

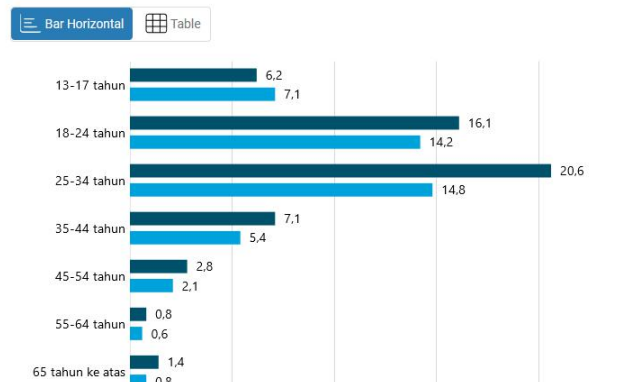
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media Sosial yang berkembang pesat ini yang menjadikan tempat sarana komunikasi oleh masyarakat yang dengan mudahnya di akses kapan saja dengan menggunakan smartphone atau gadget yang dapat digunakan dimana saja yang tidak mengenal waktu, dan juga media sosial pada era ini merupakan sudah menjadi satu bagian dalam kehidupan masyarakat yang ada, karena masyarakat dapat melakukan berbagai kegiatan yang ada di dalam platform Media Sosial tersebut, seperti komunikasi via chat, call, posting kegiatan yang mereka lakukan setiap hari, dengan adanya kemajuan teknologi ini dalam bidang Media Sosial dapat memberikan suatu dampak yang ada untuk masyarakat, dimana dampak tersebut memiliki dampak positif maupun dampak negatif apabila orang tersebut tidak mempergunakan media sosial dengan baik.

Pengguna Media Sosial ini tidak melihat suatu usia ataupun generasi yang ada, hampir seluruh masyarakat baik dari remaja hingga orang dewasa telah menggunakan Media Sosial ini untuk keperluan hariannya, baik untuk komunikasi, mencari suatu berita, memberikan komentar, memberikan kegiatan atau kehidupannya dalam media sosial, dan berikut merupakan salah satu survei yang dilakukan oleh web Katadata.co.id yang telah mensurvei bahwa pengguna Media Sosial saat ini telah di lakukan oleh segala kalangan.



Gambar 1. 1 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia Berdasarkan Umur

(sumber : (Annur, 2020) Databoks.KataData.co.id Diakses pada 23 Oktober 2024)

Berdasarkan gambar diatas, dapat menunjukan bahwa segala kalangan telah menggunakan platform media sosial di era ini atau tahun ini, dan pengguna Media Sosial di dominasi oleh umur 18 – 34 tahun yang dimana tersebut termasuk ke dalam generasi Z, sehingga kesimpulan dari gambar diatas merupakan bahwa pengguna media sosial saat ini di dominasi oleh generasi Z dan generasi Millenials.

Dalam media sosial cukup beragam platform yang bisa digunakan guna melakukan komunikasi, dan berikut merupakan platform media Media Sosial yang sering digunakan oleh seluruh masyarakat.



Gambar 1. 2 Data Media Sosial Favorit Gen Z dan Milenial Indonesia

(Sumber : (Adihat, 2024) Databoks.KataData.co.id Diakses pada 23Oktober 2024)

Berdasarkan gambar diatas, bahwa Generasi Z memiliki ketertarikan dalam penggunaan Media Sosial yang paling tinggi pada media sosial Instagram dengan persentase sebesar 51,9% dan di ikuti pada media sosial Facebook sebanyak 51,64%, pada media sosial toktok sebanyak 46,84%, dan pada media sosial Youtube sebanyak 38,63%, dan yang kelima ada Twitter atau sekarang sering disebut dengan platform Media Sosial X, media sosial ini mendapatkan persentase sebesar 1,98%.

Media Sosial Twitter atau X merupakan suatu media sosial yang cukup favorit dalam berinteraksi karena pada platform media sosial ini merupakan media sosial paling populer untuk berkomunikasi secara cepat dan efisien. Dengan cara memberikan pesan atau membalas pesan dengan batasan karakter yang unik, Twitter mendorong pengguna untuk menyampaikan pesan secara ringkas namun tetap efektif.

Twitter menjadi media sosial yang dapat berkomunikasi secara cepat dan efisien, menurut (Azalea, 2023) yang di publish dalam Kumparan.com menyatakan bahwa Twitter menjadi platform yang memiliki kebebasan dalam berpendapat yang tinggi, cepat dan juga secara global. Platform Twitter atau x ini menjadi platform yang dapat memudahkan masyarakat dalam berinteraksi, tetapi dengan tingginya kebebasan dalam berpendapat dapat memberikan dampak negatif pada platform Twitter atau X ini seperti Kontroversi, konflik, dan penyebaran konten kebencian, hoaks, serta pelecehan online. Sehingga dengan adanya kebebasan dalam ber media sosial maka setiap masyarakat atau generasi z harus menerapkan etika komunikasi dalam menggunakan media sosial agar menghindari adanya dampak negatif tersebut. Maka dari itu dalam berMedia Sosial kita perlu memperhatikan nilai-nilai etika berkomunikasi supaya bisa lebih bijak.

Etika komunikasi di dalam media sosial saat ini menjadi hal yang cukup penting dilakukan, dikarenakan dari waktu ke waktu komunikasi

yang digunakan dalam menggunakan media sosial semakin luas dan bebasnya, media sosial juga telah merubah cara berinteraksi antar masyarakat, berbagi informasi, dan membangun komunitas. Namun, di manfaatnya atas kemudahan yang diberikan oleh media sosial, media sosial juga memberikan suatu tantangan bagi masyarakat itu sendiri, salah satunya merupakan maraknya pelanggaran etika komunikasi yang disebabkan atas kebebasan yang cukup luas di media sosial.

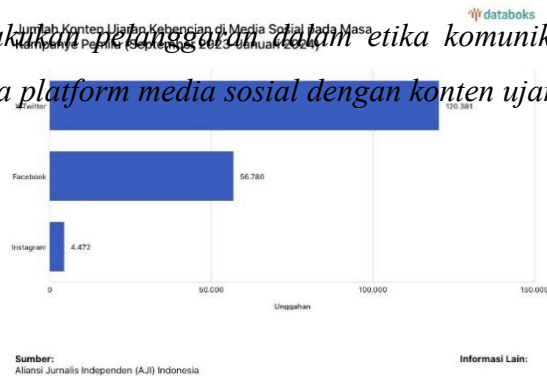
Adapun beberapa penjelasan Menurut (Keraf, 2010, p. 20) Etika adalah analisis logis atas prinsip dan standar moral yang memengaruhi dan diekspresikan dalam pola perilaku manusia. Serta Menurut (Magnis & Suseno, 2009, p. 24), etika adalah ilmu pengetahuan, bukan ajaran; moralitas adalah seperangkat aturan yang menentukan bagaimana kita seharusnya hidup. Sebaliknya, etika hanya mengkaji secara kritis prinsip atau ajaran moral tersebut.

Pelanggaran etika komunikasi di media sosial menjadi isu yang semakin kompleks dan meluas dalam waktu beberapa tahun ke belakang. Media sosial yang memberikan suatu kemudahan akses untuk menggunakan media sosial menjadikan suatu faktor untuk seseorang dapat melakukan pelanggaran dalam etika berkomunikasi di media sosial dan juga anonimitas yang ditawarkan oleh platform media sosial telah menciptakan lingkungan di mana individu merasa bebas untuk mengekspresikan diri tanpa adanya filter sosial yang kuat. Hal ini lah yang sering berujung pada pelanggaran norma-norma etika dalam berkomunikasi.

Perspektif pelanggaran etika komunikasi yang di kemukakan oleh (Ratnadewati, 2022, p. 6) menyatakan bahwa Segala tindakan atau kegiatan yang bertentangan dengan norma, nilai, dan etika ruang digital dianggap sebagai pelanggaran etika komunikasi. Pelanggaran etika digital dapat mengakibatkan kerugian bagi banyak pihak. Salah satu penyebab utama kejahatan dunia maya adalah kurangnya pemahaman dan kesadaran masyarakat terhadap penerapan etika media sosial. Pelanggaran etika yang dimaksud dapat berujung pada kejahatan daring

atau yang dikenal dengan cybercrime, yaitu kejahatan yang terjadi di dunia digital, seperti ujaran kebencian, diskriminasi, perundungan siber, dan berita bohong.

Berdasarkan hasil penelitian oleh (Muhamad, 2024). dan di publis oleh website penelitian yaitu KataData.co.id yang melakukan penelitian terhadap 3 (tiga) platform media sosial mana yang sering digunakan untuk melakukan pelanggaran etika komunikasi di media sosial, berikut data platform media sosial dengan konten ujaran kebencian:



Gambar 1. 3 Data Platform Memiliki Konten Ujaran Kebencian

(Sumber : (Muhamad, 2024) Databoks.KataData.co.id Diakses pada 23 Oktober 2024)

Berdasarkan gambar diatas menunjukan bahwa pada saat ini pelanggaran etika dalam berkomunikasi di media sosial sangatlah tinggi. Pada Penelitian atau survei yang dilakukan oleh Website KataData.co.id menyatakan bahwa platform Twitter atau X menjadi tempat pelanggaran etika komunikasi yang paling tinggi diantara platform media sosial lainnya, karena twitter atau x banyak pengguna dari platform media sosial tersebut menggunakan akun palsu atau menggunakan nama samaran, karena hal tersebut menjadikan seseorang merasa lebih bebas untuk mengatakan hal-hal yang tidak akan mereka katakan jika identitas aslinya diketahui. Dengan tidak adanya identitas yang jelas, membuat pengguna akun tersebut akan kurang dalam rasa tanggung jawab atas kata-kata yang dikeluarkan untuk orang lain dan dampaknya bagi orang lain.

Selain dengan adanya identitas palsu, faktor lain yang turut berkontribusi dalam pelanggaran etika berkomunikasi di media sosial yaitu sifat interaktif dari media sosial itu sendiri. Kemudahan untuk berkomentar, membalas, dan berbagi konten secara instan dapat memicu perdebatan yang memanas dan berujung pada pelanggaran etika. Tekanan untuk mendapatkan pengakuan dan popularitas juga mendorong beberapa orang untuk melakukan tindakan yang ekstrem demi menarik perhatian.

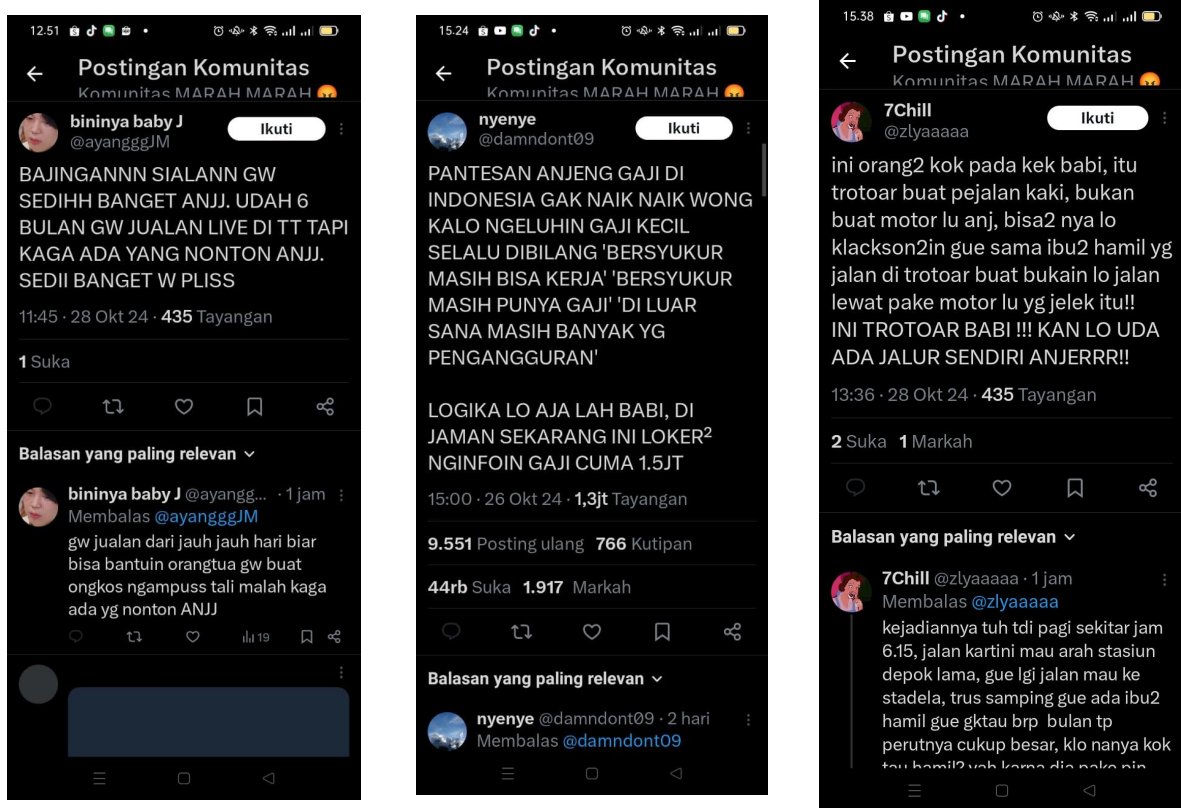
Salah satu bentuk pelanggaran etika yang paling umum adalah bullying. Tindakan ini melibatkan penggunaan teknologi informasi untuk mengintimidasi, melecehkan, atau mengancam seseorang secara berulang-ulang. bullying dapat memiliki dampak psikologis yang sangat serius bagi korban, termasuk depresi, kecemasan, dan bahkan keinginan untuk bunuh diri. Selain bullying yang menjadi pelanggaran etika di media sosial diantaranya terdapat Ujaran Kebencian (hate Speech), pelanggaran privasi, penyebaran hoaks, pelecehan.

Kasus-kasus pelanggaran dalam etika komunikasi dapat dilihat dalam beberapa postingan yang di posting oleh akun media sosial pribadi maupun komunitas, dimana pada penelitian ini melihat secara besar mengenai pelanggaran etika komunikasi yang ada di dalam komunitas yang ada di Twitter atau X yaitu pada komunitas marah-marah, dimana terdapat banyak orang yang memberikan postingan mengenai kekecewaan pribadi atau ketidaksukaan atas suatu hal, hingga dalam komunitas tersebut terdapat ujaran kebencian, kata kata tidak sopan dan sebagainya yang menjadi perhatian peneliti untuk melakukan penelitian terhadap pelanggaran etika komunikasi di media sosial.

Kasus dalam pelanggaran etika komunikasi di media sosial twitter atau x yang ada di komunitas marah-marah, dimana seseorang yang tidak diketahui identitas aslinya memberikan suatu ucapan kebencian atau hate speech, pelanggaran tersebut dituliskannya atas ke-tidak sukaan seseorang terhadap suatu hal, berikut data yang di dapatkan pada platform media sosial Twitter atau X:



Gambar 1. 4 Bukti Pelanggaran ujar Kebencian di Twitter



Gambar 1. 5 Bukti pelanggaran Etika Komunikasi di Twitter

(Sumber : Twitter Diakses pada 23 Oktober 2024)

Berdasarkan gambar diatas memberikan data bahwa di komunitas marah-marah sering terjadi pelanggaran etika komunikasi, dengan memberikan ucapan yang kurang pantas, baik atas kemarahan diri sendiri, maupun ujaran kebencian itu sendiri. Seseorang melakukan hal tersebut dengan kata kata yang sudah biasa atau dianggap biasa saja tetapi masih

banyak segelintir orang yang beranggapan bahwa hal tersebut kurang beretika dalam berkomunikasi atau memberikan statemen.

Isu atas banyaknya hate speech, bullying, dan lain sebagainya menjadikan pelanggaran etika komunikasi menjadi fenomena yang harus segera di tangani dan untuk mengatasinya diperlukan upaya bersama dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, penyedia layanan media sosial, dan masyarakat. Edukasi tentang etika komunikasi di media sosial perlu ditingkatkan, terutama di kalangan generasi muda. Melalui kesadaran dan upaya untuk mengurangi pelanggaran etika komunikasi di media sosial, seluruh masyarakat terutama generasi Z dapat menciptakan lingkungan online yang lebih sehat dan aman bagi semua.

Penelitian terkait etika komunikasi didalam media sosial pernah dilakukan oleh (Rawanoko et al., 2021) yang melakukan penelitian terhadap etika berkomunikasi di dalam media sosial, dalam penelitian tersebut menerangkan bagaimana etika-etika di media sosial di kalangan mahasiswa, dan hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa responden hanya menggunakan media sosial untuk melakukan upload foto, video dan sebagainya yang positif, dan juga komunikasi secara positif karena akan selalu mempertimbangkan segala yang dilakukan di media sosial. Pada penelitian ini tidak melakukan penelitian secara mendalam mengenai pelanggaran etika komunikasi di media sosial, sehingga hal ini menjadi gap untuk dilakukannya penelitian lebih lanjut mengenai pelanggaran etika komunikasi.

Adapun penelitian terdahulu lainnya yang dilakukan oleh (Ariana, 2018) yang melakukan penelitian terhadap etika komunikasi di media sosial, pada penelitian terdahulu tersebut menerangkan atas pelanggaran-pelanggaran etika komunikasi yang terjadi pada suatu komunitas tertentu yang ada pada platform media sosial Facebook, dan pada hasil penelitian tersebut menunjukan bahwa masih banyak pelanggaran etika komunikasi di komunitas Facebook, dikarenakan masih banyak yang kurang tidak mengetahui tentang aturan dan etika dalam menggunakan media sosial Facebook, dan pada penelitian ini memberikan saran untuk penelitian

selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian dengan tema etika komunikasi lebih luas lagi dengan berbagai platform media sosial, berbagai teori yang luas lagi.

Penelitian terdahulu lainnya yang dilakukan oleh (Ratnadewati, 2022), yang memiliki kesamaan tema penelitian terhadap etika komunikasi, pada penelitian ini menjelaskan bahwa di media sosial terjadi pelanggaran etika komunikasi yang berfokus pada satu pelanggaran etika komunikasi yaitu bullying yang ada pada platform media sosial youtube, pelanggaran etika komunikasi yaitu bullying pada platform youtube tersebut terjadi karena adanya pertentangan nilai yang ada dalam masyarakat berkaitan dengan konten video yang telah ia unggah, dan penelitian ini memberikan saran untuk dapat melakukan penelitian mengenai etika komunikasi dengan pelanggaran yang lainnya atau efek dan dampak lainnya pada pelanggaran etika komunikasi ini.

Berdasarkan hasil sumber penelitian terdahulu yang melakukan analisa mengenai etika komunikasi di platform media sosial seperti Youtube dan Facebook, maka dari itu peneliti akan melakukan penelitian lebih lanjut dan spesifik dengan menggunakan platform Twitter atau X terhadap etika komunikasi sebagai platform yang memiliki angka paling tinggi dalam pelanggaran etika komunikasi seperti ujaran kebencian atau hate speech.

Hal inilah yang melatar belakangi peneliti untuk melakukan penelitian terhadap etika komunikasi di media sosial pada platform Twitter atau X (Studi eksplorasi pelanggaran etika komunikasi) agar nantinya tidak menimbulkan dampak buruk seperti perpecahan, hoaks, dan yang lainnya. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan pengetahuan atau manfaat bagi kalangan umum khususnya generasi z tentang etika komunikasi agar dapat menciptakan lingkungan online yang lebih sehat dan aman.

Penelitian akan dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, dimana pada penelitian kualitatif deskriptif digunakan untuk menggambarkan suatu fenomena secara mendalam dan menyeluruh,

serta fokus pemahaman makna yang akan di dapatkan di lapangan secara langsung dengan menggunakan wawancara kepada generasi Z dalam menggunakan media sosial, dan pada kualitatif deskriptif juga akan didukung dengan adanya gambar, atau video untuk mengabarkan seluruh kegiatan yang terjadi.

1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk dapat menganalisis bagaimana penerapan etika komunikasi dalam media sosial pada generasi Z dengan platform media sosial yaitu Twitter atau X

1.3 Pertanyaan penelitian

- 1. Faktor apa saja yang mempengaruhi penerapan etika berkomunikasi di media sosial pada Komunitas Marah Marah?*
- 2. Bagaimana pemahaman dan penerapan etika komunikasi dalam penggunaan Twitter atau X di Komunitas Marah Marah ?*
- 3. Apa saja dampak pelanggaran etika komunikasi di media sosial twitter @KomunitasMarahmarah terhadap individu dan masyarakat?*

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi seluruh masyarakat khususnya pada generasi Z untuk bisa lebih bijak menggunakan media sosial khususnya Twitter atau X dengan memperhatikan etika komunikasi.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu kontribusi terhadap pengembangan kajian pada bidang ilmu komunikasi khususnya pada etika komunikasi dalam media sosial Twitter atau X, serta dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya terkait tema etika komunikasi.

1.4.2 Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi suatu informasi yang dapat dijadikan acuan serta pembelajaran bagi peneliti dan generasi

Z untuk menggunakan ruang digital yaitu media sosial Twitter atau X untuk senantiasa sadar akan sopan dan beretika dalam berkomunikasi di dunia digital atau media sosial, serta penelitian ini di ajukan sebagai salah satu tugas akhir untuk meraih gelar sarjana pada jurusan ilmu komunikasi di Telkom University

1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian

1.5.1 Waktu Penelitian

Tabel 1. 1 Jadwal Penelitian

No.	Keterangan	2024 - 2025					
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Maret
1	Literasi						
2	Pengajuan Judul						
3	Penyusunan Proposal						
4	Desk Evaluation						
5	Pengumpulan & Analisis Data						
6	Penyusunan Hasil Penelitian						
7	Sidang Skripsi						

1.5.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bandung dan juga bersumber pada internet yaitu media sosial, seluruh kegiatan penelitian akan dilakukan secara langsung lapangan untuk melakukan wawancara dan eksplorasi pelanggaran di media sosial Twitter yang dapat di akses oleh peneliti dimanapun dengan jaringan internet menjadi bagian lokasi dalam penelitian ini.