

Komunikasi Sosial Dalam Media Sosial (Kajian Etika Komunikasi Remaja di Media Sosial)

Mohammad Fahreza Sunni

Universitas Prof. Dr. Hamka

fahreza@gmail.com

Muhammad Nashih Ulwan

Universitas Prof. Dr. Hamka

nashih@gmail.com

Dicky Arya Ferdian

Universitas Prof. Dr. Hamka

dicky@gmail.com

Rizal Istofik*

Universitas Prof. Dr. Hamka

rizarzal@gmail.com

*korespondensi penulis

Abstract

One of the technologies that has become the main pillar in the development of the industrial revolution is the internet. This technology is growing rapidly, has very sophisticated features and makes it easier for humans to access or carry out an activity. Communication that used to be done face-to-face and using manual tools, has now become very easy. Communication does not have to be done face to face or using manual tools such as letters. With computers and smartphones, humans can communicate with anyone without having to meet in person. It is feared that the development of communication technology will shift ethics in communication. Besides having many good benefits, this virtual communication also has a bad impact on humans. Among them forming an individualistic person and can cause a crisis of social communication, especially in the younger generation. The research in this paper uses a qualitative descriptive research type. Descriptive research is intended to collect detailed actual information that describes existing symptoms, identify problems or examine prevailing conditions and practices, make comparisons or evaluations, determine what others have done in facing the same problem and learn from their experiences to determine future and decisions. The results of the study illustrate that how is the ethics of communication among adolescents, especially women, on social media. Both as a communicator and communicant. Communication ethics that are not good make debates that end in insulting each other. If communication is conveyed with sentences that are impolite, rude, and far from moral values, especially when conveyed on social media which are very heterogeneous in nature, it will produce something that is not useful and can even provoke and result in conflict.

Keywords:

Social Media; Ethics; Youth

Abstrak

Teknologi yang menjadi pilar utama dalam perkembangan revolusi industri salah satunya adalah internet. Teknologi ini semakin berkembang pesat, memiliki fitur-fitur yang sangat canggih dan memudahkan manusia dalam mengakses atau melakukan suatu kegiatan. Komunikasi yang dahulunya masih dilakukan secara tatap muka dan menggunakan alat-alat manual, kini berubah menjadi sangat mudah. Komunikasi tidak harus dilakukan dengan tatap muka atau menggunakan alat manual seperti surat. Dengan adanya komputer dan *smartphone* manusia bisa berkomunikasi dengan siapa saja tanpa harus bertemu langsung. Perkembangan teknologi komunikasi ini dikhawatirkan akan menggeser etika dalam berkomunikasi. Selain memiliki banyak manfaat yang baik, komunikasi virtual ini juga memiliki dampak yang kurang baik bagi manusia. Diantaranya membentuk menjadi pribadi yang individualis serta dapat menimbulkan krisis komunikasi sosial terutama pada generasi muda. Penelitian dalam paper ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif ditujukan untuk mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku, membuat perbandingan atau evaluasi, menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang. Dari hasil penelitian menggambarkan bahwa bagaimana etika komunikasi remaja khususnya perempuan di media social. Baik ketika menjadi komunikator maupun komunikan. Etika komunikasi yang tidak baik menjadikan perdebatan yang berujung saling menghina. Bila komunikasi disampaikan dengan kalimat yang tidak sopan, kasar, dan jauh dari nilai moral terlebih disampaikan di media social yang sifatnya sangat heterogen, maka akan menghasilkan sesuatu yang tidak bermanfaat bahkan dapat memprovokasi dan mengakibatkan terjadinya konflik

Kata Kunci :
Media sosial; Etika; Remaja

Pendahuluan

Laju perkembangan informasi dan teknologi dalam bingkai globalisasi yang semakin pesat turut berpengaruh pada meningkatnya penggunaan media social dalam masyarakat. Beberapa media sosial yang berkembang saat ini, seperti facebook, instagram, dan twitter, telah melahirkan gaya hidup baru dalam kehidupan sosial bermasyarakat. Dengan menggunakan media sosial, seseorang dapat menjalin pertemanan dan saling berinteraksi dengan siapapun, kapanpun, dan dimanapun.

Lebih lanjut Mansyur menjelaskan bahwa di Indonesia media sosial menjadi media paling populer digunakan semua lapisan masyarakat untuk berkomunikasi. Merujuk pada hasil survei. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2016, pengguna internet di Indonesia telah mencapai 132,7 juta orang, dan facebook menjadi konten media sosial yang paling sering dikunjungi, yakni sebesar 54%, disusul instagram, youtube, dan twitter. Adapun hubungan komunikasi dengan media sosial adalah sangat erat karena dengan adanya media sosial maka komunikasi menjadi semakin cepat dan mudah untuk dilakukan, baik itu berkomunikasi dengan cara chatting (pesan tulisan), telepon, ataupun dengan panggilan video.

Disadari atau tidak, kehadiran media baru khususnya media sosial telah memberikan pengaruh yang sangat besar dalam kehidupan manusia sebagai seorang individu maupun masyarakat secara umum. Kehadiran teknologi informasi dan komunikasi baru telah mengubah perilaku manusia dalam menggunakan teknologi. Hal ini mengakibatkan manusia menemukan cara-cara baru dalam pencarian informasi yang dilakukan tidak hanya melalui komunikasi dua arah dan proses komunikasi simetris (anggota komunikasi yang berinteraksi dapat berinteraksi secara real time dan setiap partisipan secara simultan berperan sebagai pengirim pesan dan penerima pesan).

Teknologi yang menjadi pilar utama dalam perkembangan revolusi industri salah satunya adalah internet. Teknologi ini semakin berkembang pesat, memiliki fitur-fitur yang sangat canggih dan memudahkan manusia dalam mengakses atau melakukan suatu kegiatan. Perangkat yang digunakan untuk mengakses internetpun mengalami perkembangan yang sangat pesat. Komputer yang semakin canggih hingga sekarang disebut dengan supercomputer, selain komputer telepon genggam yang dahulu manual sekarang berubah menjadi smart phone (telepon pintar). Perkembangan teknologi dan informasi turut mengubah kehidupan manusia menjadi modern. Hal ini berdampak pula pada berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi antar manusia di berbagai belahan bumi. Komunikasi yang dahulunya masih dilakukan secara tatap muka dan menggunakan alat-alat manual, kini berubah menjadi sangat mudah. Dengan adanya komputer dan smartphone manusia bisa berkomunikasi dengan siapa saja tanpa harus bertemu langsung. Menurut Ayu dalam Prasanti mengatakan bahwa media telah menjadi bagian dari eksistensi manusia sejak manusia itu ada. Manusia sendiri merupakan media yang memiliki kemampuan untuk menyampaikan informasi dan perasaan melalui bagian-bagian tubuhnya. Lalu manusia pun sadar bahwa ia memiliki keterbatasan sehingga manusia mulai memikirkan sehingga manusia mulai memikirkan cara-cara baru dalam menyampaikan pesan, maka ditemukanlah media.

Media untuk menyampaikan pesan ini pun berkembang dari media yang hanya bersifat interpersonal menjadi media massa. Di era modern seperti sekarang ini, media massa menjadi salah satu yang sering dibicarakan. Hal ini dikarenakan peranannya yang sangat penting dan begitu dibutuhkan oleh manusia. Komunikasi massa merupakan suatu bentuk komunikasi yang memanfaatkan saluran media baik cetak, elektronik, maupun media cyber (online).

Saluran tersebut berguna dalam menghubungkan pihak komunikator dengan komunikan secara bersamaan. Media komunikasi yang digunakan manusia di era industri 4.0 sebagian besar beralih ke produk digital. Media tersebut lebih dikenal dengan sebutan media jejaring sosial ataupun media sosial. Di Indonesia, pengguna aktif media sosial terbanyak adalah kaum remaja khususnya remaja perempuan. Bahkan tidak sedikit dari mereka yang memiliki lebih dari satu akun media sosial seperti facebook, twitter, maupun instagram. Media sosial tersebut digunakan membangun komunikasi dan bergaul dengan orang lain bahkan sampai lintas negeri. Banyak pula yang menggunakan media sosial tersebut untuk berjualan online hingga untuk kegiatan social. Perkembangan teknologi komunikasi ini dikhawatirkan akan menggeser etika

1Prasanti, Ditha "Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan". *Jurnal Lontar* Vol.6 No.1 Januari-Juni 2018.

dalam berkomunikasi. Selain memiliki banyak manfaat yang baik, komunikasi virtual ini juga memiliki dampak yang kurang baik bagi manusia. Diantaranya membentuk menjadi pribadi yang individualis serta dapat menimbulkan krisis komunikasi sosial terutama pada generasi muda.

Sosial media bagi seorang remaja seperti menjadi acuan hidup dan pandangan hidup dalam beraktifitas terutama dalam berkomunikasi. Fenomena diatas mendorong peneliti untuk mengkaji fenomena perkembangan teknologi komunikasi dikalangan remaja khususnya remaja perempuan di era industri 4.0. Selain itu, paper ini juga akan melihat bagaimana perilaku komunikasi remaja perempuan melalui media sosial. Tujuan dari paper ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana etika komunikasi remaja melalui media sosial di era industri 4.0. Media Sosial:

Metode

Penelitian dalam paper ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif ditujukan untuk mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku, membuat perbandingan atau evaluasi, menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang.²

Penelitian ini berusaha untuk menjelaskan etika komunikasi remaja perempuan melalui media social di era 4.0. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer berupa pengamatan terhadap akun-akun instagram baik akun publik figur, akun infotainment, akun berita, dan akun pengguna pribadi. Untuk data sekunder, peneliti mengambil data dari beberapa literatur pengetahuan mengenai studi etika komunikasi dan media, foto, ataupun gambar yang diperlukan. Sedangkan untuk analisis data, penelitian ini menggunakan analisis data model interaktif dari Miles dan Huberman. Teknik analisis ini pada dasarnya terdiri dari tiga komponen yakni: reduksi data (data reduction), penyajian data (data display), dan penarikan serta pengujian kesimpulan (*drawing and verifying conclusions*).

Miles dan Huberman dalam Pawito³ lebih lanjut menerangkan komponen pertama dalam model interaktifnya yakni reduksi data, bukan asal membuang data yang tidak diperlukan. Melainkan merupakan upaya yang dilakukan oleh peneliti selama analisis data dilakukan dan merupakan langkah yang terpisah dari analisis data. Langkah pertama dalam reduksi data melibatkan langkah-langkah editing, pengelompokan, dan meringkas data. Langkah kedua, peneliti menyusun kodekode dan catatan-catatan (memo) mengenai berbagai hal, termasuk yang berkenaan dengan kativitas serta proses-proses sehingga peneliti dapat menemukan tema-tema, kelompok-kelompok, dan pola-pola data.

Komponen terakhir dari model interaktif Miles dan Huberman, adalah penarikan kesimpulan. Peneliti pada dasarnya mengimplementasikan prinsip induktif dengan mempertimbangkan pola-pola data yang ada dan atau kecenderungan dari

2 Jalaludin Rahmad. "Metode Penelitian Komunikasi, Dilengkapi Contoh Analisis dan Penafsirannya". PT. Remaja Rosda Karya, Bandung. 2017.

3 Pawito, "Penelitian Komunikasi Kualitatif". Yogyakarta: LKIS, 2007. 104

display data yang telah dibuat. Ada kalanya kesimpulan telah tergambar sejak awal, namun kesimpulan final tidak pernah dapat dirumuskan secara memadai tanpa peneliti menyelesaikan analisis seluruh data yang ada. Peneliti dalam kaitan ini masih harus mengkonfirmasi, mempertajam, atau mungkin merevisi kesimpulan-kesimpulan yang telah dibuat untuk sampai pada kesimpulan final berupa proposisi-proposisi ilmiah mengenai gejala atau realitas yang diteliti.⁴

Hasil dan Diskusi

Peran dan Dampak Era Modern

Media sosial merupakan produk nyata perkembangan teknologi khususnya internet. Media ini memudahkan manusia dalam berkomunikasi dan berinteraksi melalui jaringan online. Oleh karenanya interaksi dilakukan tidak harus tatap muka, cukup menggunakan teknologi seperti smartphone atau smartcomputer. Kaplan dan Haenlein menjelaskan “media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun diatas dasar ideology dan teknologi web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content.⁵ Lebih lanjut mereka menjelaskan istilah web 2.0 digunakan secara khusus untuk menjelaskan teknologi semacam wikis, weblogs, dan media internet lainnya, dan web 2.0 ini penting untuk media sosial karena mampu mempercepat pertumbuhan dari media sosial itu sendiri. Pengertian diatas menegaskan mengenai canggihnya perkembangan internet sebagai produk teknologi khususnya media sosial. Tidak terbantahkan bahwa media sosial sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat di era modern, akan tetapi media sosial menghapus batasan ruang, waktu, dan pelaku komunikasi. Media sosial memiliki kelebihan dibandingkan dengan media konvensional. Seperti yang dipaparkan oleh Bernardalloy, yang menyatakan kelebihan media sosial diantaranya : kesederhanaan, membangun hubungan, jangkauan global, dan terukur.⁶

Selain pendapat dari Bernadalloy, Aljawi dan Muklason menjelaskan memaparkan dampak positif dan negatif penggunaan media sosial diantaranya:⁷

Dampak positif : semakin mudahnya berinteraksi dengan orang lain, sebagai media berbagai informasi, sebagai media diskusi, sebagai media promosi, dan sebagai sarana hiburan.

⁴ Ibid. 106

⁵Curran, J & Lennon, R. *Social Networks and Old User: An Examination Attitudes and Usage Intention*. (http://www.businessjournalz.org/articlepdf/CMR_2103apr.pdf), 2011.

⁶ Bernardalloy, <http://bernardalloy.blogspot.com/p/bab-2.html>, diakses pada tanggal 27 November 2019).

⁷Muklason, A. “Jejaring Sosial Dan Dampak Bagi Penggunaanya”. *Journal.www.unipdu.ac.id. Vol.1 No.1 2011*.

Dampak negatif : Kurangnya interaksi dengan dunia luar, Marak terjadi penipuan, Pencurian data pribadi, Batasan ranah pribadi (privasi) semakin kabur, Membuat kecanduan, Pornografi, dan maraknya penyebaran berita palsu (hoax). dari media sosial itu sendiri.

Dampak positif : semakin mudahnya berinteraksi dengan orang lain, sebagai media berbagai informasi, sebagai media diskusi, sebagai media promosi, dan sebagai sarana hiburan.

Dampak negatif : Kurangnya interaksi dengan dunia luar, Marak terjadi penipuan, Pencurian data pribadi, Batasan ranah pribadi (privasi) semakin kabur, Membuat kecanduan, Pornografi, dan maraknya penyebaran berita palsu (hoax).

Etika Komunikasi dan Etika Media

Secara etimologis, kata “Etika” berasal dari bahasa Yunani “ethos”. Kata yang berbentuk tunggal ini berarti “adat atau kebiasaan”. Bentuk jamaknya “ta etha” atau “ta ethe” artinya adat kebiasaan, sehingga etika merupakan sebuah teori tentang perbuatan manusia, yang ditimbang menurut baik dan buruknya atau sebuah ilmu yang menyelidiki mana yang baik dan mana yang buruk, dengan memperhatikan akal pikiran.⁸ Dengan demikian etika komunikasi adalah ilmu yang memperhatikan baik buruknya cara berkomunikasi. Etika komunikasi memperhatikan kejujuran dan terus terang, keharmonisan hubungan, pesan yang tepat, menghindari kecurangan, konsistensi antara pesan verbal maupun non-verbal serta memperhatikan apakah para komunikator memotong suatu pembicaraan atau tidak.

Etika komunikasi menjadi sangat penting ketika berkomunikasi dalam sebuah komunitas, komunitas menurut Wengner⁹ sebagaimana dibahas oleh Mufid adalah sekelompok orang yang saling berbagi lingkungan, perhatian, masalah, serta memiliki keterkaitan atau kegemaran yang sama terhadap suatu topik. Etika komunikasi tidak hanya berkaitan dengan tutur kata yang baik tetapi juga berangkat dari niat yang tulus yang diekspresikan dari ketenangan, kesabaran dan empati kita dalam berkomunikasi.¹⁰ Sehingga bentuk komunikasi demikian akan menciptakan suatu komunikasi dua arah yang mencirikan penghargaan, perhatian dan dukungan timbal balik antara pihak-pihak yang berkomunikasi. Etika media lebih bersifat institusional daripada bersifat publik, misalnya kode etik jurnalistik dibuat untuk menjaga kredibilitas wartawan dan pekerja media dengan menerapkan standar profesi kewartawanan yang harus dipatuhi.

Shoemaker dan Reese mengemukakan pendapatnya mengenai etika komunikasi massa yaitu: 1) tanggung jawab; 2) kebebasan pers; 3) masalah etis; 4) ketepatan dan objektivitas dan 5) tindakan adil untuk semua orang.¹¹ Dengan

⁸ Mufid, Muhammad. *“Etika dan filsafat komunikasi”*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009.

⁹ *ibid*

¹⁰ Curran, J & Lennon, R. *Social Networks and Old User: An Examination Attitudes and Usage Intention*. ([http://www.businessjournalz.org /articlepdf/CMR_2103apr.pdf](http://www.businessjournalz.org/articlepdf/CMR_2103apr.pdf)), 2011.

¹¹ Nurudin. *“Perkembangan Teknologi Komunikasi”*. Rajawali Pers, Jakarta. 2017

demikian, dalam era globalisasi ini media mempunyai tanggung jawab terhadap para khalayak yang mengkonsumsinya yang dapat disebut sebagai etika media massa,¹² yang dapat dirumuskan sebagai berikut: 1. Media harus menyajikan pemberitaan yang benar, komprehensif dan cerdas. 2. Media harus berperan sebagai forum pertukaran pendapat, komentar dan kritik. 3. Media harus menyajikan gambaran khas dari setiap kelompok masyarakat. 4. Media harus selalu menyajikan dan menjelaskan tujuan dan nilai-nilai masyarakat. 5. Media harus membuka akses ke berbagai sumber informasi.

Etika Komunikasi Remaja di Media Sosial

Pada era sekarang manusia diberikan berbagai macam kemudahan dalam mengakses informasi. Hanya dengan media komunikasi berupa *smartphone* atau *smartcomputer* Kita bias mengakses segala macam informasi baik berupa berita maupun gambar di lintas negara. Media komunikasi yang saat ini digemari oleh masyarakat adalah media sosial seperti facebook, twitter, instagram, dan lain-lain. Media sosial digunakan sebagai ajang berkomunikasi dan juga untuk eksistensi diri. Media sosial pada prinsipnya memiliki manfaat yang sangat banyak. Media sosial diciptakan agar komunikasi lebih mudah, terutama di era industri 4.0 dengan teknologi yang semakin mutakhir. Proses komunikasi melalui media komunikasi semakin canggih dengan fitur-fitur yang juga semakin canggih. Media sosial ini akan berdampak buruk apabila terjadi penyalahgunaan dalam menggunakannya. Dampak buruk tersebut dapat ditinjau dari beberapa aspek, seperti aspek psikologis, kesehatan, maupun sosial. Dalam aspek sosial, dampak yang sering kita lihat adalah semakin berkurangnya interaksi sosial secara langsung. Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara dengan 5 mahasiswi dengan rentan usia 17 sampai 20 tahun dan dengan kriteria pengguna aktif media sosial, dari keseluruhan responden mengatakan bahwa mereka lebih merasa ekspresif bila berkomunikasi melalui media sosial.

Akan tetapi, untuk masalah pribadi, mereka merasa aman bila berkomunikasi secara langsung dengan teman atau saudara yang mereka percayai. Hal ini dikarenakan mereka tidak ingin cerita pribadi dan mereka anggap rahasia terekam jejaknya di dunia digital. Selain itu mereka juga tidak ingin lawan bicara menyebarkan cerita pribadi ke orang lain dengan melampirkan bukti berupa *screenshoot* hasil percakapan. Responden lain mengatakan bahwa dirinya merasa lebih berani berbicara dan berekspresi melalui media sosial, karena bila berkomunikasi secara tatap muka terkadang membuat mereka grogi. Keadaan semacam ini terjadi ketika berhadapan dengan seseorang yang sudah lama tidak bertemu, atau dengan seseorang yang dianggap memiliki status lebih tinggi daripada dirinya. Dalam hal menuliskan pesan, terdapat beberapa perbedaan dari responden. Misalnya pernyataan dari responden berinisial NZ. Responden ini menggunakan media sosial instagramnya untuk menawarkan jasa makeup, sehingga sebisa mungkin responden ini menggunakan kalimat yang sopan dan halus. Dia menganggap setiap netizen yang berkomentar di kolom instagramnya adalah calon konsumen, sehingga sebisa mungkin dia memberikan servis yang baik, walaupun terkadang Cuma sekedar bertanya atau terkadang berkomentar yang kurang menyenangkan.

12 Komala, Lukiati. "Ilmu Komunikasi: Perspektif, Proses, dan Konteks". Bandung. 2009

Berbeda halnya dengan responden berinisial SL, responden ini mengatakan komentar yang dia tuliskan di media sosialnya tergantung dengan mood. Biasanya dia akan terpancing emosi jika ada yang berkomentar tidak baik terlebih dahulu.

*“aku sih tergantung komentar sebelumnya. Misalnya saja ketika aku buka akun dari artis korea yang kebetulan aku ngefans sama dia, kalau ada yang duluan maki-maki biasanya aku nggak langsung terpancing, sebisa mungkin masih ditahan, tapi kalau udah kelewatan yaudah deh..kadang kebablasan sampe ngomong kasar,hahaha...tapi kalau komentar sebelumnya ngebaik-baikin ya aku ikut ngebaikin juga”.*¹³

Pernyataan dari SL menggambarkan bahwa, komentar-komentar awal akan mempengaruhi komentar selanjutnya bila dari awal komentar bagus biasanya akan diikuti komentar selanjutnya. Apabila terdapat satu komentar negatif didalamnya, biasanya akan tenggelam dengan komentar baik yang lebih banyak. Sebaliknya, bila dari awal komentar sudah terlihat menjelekkan, maka komentar selanjutnya akan semakin kasar bahkan terdapat komentar yang mengandung unsur makian.

Pola komunikasi para remaja ini, dapat kita maklumi karena memang masa remaja adalah masa transisi dimana sikap dan pemikiran juga mengalami transisi. Remaja biasanya juga terkenal dengan jiwanya yang berapi-api, jadi ketika tersulut sedikit akan mudah terpancing. Akan tetapi khususnya bagi remaja perempuan, terlihat lebih bisa mengendalikan diri daripada laki-laki, berdasar hasil wawancara dengan 5 (lima) responden, keseluruhannya mengatakan semaksimal mungkin selalu berusaha mengendalikan diri dan mengatur setiap kalimat yang akan mereka tuliskan di media sosial. Seperti yang disampaikan oleh responden DN yang menyatakan “aku biasanya setelah ngetik nggak langsung tak kirim, tak tak baca lagi terus dipikirkan kira-kira pantas nggak ya, gitu..”¹⁴

Hal senada juga ditambahkan oleh SL¹⁵ “aku juga gitu, jadi tiap ngetik walaupun udah dongkol banget tapi tetap tak liat-liat dulu kira-kira ini melampaui batas nggak ya”. Bila SL dan DN terkadang masih suka tersulut emosi dan berakibat perang komentar, berbeda halnya dengan GA dan NY yang memiliki pendapat lain. Seperti yang disampaikan oleh GA

*“kalau saya memilih nggak ikut-ikutan kalau udah terjadi perang komentar, tapi kalau komen ya..saya lebih yang kaya nasehat gitu, nggak usahlah saling ejek..kan nggak ada manfaatnya”*¹⁶. NY juga memiliki pemikiran yang sama “kalau saya ya biasa aja, komentar sepelelunya nggak yang gimana-gimana”¹⁷.

Respon dari GA dan NY, juga dimiliki, oleh beberapa remaja khususnya remaja perempuan. Tipe yang lebih memilih untuk diam dan tidak ikut-ikutan

¹³ Responden SL, 2019.

¹⁴ Responden DL (2019).

¹⁵ Responden SL

¹⁶ Responden GA

¹⁷ Responden NY

tersulut ketika terjadi perang komentar ataupun ejek-ejekan di dalam media sosialnya.

Dari hasil wawancara dan pengamatan beberapa akun media sosial dari remaja perempuan, keseluruhan responden masih memikirkan dan menimbang-nimbang apa yang akan mereka tulis di media social demi tetap menjaga etika dalam berkomunikasi dan etika dalam menggunakan media sosial. Mereka beranggapan walaupun perempuan terkadang lebih sensitif dari pada laki-laki dan terkesan suka mengobrol, akan tetapi dalam berkomunikasi di media social mereka lebih berhati-hati. Remaja perempuan juga terkesan sesuai mood, tergantung pada sikapnya. Bila suka akan dilakukan bila tidak suka akan mereka jauhi. Pembahasan diatas menggambarkan fenomena bagaimana komunikasi remaja perempuan di media social, dengan perkembangan teknologi yang melaju pesat. Remaja perempuan dilihat dari karakteristik sosialnya lebih sering membuka media sosial daripada laki- laki. Selain itu perempuan juga biasa dikatakan lebih aktif dalam berbicara dari pada laki-laki dalam bahasa sederhana perempuan diidentikkan dengan kata suka nggosip. Hal inilah yang menjadi perhatian khususnya bagi peneliti, untuk melihat penggunaan kalimat dalam komentar dan postingan.

Dari hasil wawancara, keseluruhan responden ,mengakui pernah menggunakan kalimat yang tidak berfaedah. Hal ini dikarenakan mereka terpancing dengan komentar-komentar sebelumnya. Atau ketika mereka berusaha menasehati justru malah ikut-ikutan diserang. Itulah yang membuat responden kebalasan dan terdorong untuk membalas. Walau demikian, seluruh responden mengakui lebih bahwa etika dalam berkomunikasi menjadi sangat penting terlebih ketika menggunakan sosial media. Responden juga masih menimbang-nimbang kaedah bahasa yang mereka gunakan ketika akan mempostingnya di media sosial. Mereka masih memperhatikan etika dan nilai kesopanan, dan tidak ingin postingan atau komentar mereka justru akan memprovokasi maupun menyakiti hati orang lain. Dilihat dari sebagian besar akun dari remaja perempuan, memang masih banyak yang tidak mengindahkan etika komunikasi dan etika bermedia. Masih terdapat beberapa akun di media social yang memposting sesuatu yang tidak pantas ataupun berkomentar yang kasar. Akan tetapi tidak sedikit pula remaja perempuan yang masih memperhatikan etika dan nilai kesopanan. Dalam menggunakan media sosial sebagai komunikasi yang bersifat heterogen dan berbagai macam dimensi social budaya maupun agama, etika komunikasi menjadi sangat penting untuk diperhatikan. Sesuai yang dikemukakan oleh Corry¹⁸, etika komunikasi tidak hanya berkaitan dengan tutur kata yang baik tetapi juga berangkat dari niat yang tulus yang diekspresikan dari ketenangan, kesabaran dan empati kita dalam berkomunikasi. Pernyataan tersebut menggambarkan bahwa etika komunikasi menjadi ukuran agar tidak menyampaikan pesan-pesan yang bersifat provokatif ataupun yang mampu menimbulkan perpecahan. Selain itu Shoemaker dan Reese mengemukakan pendapatnya mengenai etika komunikasi massa yaitu: 1) tanggung jawab; 2) kebebasan pers; 3) masalah etis; 4) ketepatan dan objektivitas dan 5) tindakan adil untuk semua orang.¹⁹ Pendapat tersebut menjelaskan bahawa media massa sebagai sumber informasi juga memiliki batasan dan etika agar mampu mendidik masyarakat dengan baik serta

18 Andy Corry Wardani, "Teori Komunikasi Massa" PT. INDEKS, 2008.

19 Nurudin. 2017. "Perkembangan Teknologi Komunikasi" Rajawali Pers, Jakarta.

menjauhkan dari perpecahan hanya karena berita yang belum teruji kebenarannya.

Hal ini semakin mempertegas bahwa mengonsumsi media sosial yang bersifat massa atau heterogenpun harus tetap memperhatikan batasan dan etika. Dalam menggunakan media sosial hendaknya juga harus bijak, tetap memperhatikan nilai-nilai kebenaran dan kesopanan. Postingan maupun komentar yang akan disebar di media sosial hendaknya ditimbang terlebih dahulu, apakah telah sesuai dengan etika atau justru malah akan menambah masalah.

Penutup

Revolusi industri 4.0 ditandai dengan berkembang pesatnya teknologi dan informasi. revolusi industri memberikan kemudahan pada manusia khususnya dalam perkembangan teknologi. Konsep penerapan dari era ini adalah otomatisasi yang dilakukan oleh teknologi tanpa memerlukan tenaga kerja manusia dalam proses pengaplikasiannya. Perkembangan teknologi dan informasi turut mengubah kehidupan manusia menjadi modern. Hal ini berdampak pula pada berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi antarmanusia di berbagai belahan bumi. Media komunikasi yang digunakan manusia di era industri 4.0 sebagian besar beralih ke produk digital. Media tersebut lebih dikenal dengan sebutan media jejaring sosial ataupun media sosial. Media sosial tersebut digunakan membangun komunikasi dan bergaul dengan orang lain bahkan sampai lintas negeri. Banyak pula yang menggunakan media sosial tersebut untuk berjualan online hingga untuk kegiatan sosial. Perkembangan teknologi komunikasi ini harus dibarengi dengan menerapkan etika dalam berkomunikasi dan etika bermedia. Etika komunikasi menjadi sangat penting ketika berkomunikasi dalam sebuah komunitas terlebih lagi di media sosial yang sifatnya sangat heterogen. Etika komunikasi menjadi acuan utama dalam mengonsumsi media sosial, mengingat sifat dari media sosial yang tidak memiliki batasan jarak dan waktu dalam bertukar informasi. Oleh karenanya etika komunikasi menjadi sangat penting di dalam menggunakan media sosial, apabila tidak diterapkan maka akan berpotensi konflik dan perpecahan. Selain itu dengan tidak menjaga tutur kata yang baik, dapat menyakiti hati orang lain serta menimbulkan kebencian yang berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Berlo, David K. *"The Process of Communication: An Introduction to. Theory and Practice"*. Holt, Rinehart and Winston, New York. 1960
- Corry. *Etika Komunikasi Dalam Penyampaian Aspirasi*. Jurnal komunikasi Universitas TARUMANegara. 2009

- Curran, J & Lennon, R. (2011). Social Networks and Old User: An Examination Attitudes and Usage Intention. (http://www.businessjournalz.org/articlepdf/CMR_2103apr.pdf)
- Haryanti, Rosiana. Media Sosial Bahayakan Mental Remaja Perempuan. <https://www.kompas.com/tren/read/2019/09/01/190000465/mediasosial-bahayakanmental-remajaperempuan-studitunjukkansebabnya?page=all>, diakses tanggal 27 November 2019.
- Jalaludin Rahmad. *Metode Penelitian Komunikasi, Dilengkapi Contoh Analisis dan Penafsirannya*: PT. Remaja Rosda Karya, Bandung. 2017
- Komala, Lukiati. *Ilmu Komunikasi: Perspektif, Proses, dan Konteks*. Bandung. 2009
- Muklason, A. Jejaring Sosial Dan Dampak Bagi Penggunaanya. [Journal.www.unipdu.ac.id](http://www.unipdu.ac.id). Vol.1 No.1 2011.
- Nurudin. *Komunikasi Massa*. Malang: CESPUR. 2017
- Nurudin. *Perkembangan Teknologi Komunikasi*: Rajawali Pers, Jakarta. 2017
- Pawito. *Penelitian Komunikasi kualitatif*. Yogyakarta: LKIS. 2007
- Prasanti, Ditha. 2018. Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan. *Jurnal Lontar* Vol.6 No.1 Januari-Juni 2018.
- Rusmiati, Desi & Hastono, S.P. 2015. *Jurnal Kesmas. National Public Health Journal*. vol. 10. No. 1 Agustus 2015
- Schwab, Klaus. *The Fourth Industrial Revolution*. New York : Crown Business. 2016
- Sarwono S. *Psikologi remaja*. Jakarta: Rajawali Pers. *Jurnal Elektronik Aljawi*, A.Y &. 2010
- Mufid, Muhammad. *Etika dan filsafat komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009.
- Widya Padjadjaran. *Etika Berkomunikasi dalam Penyampaian Aspirasi*. *Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanagara Artikel Elektronik*

Jurnal Elektronik:

- Bernardalloy, <http://bernardalloy.blogspot.com/p/bab-2.html>, diakses pada tanggal 27 November 2019
- Haryanti, <https://www.kompas.com/tren/read/2019/09/01/190000465/media-sosial-bahayakan-mentalremaja-perempuan-studitunjukkan-sebabnya?page=all>, diakses pada tanggal 20 November 2019
- Corry, A. 2009.