konteks penggunaan media sosial, dan (2) menyusun kerangka konseptual serta proposisi mengenai hubungan antara persepsi etika dan self control dalam penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa sebagai dasar bagi pengembangan penelitian empiris selanjutnya.

Secara teoretis, kajian ini diharapkan memperkaya literatur psikologi sosial, psikologi pendidikan, dan literasi digital, khususnya yang berkaitan dengan perilaku penggunaan media sosial. Secara praktis, hasil sintesis ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan bagi perguruan tinggi dalam menyusun program pembinaan karakter dan literasi digital, sekaligus menjadi landasan konseptual bagi peneliti selanjutnya yang hendak menguji hubungan kedua variabel tersebut secara empiris pada populasi mahasiswa.

Metodologi

Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode tinjauan pustaka (literature review) untuk membangun sintesis konseptual mengenai hubungan persepsi etika dan self control dalam penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa. Pendekatan ini dipilih karena tujuan kajian bukan untuk menguji hubungan antarvariabel secara statistik, melainkan untuk merumuskan kerangka teoretis dan proposisi yang dapat menjadi dasar bagi penelitian kuantitatif korelasional pada tahap berikutnya.

Sumber data yang digunakan merupakan data sekunder berupa buku, artikel jurnal ilmiah nasional, serta hasil penelitian terdahulu (skripsi, tesis, dan artikel hasil penelitian) yang

dipublikasikan dalam rentang tahun 2017–2026 dan relevan dengan tema persepsi, etika, self control, serta media sosial. Penelusuran sumber dilakukan melalui basis data ilmiah seperti Google Scholar dan basis data jurnal nasional menggunakan kata kunci “persepsi etika”, “self control”, “kontrol diri”, “etika digital”, dan “media sosial mahasiswa”. Pemilihan sumber didasarkan pada relevansi tema dan kualitas publikasi, dengan memprioritaskan artikel pada jurnal terakreditasi maupun terindeks.

Analisis dilakukan secara tematik (thematic/content analysis) melalui empat tahap: (1) identifikasi konsep kunci dari setiap sumber, meliputi definisi, aspek, indikator, dan faktor yang memengaruhi masing-masing variabel; (2) sintesis dan kategorisasi temuan menjadi unit-unit tema yang koheren; (3) pemetaan posisi kajian ini terhadap penelitian terdahulu untuk mengidentifikasi kebaruan (novelty); dan (4) penyusunan kerangka konseptual beserta proposisi kajian berdasarkan keterkaitan logis antarkonsep yang telah disintesis. Hasil sintesis ini selanjutnya diproyeksikan menjadi dasar bagi penyusunan instrumen dan pengujian hipotesis secara kuantitatif — menggunakan analisis regresi linear berganda — pada mahasiswa Program Studi Akuntansi Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, sebagai tahap penelitian lanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Persepsi Etika dalam Penggunaan Media Sosial

1. Konsep Persepsi dan Etika

Persepsi merupakan proses kognitif individu dalam menerima, mengorganisasi, dan menafsirkan informasi yang diperoleh melalui pancaindra sehingga menghasilkan pemahaman terhadap suatu objek, peristiwa, atau situasi tertentu. Proses ini diawali dengan penginderaan, kemudian stimulus yang diterima diolah sedemikian rupa sehingga individu menyadari dan memahami apa yang diindranya (Fahmi, 2020). Karena persepsi turut dipengaruhi oleh pengalaman, pengetahuan, nilai, dan harapan, setiap individu berpotensi memiliki persepsi yang berbeda terhadap objek yang sama (Jayanti, 2019); dengan kata lain, orang bertindak atas dasar persepsinya sendiri, terlepas dari apakah persepsi tersebut mencerminkan kenyataan yang sesungguhnya (Sore, 2019).

Etika, di sisi lain, merupakan cabang filsafat yang membahas nilai, norma, dan prinsip moral yang menjadi pedoman dalam menentukan baik-buruknya suatu tindakan serta acuan berperilaku agar sesuai dengan norma yang berlaku dalam masyarakat (Bisri & Asmoro,

2019). Etika membantu individu membedakan tindakan yang baik dan buruk, benar dan salah, sekaligus memberi dasar untuk bertindak secara bertanggung jawab dan mempertimbangkan dampak dari setiap keputusan yang diambil (Melati & Aisyah, 2024), termasuk kesadaran untuk menghormati hak, martabat, dan kepentingan orang lain dalam berbagai aspek kehidupan bermasyarakat (Yudhayana & Aziz, 2024). Dalam era digital, etika dipandang sebagai pedoman yang mengarahkan individu menggunakan teknologi dan media sosial secara bijaksana dan bertanggung jawab, mendorong seseorang mempertimbangkan konsekuensi dari setiap tindakan digital yang dilakukan — baik menyebarkan informasi, berkomentar, maupun berinteraksi dengan pengguna lain (Hamama, 2024).

2. Persepsi Etika dan Indikatornya

Mengacu pada kedua konsep di atas, persepsi etika dapat dimaknai sebagai cara individu memahami, menilai, dan menginterpretasikan suatu tindakan berdasarkan nilai-nilai moral, norma, serta prinsip etika yang berlaku dalam lingkungan sosialnya, sehingga mencerminkan bagaimana seseorang memandang suatu perilaku sebagai benar atau salah, pantas atau tidak pantas (Sa'idi et al., 2024). Dalam konteks media sosial, persepsi etika berkaitan dengan kemampuan individu memahami dan menilai konsekuensi moral dari aktivitas digitalnya; individu dengan persepsi etika yang baik cenderung lebih berhati-hati dalam menyampaikan pendapat, membagikan informasi, dan berinteraksi dengan pengguna lain (Nana et al., 2025). Sebagai proses kognitif, persepsi etika juga dipengaruhi oleh latar belakang pendidikan, budaya, lingkungan sosial, agama, dan pengalaman hidup, sehingga perbedaan tersebut turut memengaruhi cara seseorang merespons persoalan etis yang dihadapinya (Sari, 2018).

Berdasarkan sintesis dari beberapa kajian (Mas'ud et al., 2025; Mursidah, 2025; Kuraesin et al., 2025), persepsi etika dalam penggunaan media sosial dapat diidentifikasi melalui enam indikator sebagaimana dirangkum pada Tabel 1.

Tabel 1. Indikator Persepsi Etika dalam Penggunaan Media Sosial

No	Indikator	Deskripsi
1	Tanggung jawab dalam penggunaan media sosial	Kesadaran bahwa setiap aktivitas digital memiliki konsekuensi, sehingga pengguna berhati-hati dalam membuat, membagikan, atau mengomentari konten.
2	Kejujuran dalam menyampaikan informasi	Kemampuan menyampaikan informasi sesuai fakta, memverifikasi sebelum membagikan, dan menghindari penyebaran hoaks.

3	Menghormati hak dan privasi orang lain	Tidak menyebarkan data pribadi tanpa izin dan tidak menggunakan konten milik orang lain secara sembarangan.
4	Kesadaran terhadap dampak unggahan dan komentar	Mempertimbangkan isi dan tujuan unggahan agar tidak menimbulkan konflik atau kesalahpahaman.
5	Kepatuhan terhadap norma dan aturan digital	Kesediaan mengikuti ketentuan platform, hukum, dan norma sosial yang berlaku.
6	Menghindari penyebaran informasi yang merugikan pihak lain	Selektif dalam menerima dan membagikan informasi serta mempertimbangkan dampak sosialnya.

Sumber: disintesis dari Mas'ud et al. (2025); Mursidah (2025); Kuraesin et al. (2025).

3. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Persepsi Etika

Kajian literatur (Adadi et al., 2024; Rahman et al., 2023; Alfazri & Syahputra, 2024; Fitrianiingsih, 2025) mengidentifikasi delapan faktor yang membentuk persepsi etika seseorang, yaitu pendidikan, lingkungan keluarga, lingkungan pergaulan, budaya, agama, pengalaman pribadi, tingkat literasi digital, dan pengaruh konten media sosial yang dikonsumsi. Pendidikan memberi individu pengetahuan mengenai nilai dan konsekuensi etis suatu tindakan, sedangkan keluarga menjadi lingkungan pertama yang menanamkan nilai kejujuran, tanggung jawab, dan rasa hormat sejak usia dini. Lingkungan pergaulan dan budaya turut membentuk standar moral yang dianut seseorang, sementara agama memberikan pedoman moral mendasar mengenai benar dan salah.

Selain faktor-faktor tersebut, pengalaman pribadi misalnya pernah menjadi korban penyebaran informasi palsu atau perundungan siber — dapat meningkatkan kesadaran etis seseorang. Tingkat literasi digital turut menentukan kemampuan individu menilai risiko dan konsekuensi aktivitas digital secara kritis, sedangkan paparan konten media sosial yang dikonsumsi secara terus-menerus dapat memperkuat ataupun melemahkan persepsi etika, bergantung pada apakah konten tersebut bersifat edukatif atau justru memuat ujaran kebencian dan informasi menyesatkan. Sintesis ini menegaskan bahwa persepsi etika mahasiswa tidak terbentuk secara tunggal, melainkan merupakan hasil interaksi berbagai faktor individual dan lingkungan yang saling memengaruhi.

B. Self Control dalam Penggunaan Media Sosial

1. Konsep Self Control

Self control atau kontrol diri merupakan kemampuan individu mengatur, mengendalikan, dan mengarahkan pikiran, emosi, serta perilaku agar sesuai dengan tujuan, norma, dan

tuntutan lingkungan, sehingga seseorang mampu menahan dorongan sesaat, mempertimbangkan konsekuensi tindakannya, dan memilih perilaku yang lebih tepat (Fauzy & Pangestika, 2026). Kemampuan ini memungkinkan individu menunda kepuasan sesaat demi tujuan jangka panjang serta menyesuaikan perilakunya dengan nilai dan aturan yang berlaku, sehingga self control sering dikaitkan dengan kedisiplinan, tanggung jawab, dan kematangan pribadi (Putri & Setyawati, 2025). Dalam konteks digital, self control dapat dimaknai sebagai kemampuan mengelola perilaku secara bijaksana — termasuk mengatur waktu penggunaan media sosial, menyaring informasi yang diterima, mengendalikan emosi saat berinteraksi, dan mempertimbangkan dampak dari setiap unggahan maupun komentar yang dibuat (Chairiyah et al., 2025).

2. Aspek-Aspek Self Control

Kool, Shenhav, dan Botvinick (2017) mengidentifikasi tiga aspek self control yang relevan untuk menjelaskan perilaku digital, yaitu behavioral control, cognitive control, dan decisional control, sebagaimana diringkas pada Tabel 2.

Tabel 2. Aspek-Aspek Self Control dalam Konteks Media Sosial

Aspek	Manifestasi dalam Penggunaan Media Sosial
<i>Behavioral control</i>	Kemampuan menahan dorongan atau impuls, misalnya menghindari komentar kasar, perdebatan tidak produktif, atau membagikan informasi tanpa verifikasi.
<i>Cognitive control</i>	Kemampuan berpikir objektif dan kritis dalam menyaring informasi, membedakan fakta dan opini, serta mengevaluasi kebenaran suatu berita.
<i>Decisional control</i>	Kemampuan mempertimbangkan manfaat, risiko, dan konsekuensi sebelum memutuskan untuk membagikan informasi atau menulis komentar.

Sumber: diadaptasi dari Kool, Shenhav, & Botvinick (2017).

3. Indikator Self Control

Sintesis dari beberapa kajian (Aldi et al., 2025; Aini, 2025; Hayati & Aidin, 2025) mengidentifikasi lima indikator self control dalam penggunaan media sosial, yaitu: (1) kemampuan menahan dorongan untuk memberikan respons impulsif, yang tampak dari kesanggupan berpikir sebelum menanggapi konten yang memicu emosi atau perbedaan pendapat; (2) kemampuan mengelola emosi saat berinteraksi, sehingga tidak mudah terpancing oleh komentar provokatif; (3) kemampuan mengatur waktu penggunaan media sosial agar tidak mengganggu produktivitas akademik; (4) kemampuan mempertimbangkan konsekuensi sebelum mengunggah konten, termasuk menilai manfaat dan potensi

kerugiannya; dan (5) kemampuan menghindari perilaku yang melanggar norma sosial dan etika, seperti perundungan siber, ujaran kebencian, atau pelanggaran hak cipta.

4. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Self Control

Self control tidak terbentuk secara instan, melainkan dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal individu (Nazariskina & Selian, 2025; Pratiwi et al., 2025). Faktor usia dan kematangan berperan karena kemampuan mengendalikan emosi dan mempertimbangkan konsekuensi umumnya berkembang seiring bertambahnya usia. Lingkungan keluarga membentuk kontrol diri melalui pola asuh, pendidikan moral, dan pengawasan orang tua, sementara lingkungan pendidikan menanamkan disiplin dan tanggung jawab melalui aturan dan proses pembelajaran. Pengaruh teman sebaya juga signifikan karena individu cenderung menyesuaikan sikap dengan kelompok pertemanannya, termasuk dalam mengikuti tren atau gaya komunikasi digital tertentu.

Pengalaman hidup turut memperkuat self control melalui pembelajaran dari konsekuensi tindakan di masa lalu, sedangkan nilai dan keyakinan pribadi — seperti kejujuran, disiplin, dan rasa hormat — menjadi pedoman internal yang membantu individu menahan dorongan yang bertentangan dengan prinsip yang diyakininya. Keenam faktor ini saling berinteraksi membentuk kapasitas self control yang berbeda-beda pada setiap mahasiswa dalam mengelola perilaku digitalnya.

C. Media Sosial dan Penggunaannya di Kalangan Mahasiswa

1. Definisi dan Karakteristik Media Sosial

Media sosial dapat dipahami sebagai sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas fondasi Web 2.0 dan memungkinkan penciptaan serta pertukaran konten yang dibuat oleh pengguna (user-generated content), sehingga pengguna tidak hanya berperan sebagai penerima informasi tetapi juga sebagai pencipta dan penyebar informasi (Umbara, 2021). Danah Boyd dan Nicole Ellison, sebagaimana dikutip dalam Qadir dan Ramli (2024), mendefinisikan media sosial sebagai layanan berbasis web yang memungkinkan individu membangun identitas diri, menjalin hubungan sosial, dan berinteraksi dengan pengguna lain dalam suatu sistem jaringan daring — menekankan bahwa media sosial berfungsi tidak hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai ruang sosial yang memungkinkan terbentuknya jaringan antarpengguna. Secara umum, media sosial

memungkinkan pengguna membuat profil publik atau semi-publik, membangun hubungan dengan pengguna lain melalui fitur pertemanan atau pengikut, serta menjelajahi jaringan koneksi yang dimiliki maupun dibuat oleh pengguna lain dalam sistem yang sama.

Sebagai sarana komunikasi yang dinamis, media sosial memiliki sejumlah karakteristik yang membedakannya dari media konvensional (Batee, 2019), sebagaimana dirangkum pada Tabel 3.

Tabel 3. Karakteristik Media Sosial

Karakteristik	Deskripsi
Partisipasi pengguna	Setiap individu berperan aktif menciptakan, mengelola, dan menyebarkan konten secara dua arah.
Keterbukaan informasi	Akses luas terhadap informasi tanpa batasan ruang dan waktu, namun menuntut sikap kritis pengguna.
Interaktivitas	Memfasilitasi komunikasi dua arah atau banyak arah melalui komentar, pesan langsung, dan siaran langsung.
Konektivitas	Memungkinkan pengguna membangun dan memperluas jaringan sosial lintas latar belakang dan lokasi.
Kecepatan penyebaran informasi	Informasi dapat diterima, dibagikan, dan disebarluaskan dalam hitungan detik.
Kemudahan akses	Dapat diakses kapan saja dan di mana saja melalui berbagai perangkat yang terhubung internet.

Sumber: diadaptasi dari Batee (2019).

2. Tujuan Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa

Bagi mahasiswa, media sosial memiliki fungsi yang beragam dan saling melengkapi. Sebagai sarana komunikasi sosial, media sosial memungkinkan mahasiswa menjaga hubungan dengan teman, keluarga, dosen, maupun komunitas tanpa terhalang jarak dan waktu. Dalam ranah akademik, media sosial dimanfaatkan untuk berdiskusi tugas, berbagi materi pembelajaran, mengikuti seminar daring, dan mengakses sumber belajar (Muslim et al., 2024). Media sosial juga menjadi sumber pencarian informasi yang cepat mengenai berbagai isu, meskipun tetap menuntut kemampuan menyaring dan memverifikasi kebenarannya.

Selain fungsi akademik, media sosial digunakan sebagai sarana hiburan untuk mengurangi kejenuhan, sekaligus media pengembangan jaringan profesional yang

menghubungkan mahasiswa dengan dosen, praktisi, alumni, dan peluang magang atau pekerjaan. Terakhir, media sosial berfungsi sebagai ruang aktualisasi diri tempat mahasiswa mengekspresikan ide, kreativitas, dan pencapaian melalui unggahan foto, video, maupun tulisan. Keragaman fungsi ini menegaskan bahwa media sosial bukan sekadar sarana hiburan, melainkan ekosistem digital yang menuntut kesadaran etis dan kemampuan pengendalian diri agar dimanfaatkan secara optimal dan tidak menimbulkan dampak negatif.

D. Kajian Penelitian Terdahulu dan Posisi Kajian Ini

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji keterkaitan antara kontrol diri dan berbagai variabel dalam konteks penggunaan media sosial. Azzahra et al. (2022) menguji hubungan antara etika digital dan kontrol diri pada 112 siswa SMP Negeri 5 Purworejo menggunakan analisis Product Moment, dan menemukan hubungan positif yang signifikan ($r = 0,585$; $p = 0,000$) dengan sumbangan efektif sebesar 34,2%. Latifa et al. (2025) meneliti perbedaan kontrol diri mahasiswa berdasarkan tingkat regulasi emosi pada 373 mahasiswa Universitas Negeri Padang menggunakan independent sample t-test, dan menemukan bahwa kontrol diri mahasiswa secara keseluruhan berada pada kategori sangat tinggi (53,62%), dengan regulasi emosi yang berperan penting dalam membentuknya. Rahmah et al. (2023) menguji hubungan kontrol diri dengan kecanduan media sosial pada 52 siswa SMA menggunakan uji chi-square, dan menemukan hubungan yang signifikan ($p = 0,002$).

Ketiga penelitian tersebut menegaskan peran penting kontrol diri dalam perilaku bermedia sosial, tetapi memiliki perbedaan mendasar dengan kajian ini, sebagaimana dirangkum pada Tabel 4.

Tabel 4. Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Kajian Ini

Peneliti (Tahun)	Variabel & Subjek	Metode & Temuan Utama	Perbedaan dengan Kajian Ini
Azzahra et al. (2022)	Etika digital & kontrol diri; 112 siswa SMP Negeri 5 Purworejo (12–15 tahun)	Product Moment; $r = 0,585$, $p = 0,000$ (hubungan positif signifikan)	Variabel etika digital (umum) vs. persepsi etika (penilaian individu); subjek siswa SMP vs. mahasiswa
Latifa et al. (2025)	Kontrol diri & regulasi emosi; 373 mahasiswa	Independent sample t-test; $p = 0,000$	Variabel bebas regulasi emosi, bukan persepsi etika;

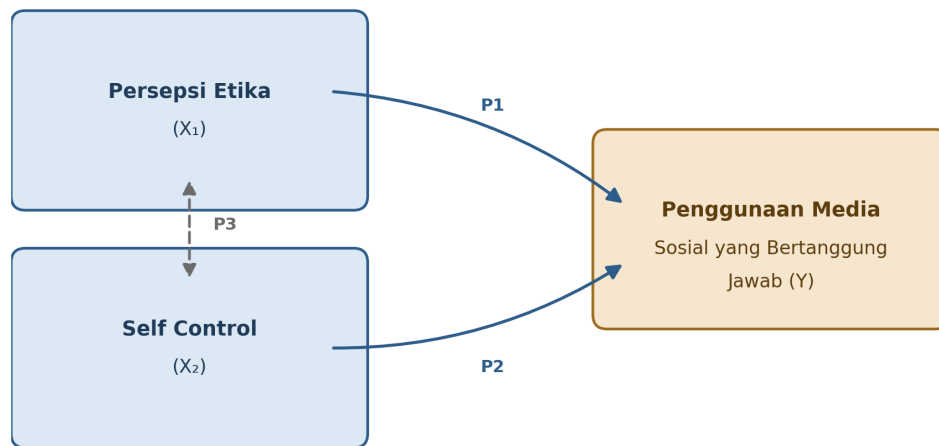
	Universitas Negeri Padang	(terdapat perbedaan)	menguji perbedaan, bukan hubungan
Rahmah et al. (2023)	Kontrol diri & kecanduan media sosial; 52 siswa SMA Pembangunan Bukit tinggi	Chi-square; $p = 0,002$ (hubungan signifikan)	Variabel terikat kecanduan media sosial, bukan persepsi etika; subjek siswa SMA
Kajian ini	Persepsi etika & self control; mahasiswa Akuntansi Syariah IAIN Parepare	Kajian konseptual (literature review); menyusun kerangka & proposisi	<i>Menekankan persepsi etika (bukan etika digital umum) berpasangan dengan self control, khusus pada subjek mahasiswa</i>

Sumber: diolah oleh penulis dari Azzahra et al. (2022); Latifa et al. (2025); dan Rahmah et al. (2023).

Pemetaan tersebut menunjukkan kebaruan (novelty) kajian ini, yaitu memosisikan persepsi etika — yang menekankan pada cara individu memahami dan menilai aspek moral, bukan sekadar kepatuhan terhadap etika digital secara umum — sebagai variabel yang diduga berhubungan dengan self control pada kelompok mahasiswa yang memiliki tingkat kematangan, pengalaman, dan karakteristik penggunaan media sosial yang berbeda dari siswa sekolah menengah.

E. Kerangka Konseptual

Berdasarkan sintesis teori dan penelitian terdahulu pada bagian sebelumnya, kajian ini menyusun kerangka konseptual yang menempatkan persepsi etika (X_1) dan self control (X_2) sebagai dua faktor yang diduga berhubungan dengan pola penggunaan media sosial yang bertanggung jawab (Y) di kalangan mahasiswa. Persepsi etika berperan sebagai dimensi kognitif yang membentuk pemahaman mengenai benar dan salah, sedangkan self control berperan sebagai dimensi regulatif yang memungkinkan pemahaman tersebut terwujud menjadi tindakan nyata. Kerangka ini juga mengakomodasi kemungkinan keterkaitan antara kedua variabel bebas tersebut, mengingat literatur menunjukkan bahwa nilai dan keyakinan pribadi — salah satu faktor pembentuk persepsi etika — turut menjadi pedoman internal bagi kemampuan self control seseorang (lihat Gambar 1).



Gambar 1. Kerangka Konseptual Kajian

F. Proposisi Kajian

Berdasarkan kerangka konseptual pada Gambar 1, kajian ini merumuskan tiga proposisi sebagai dasar bagi pengujian empiris pada tahap penelitian selanjutnya.

Proposisi 1 (P1): Persepsi etika diduga berhubungan dengan pola penggunaan media sosial yang bertanggung jawab di kalangan mahasiswa. Mahasiswa yang memiliki pemahaman etis yang baik mengenai tanggung jawab, kejujuran, penghormatan privasi, dan kepatuhan terhadap norma digital cenderung lebih berhati-hati dalam berinteraksi di media sosial (Nana et al., 2025; Harahap et al., 2024).

Proposisi 2 (P2): Self control diduga berhubungan dengan pola penggunaan media sosial yang bertanggung jawab di kalangan mahasiswa. Kemampuan menahan dorongan impulsif, mengelola emosi, mengatur waktu, dan mempertimbangkan konsekuensi sebelum bertindak memungkinkan mahasiswa menggunakan media sosial secara lebih bijaksana dan produktif (Chairiyah et al., 2025; Oktaviani et al., 2025).

Proposisi 3 (P3): Persepsi etika dan self control diduga saling berkaitan dan secara bersama-sama (simultan) berhubungan dengan pola penggunaan media sosial mahasiswa. Proposisi ini berangkat dari argumen bahwa pemahaman etis yang baik belum tentu terwujud menjadi perilaku yang etis apabila tidak disertai kemampuan pengendalian diri yang memadai; sebaliknya, kemampuan pengendalian diri akan lebih terarah apabila dilandasi oleh pemahaman etis yang kuat (Djamil, 2023). Dengan demikian, self control diduga berperan sebagai mekanisme yang menjembatani pemahaman etis (persepsi etika) menjadi perilaku digital yang nyata.

Ketiga proposisi tersebut sejalan dengan dan memperluas temuan penelitian terdahulu yang menunjukkan hubungan positif antara etika digital dan kontrol diri (Azzahra et al., 2022), dengan menempatkan persepsi etika dan self control secara berpasangan pada konteks mahasiswa sebagai kelompok yang relatif lebih matang namun tetap rentan terhadap tekanan sosial digital dibandingkan kelompok pelajar usia sekolah menengah.

KESIMPULAN

Kajian konseptual ini menyimpulkan bahwa persepsi etika dan self control merupakan dua konstruk psikologis yang saling melengkapi dalam membentuk perilaku penggunaan media sosial yang bertanggung jawab di kalangan mahasiswa. Persepsi etika berperan sebagai landasan kognitif yang membentuk pemahaman mengenai benar dan salah dalam aktivitas digital, sedangkan self control berperan sebagai mekanisme regulatif yang memungkinkan pemahaman tersebut terwujud secara konsisten dalam tindakan nyata. Melalui sintesis teori dan pemetaan terhadap tiga penelitian terdahulu, kajian ini menyusun kerangka konseptual yang menempatkan kedua variabel tersebut sebagai faktor yang diduga berhubungan — baik secara parsial maupun simultan — dengan pola penggunaan media sosial mahasiswa, serta merumuskan tiga proposisi (P1, P2, P3) sebagai dasar pengujian empiris lanjutan.

Secara teoretis, kajian ini memberikan kontribusi pada literatur psikologi sosial, psikologi pendidikan, dan literasi digital dengan menawarkan kerangka yang memosisikan persepsi etika — bukan etika digital secara umum — sebagai variabel yang berpasangan dengan self control pada konteks mahasiswa. Secara praktis, sintesis ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perguruan tinggi dalam merancang program literasi digital dan pendidikan karakter, bagi mahasiswa dalam meningkatkan kesadaran etis dan kemampuan pengendalian diri saat bermedia sosial, serta bagi peneliti selanjutnya yang hendak menguji proposisi-proposisi tersebut secara empiris.

Kajian ini memiliki keterbatasan karena bersifat konseptual dan belum menyajikan pengujian data primer, sehingga proposisi yang dirumuskan masih bersifat dugaan teoretis yang perlu diverifikasi secara empiris. Sebagai tindak lanjut, kerangka dan proposisi ini direncanakan untuk diuji secara kuantitatif melalui pendekatan korelasional dan analisis regresi linear berganda pada populasi mahasiswa Program Studi Akuntansi Syariah IAIN Parepare, dengan menggunakan kuesioner berskala Likert yang disusun berdasarkan indikator-indikator yang telah disintesis pada bagian Hasil dan Pembahasan. Penelitian

lanjutan juga disarankan memperluas cakupan subjek ke program studi atau perguruan tinggi lain, serta mempertimbangkan pendekatan kualitatif untuk menggali secara mendalam pengalaman mahasiswa dalam mengelola etika dan pengendalian diri di ruang digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Adadi, N., Andini, E. A., & Faquhuddin, A. (2024). Analisis Persepsi Mahasiswa Terhadap Penggunaan Bahasa Kasar dalam Perspektif Islam di Lingkungan Sosial Kampus. *MAUIZOH: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi*, 9(2), 110–127.
- Aini, R. (2025). Pengaruh media sosial terhadap regulasi emosi pada anak usia dini: Tinjauan sistematis. *At-Tarbiyah: Jurnal Penelitian dan Pendidikan Agama Islam*, 3(1), 74–79.
- Aldi, M., Ali, M. P. C., Apriyanka, D., Rizki, R., & Panorama, M. (2025). Pengaruh Self-Control dan Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Secara Online Bagi Mahasiswa Ekonomi Syariah. *EKONOMIKA45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 13(1), 1017–1029.
- Alfazri, M., & Syahputra, J. (2024). Literasi digital dan etika komunikasi dalam konteks media sosial. *Jurnal Syiar-Syiar*, 4(2), 50–62.
- Asmuni, H., & Irawan, V. W. E. (2025). Peran Media Sosial dalam Membentuk Persepsi Keagamaan di Kalangan Generasi Muda. *MOMENTUM: Jurnal Sosial dan Keagamaan*, 14(1), 90–99.
- Azzahra, F. K., Muti'ah, T., & Budiarto, S. (2022). Kontrol diri dalam media sosial ditinjau dari etika digital. *Jurnal Spirits*, 12(2), 72–77.
- Batee, M. M. (2019). Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian di toko kaos Nias Gunungsitoli. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 2(2), 313–324.
- Bisri, M. H., & Asmoro, B. T. (2019). Etika pelayanan publik di Indonesia. *Journal of Governance Innovation*, 1(1), 59–76.
- Bu'ulolo, W., & Hulu, M. K. (2025). Peran media sosial dalam meningkatkan atau menghambat produktivitas mahasiswa. *Jurnal Ilmu Ekonomi, Pendidikan dan Teknik*, 2(1), 51–59.
- Chairiyah, U., Kharisma, U., El Zahiyah, S., & Fadilah, W. N. (2025). *Media sosial, komunikasi massa, dan tantangan konseling remaja*. PT Penerbit Qriset Indonesia.
- Djamil, N. (2023). Pelanggaran prinsip etika audit dalam dysfunctional audit behavior. *JAAMTER: Jurnal Audit Akuntansi Manajemen Terintegrasi*, 1(3), 164–177.
- Fahmi, D. (2020). *Persepsi: Bagaimana sejatinya persepsi membentuk konstruksi berpikir kita*. Anak Hebat Indonesia.
- Fauzy, A., & Pangestika, M. A. (2026). Analisis pengaruh self control dan religiusitas terhadap perilaku keuangan santri. *Integrative Perspectives of Social and Science Journal*, 3(2), 893–900.
- Fitrianingsih, F. (2025). Persepsi generasi muda terhadap keberagaman agama dan nilai moral. *Journal for Education and Sharia*, 1(2), 19–24.

- 424 Hamama, S. (2024). Etika komunikasi dalam media sosial: Tantangan dan solusinya. *Jurnal Selasar KPI:*
425 *Referensi Media Komunikasi dan Dakwah*, 4(2), 182–197.
- 426 Harahap, A. S., Nabila, S., Sahyati, D., Tindaon, M., & Batubara, A. (2024). Pengaruh media sosial
427 terhadap perilaku etika remaja di era digital. *Indonesian Culture and Religion Issues*, 1(2), 9.
- 428 Harahap, S. Z., Juledi, A. P., Munthe, I. R., Nasution, M., & Irmayani, D. (2023). Penyuluhan etika dan
429 attitude bermedia sosial di usia remaja pada tingkat sekolah menengah atas. *Ika Bina En Pabolo:*
430 *Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 83–93.
- 431 Hayati, S., & Aidin, N. (2025). Storytelling berbasis ethical digital literacy: Strategi literasi digital remaja
432 di era media sosial. *Inovasi Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 87–100.
- 433 Jayanti, F. A. N. (2019). Persepsi mahasiswa terhadap pelayanan perpustakaan Universitas Trunojoyo
434 Madura. *Competence: Journal of Management Studies*.
- 435 Kholil, S. (2025). Stimulus kultivasi pada media sosial dalam mempengaruhi kecenderungan
436 komunikasi generasi Z. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 6(1), 719–728.
- 437 Kool, W., Shenhav, A., & Botvinick, M. M. (2017). Cognitive control as cost-benefit decision making.
438 *The Wiley Handbook of Cognitive Control*, 167–189.
- 439 Kuraesin, S., Arifin, T., & Fauzia, I. (2025). Analisis hukum Islam terhadap perlindungan hak atas privasi
440 dalam Pasal 12 The Universal Declaration of Human Rights. *IN RIGHT: Jurnal Agama dan Hak Azazi*
441 *Manusia*, 14(1), 157–178.
- 442 Latifa, D., Ardi, Z., Hariko, R., & Zola, N. (2025). Kontrol diri mahasiswa dalam menggunakan media
443 sosial ditinjau dari tingkat regulasi emosi. *Edu Research*, 6(4), 3522–3531.
- 444 Mas'ud, F., Jeluhur, H., Negat, K., Tefa, A., Uly, M., & Amtiran, M. (2025). Etika dalam media sosial
445 antara kebebasan ekspresi dan tanggung jawab digital. *Jimmi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*
446 *Multidisiplin*, 2(2), 235–246.
- 447 Melati, R., & Aisyah, S. N. (2024). Literature review: Analisis pengaruh sifat Machiavellianisme, etika
448 dan tanggung jawab sosial terhadap pengambilan keputusan etis konsultan pajak. *Journal of*
449 *Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 1(2), 256–269.
- 450 Mursidah, M. (2025). Etika bisnis Islam dalam hubungan produsen dan konsumen: Kajian terhadap
451 prinsip kejujuran dan transparansi. *The Journal of Islamic Economics and Business (JOEBIS)*, 1(1),
452 69–84.
- 453 Muslim, A., Fauzi, A., & Tuzaroh, F. (2024). *Media sosial dalam perspektif mahasiswa*. Penerbit NEM.
- 454 Nana, K. R., Mas'ud, F., Gemian, S. B., Sanung, F., Keba, A. D., & Jelita, M. T. (2025). Etika media sosial
455 dan implikasinya bagi individu dan masyarakat. *Jimmi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Multidisiplin*,
456 2(3), 288–299.
- 457 Nazariskina, N., & Selian, S. N. (2025). Dinamika kontrol diri pada remaja yang mengalami kecanduan
458 media sosial. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 2(5), 682–689.
- 459 Oktaviani, N., Rahman, A., & Oktavia, S. (2025). Hubungan kontrol diri dengan kecanduan media sosial
460 pada siswa sekolah menengah pertama. *Jurnal Keperawatan Bunda Delima*, 7(2), 182–188.

- 461 Pratiwi, R. B. A., Krisphianti, Y. D., & Hanggara, G. S. (2025). Self control pada peserta didik. *Prosiding*
462 *Konseling Kearifan Nusantara (KKN)*, 4, 489–496.
- 463 Putri, A. P., & Setyawati, S. P. (2025, Juli). Pentingnya memahami kondisi kontrol diri siswa pembolos.
464 *Prosiding SEMDIKJAR (Seminar Nasional Pendidikan dan Pembelajaran)*, 8, 1074–1079.
- 465 Putri, R. A., Alhadi, M. N., & Prasetyo, B. (2025). Analisis yuridis tentang pencemaran nama baik
466 sebagai bentuk penyalahgunaan hak kebebasan berpendapat di media elektronik (studi kasus
467 selebgram Medina Zein). *Jurnal Retentum*, 7(1), 120–131.
- 468 Qadir, A., & Ramli, M. (2024). Media sosial (definisi, sejarah dan jenis-jenisnya). *Al-Furqan: Jurnal*
469 *Agama, Sosial, dan Budaya*, 3(6), 2713–2724.
- 470 Rahmah, P., Putri, M., & Utami, A. S. (2023). Hubungan antara kontrol diri dengan kecanduan media
471 sosial pada remaja. *Jurnal Keperawatan Jiwa*, 11(4), 859–866.
- 472 Rahman, F. A., Rohmah, M., Rustiani, S., Fatmawati, I. Y., & Zahro, N. A. D. S. (2023). Pendidikan
473 karakter dalam era digital: Bagaimana teknologi mempengaruhi pembentukan moral dan etika.
474 *Journal of Creative Student Research*, 1(6), 294–304.
- 475 Sa'idi, A., Putri, J. E., Janah, A. N. M., & Kabib, N. (2024). Faktor internal dalam persepsi mahasiswa
476 mengenai perilaku tidak etis akuntan. *Jurnal Akuntansi dan Audit Syariah (JAAiS)*, 5(2), 125–137.
- 477 Sari, P. A. (2018). Pengaruh pendidikan etika terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi. *EL*
478 *MUHASABA: Jurnal Akuntansi (e-Journal)*, 9(2), 38–53.
- 479 Sore, A. V. (2019). Persepsi masyarakat tentang keberadaan juru parkir liar di Pasar Segiri & Samarinda
480 Square Kecamatan Samarinda Ulu. *E-Journal Sosiatri-Sosiologi*, 7(1), 103–115.
- 481 Umbara, F. W. (2021). User generated content di media sosial sebagai strategi promosi bisnis. *Jurnal*
482 *Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 4(2), 572–581.
- 483 Wullur, S. S., Lonto, A. L., & Biringan, J. (2026). Pelanggaran norma etika dan moral dalam kehidupan
484 bermasyarakat (studi kasus pada remaja di Desa Mapanget Kecamatan Talawaan Kabupaten
485 Minahasa Utara). *Turnoutou Social Science Journal*, 3(1), 142–151.
- 486 Yaqin, M. A., & SP, M. (2025). *Etika digital dalam pembelajaran: Membangun karakter dan etika di*
487 *dunia pendidikan*. Basya Media Utama.
- 488 Yudhayana, S. W., & Aziz, A. S. (2024). Pentingnya kesadaran hukum dalam dinamika sosial di
489 masyarakat. *LEGALITAS: Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum*, 9(1), 79–96.
- 490