

Kode>Nama Rumpun Ilmu : 622/Illmu Komunikasi
Bidang Fokus : SosialHumaniora – Seni Budaya -Pendidikan

LAPORAN HASIL PENELITIAN INTERNAL



**ETIKA KOMUNIKASI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
PADA GENERASI MILENIAL**

PENELITI

Sumartono, S.Sos, M.Si (0307036802)

Dr. Fajarina Msi (0305127704)

Muh. Ruslan Ramli M.Si, Ph.D (0925087203)

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ESA UNGGUL**

DESEMBER 2019

Lembar Pengesahan Hasil Penelitian

Penelitian Hibah Internal

Universitas Esa Unggul

1. Judul Penelitian : Etik Komomunikasi Penggunaan Media Sosial pada Generasi Milenial
2. Kode>Nama Rumpun Ilmu : 622/Ilmu Komunikasi
3. Ketua Peneliti :
Nama : Sumartono, S.Sos., M.Si
NIDN : 0307036802
Jabatan Fungsional : Lektor Kepala
Fakultas / Prodi : Ilmu Komunikasi
Bidang keahlian : Ilmu Komunikasi
Telepon : 081808162139
Email : Sumartono@esaunggul.ac.id
4. Jumlah Anggota Peneliti :
5. a. Nama : Fajarina
b. NIDN : 0305127704
c. Perguruan Tinggi : Univeristas Esa Unggul
a. Nama : Muh. Ruslan Ramli
b. NIDN : 0925087203
c. Perguruan Tinggi : Universitas Esa Unggul
6. Biaya Penelitian : Rp. 20.970.000
8. Luaran yang dihasilkan : Jurnal Penelitian

Menyetujui
Dekan Fikom


Universitas
Esa Unggul
Fakultas Ilmu Komunikasi
Dr. Halomoan Harahap, M.Si
NIK. 202100216

Jakarta, 12 Desember 2019
Pengusul,
Ketua Tim Peneliti


Sumartono, S.Sos., M.Si
NIK. 204040288

Mengetahui,
Ka. LPPM


Cap tanda tangan
Universitas
Esa Unggul
LPPM
DR. Erry Yudhya Mulyani, M.Sc
NIK. 209100388

Identitas dan Uraian Umum

1. Judul penelitian : Etik Komomunikasi Penggunaan Media Sosial pada Generasi Milenial
2. Tim Pelaksana : - Sumartono, M.Si (Ketua)
- Dr. Fajariana, M.Si (anggota)
- Muh. Ruslan Ramml M.Si., Ph.D (anggota)
3. Objek (khalayak sasaran) Penelitian:
Mahasiswa FIKOM Universitas Esa Unggul
4. Masa pelaksanaan;;
Mulai bulan : mei 2019
Berakhir bulan: agustus 2019
5. Usulan biaya internal Universitas Esa unggul
Tahun pertama : Rp. 3.000.000,--
6. Lokasi penelitian : universitas esa unggul
7. Mitra yang terlibat (uraikan apa kontribusinya)
Univeritas Esa Unggul sebagai tempat pengumpulan data (objek) penelitian
8. Permasalahan yang ditemukan dan solusi yang ditawarkan
Permasalahan: kurangnya etika berkomunikasi di media sosial
Solusi; standar norma etika berkomunikasi dengan menggunakan media sosial (netiket)
9. Kontribusi mendasar pada khlayak sasaran:
Adanya standar norma, nilai, etika berkomunikasi dengan menggunakan media sosial, komunikasi yang efektif, meminimalisir hoak dan konflik yang terjadi akibat salah paham
10. Rencana luaran ;
Artikel pada jurnal ilmiah
HAKI

RINGKASAN PROPOSAL

Media sosial adalah sebuah media online, dengan cara penggunaannya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi. Perkembangan media sosial akhir-akhir ini sangat pesat. Sehingga menjadi topik hangat untuk dibahas karena banyaknya masyarakat yang menggunakan media sosial namun kurang memahami makna medianya itu sendiri

Perkembangan media sosial secara langsung berdampak terhadap tatanan dari perilaku manusia, baik sebagai sarana informasi maupun sebagai sarana sosialisasi dan interaksi antar manusia. Media sosial seakan menjadi tempat menumpahkan segala aktivitas yang tidak jarang mengesampingkan beragam etika yang ada. Hal ini dilihat dari penggunaan bahasa non baku dan tidak resmi dalam berkomunikasi.

Jenis penelitian ini deskriptif kualitatif. Pengumpulan data melalui wawancara, untuk pengumpulan informasi menggunakan teknik *purposive sampling*. Kemudian teknik pengolahan dan analisis data dilakukan dengan melalui tiga tahapan, yaitu: *Open Coding*, *Axial Coding* dan *Selective Coding*.

Kata kunci: Etika Komunikasi, Media Sosial

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN PENGESAHAN	i
DAFTAR ISI	ii
IDENTITAS DAN URAIAN UMUM	
RINGKASAN	iii
BAB I LATAR BELAKANG	1
latar belakang	
tujuan khusus,	
urgensi penelitian,	
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	3
Generasi Milenial	
Etika Komunikasi	
Etika komunikasi di mediia sosial	
BAB III METODE PENELITIAN	9
Pendekatan Penelitian	
Objek dan lokasi penelitian	
Metode Pengumpulan datan	
Analisis Data	
BAB IV HASIL PENELITIAN	13
<i>Luaran wajib dan tambahan,</i>	

tahun capaian, dan status pencapaiannya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

DAFTAR PUSTAKA

14

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi komunikasi dari waktu ke waktu terus mengalami kemajuan yang signifikan. Hal ini terjadi karena perkembangan teknologi yang begitu pesat ini dapat memudahkan manusia dalam berkomunikasi sesuai dengan kebutuhannya. Salah satu teknologi yang saat ini digemari adalah *smartphone* dan salah satu fasilitas/aplikasi yang banyak digunakan adalah media sosial

Media sosial seakan menjadi tempat menumpahkan cerita segala aktivitas, luapan emosi dalam bentuk tulisan atau foto yang tidak jarang mengesampingkan etika yang ada. Media sosial tidak lagi menjadi media berbagi informasi tapi hanya berbagi sensasi. Jika kemajuan teknologi tidak dibarengi dengan kemajuan dalam berpikir, yang ada kemajuan teknologi tersebut berbanding terbalik dalam hal pola berfikir.

Kemajuan teknologi selalu membawa dampak dalam kehidupan manusia. Begitu juga kemajuan teknologi komunikasi telah merubah kebiasaan berkomunikasi dalam kalangan remaja. Holmes (2012) menyatakan bahwa orang yang hidup dalam *information society* tidak hanya bertemu dan menggunakan teknologi-teknologi informasi dan komunikasi, serta tindakan mereka semakin dibingkai oleh teknologi tersebut yang menimbulkan perubahan budaya komunikasi pada era konvensional menuju era media baru.

Perubahan budaya komunikasi ini bisa kita lihat pada kebiasaan berkomunikasi pada masyarakat khususnya remaja. Jika pada era media komunikasi konvensional kegiatan komunikasi dilakukan dengan mempertimbangkan dan menjaga nilai-nilai dan norma etika sosial, menggunakan bahasa Indonesia yang baku sesuai dengan ejaan yang disempurnakan (EYD). Sedangkan di era media komunikasi baru ini hubungan komunikasi yang dulu penuh pertimbangan, sekarang menjadi lebih santai dan ringan, tidak selalu memakai bahasa yang baku, atau bahasa yang sesuai dengan ejaan yang disempurnakan (EYD) bahasa Indonesia, dan mengabaikan aspek nilai, norma dan etika berkomunikasi yang menghasilkan sebuah komunikasi yang tidak efektif.

Pada saat melakukan komunikasi dengan memanfaatkan media sosial, biasanya banyak yang cenderung melupakan etika dalam berkomunikasi. Hal ini di buktikan dengan banyaknya kata-kata kasar yang kerap kali muncul pada saat melakukan percakapan melalui jejaring sosial, baik yang sengaja dan tidak sengaja. Akibat dari penyalahgunaan sosial media dalam menyebarkan informasi juga berdampak pada banyaknya para pengguna yang masuk

ke ranah hukum akibat dari penyebaran informasi pada sosial media yang tidak menggunakan etika.

Ketidak-sadaran akan adanya etika tidak tertulis dalam ber-Internet dan kekurang-dewasaan dalam penggunaan email, chatting, dan mailing list dapat menyeret para penggunanya kepada situasi yang tidak sehat jika salah satu pihak tidak mengerti budaya di Internet.

Penelitian dilakukan kepada remaja bukan hanya karena mayoritas pengguna media sosial adalah remaja, namun karena remaja sedang mengalami masa transisi dan rentan akan berbagai pengaruh lingkungan. Terjadinya perubahan perilaku remaja akibat menggunakan media sosial berupa dampak positif dan negatif. Dampak positif adalah media sosial menumbuhkan rasa senang serta mengatasi kebosanan, namun dampak negatif adalah kurangnya kepekaan terhadap orang sekitar dan menjadi malas untuk berinteraksi secara langsung (Octaviani 2014).

1.2 Fokus Penelitian

Dalam penelitian ini dapat memfokuskan masalah terlebih dahulu supaya tidak terjadi perluasan permasalahan yang nantinya tidak sesuai dengan tujuan penelitian ini. Maka peneliti memfokuskan untuk meneliti “**Etika Komunikasi Penggunaan Wathshapp Pada Generasi Milenial**”

1.3 Tujuan Khusus Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui perubahan etika komunikasi dari media konvensional ke media baru pada generasi milenial
2. Merumuskan etika komunikasi yang baik dengan media sosial (whatsapp) bagi generasi milenial

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat:

1. Untuk meningkatkan pengetahuan mengenai etika komunikasi dalam media sosial
2. Mengetahui perubahan cara berkomunikasi menggunakan whatsapp diharapkan dengan penelitian ini dapat merumuskan etika komunikasi yang baik dengan media sosial

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teori

2.1.1. Generasi Millennial

Istilah milenial pertama kali dicetuskan oleh William Strauss dan Neil dalam bukunya “*Millennials Rising; The Next Great Generation* (2000)”. Istilah ini mereka ciptakan tahun 1987, yaitu pada saat anak-anak yang lahir pada tahun 1982 masuk ke usia pra-sekolah. Saat itu media mulai menyebut mereka sebagai kelompok yang terhubung ke milenium baru pada saat lulus SMA di tahun 2000. Pendapat lain menurut Elwood Carlson dalam bukunya “*The Lucky Few: Between Greatest Generation and the Baby Boom* (2008), generasi milenial adalah mereka yang lahir dalam rentang tahun 1983 sampai dengan 2001.

Jika didasarkan pada *Generation Theory* seperti yang dikatakan oleh Karl Mannheim tahun 1923, generasi milenial adalah generasi yang lahir pada rentang tahun 1980 sampai dengan 2000. Generasi milenial atau generasi Y sering juga disebut *generation me* atau *echo boomers*. Secara harfiah, tidak ada demografi khusus dalam menentukan kelompok generasi yang satu ini. (BPS, *Statistik Generasi Millennial*, 2018)

Pengertian generasi milenial dalam Wikipedia adalah **Milenial** juga dikenal sebagai **Generasi Y**, **Gen Y** adalah kelompok demografi setelah Generasi X (Gen-X). Tidak ada batas waktu yang pasti untuk menentukan awal dan akhir dari kelompok ini. Para ahli dan peneliti biasanya sepakat menggunakan awal 1980-an sebagai awal kelahiran dan pertengahan tahun 1990-an hingga awal 2000-an sebagai akhir kelahiran kelompok ini. (<https://id.Wikipedia.org/wiki/milenial>)

Etika Komunikasi

Menurut bahasa (*etimologi*) istilah etika berasal dari bahasa Yunani, yaitu *ethos* yang berarti adat-istiadat (*kebiasaan*), perasaan batin, kecenderungan hati untuk melakukan perbuatan. Etika berasal dari kata *ethikos* dan dalam bahasa Yunani disebut *ethicos* yang berarti kebiasaan norma-norma, nilai-nilai, kaidah-kaidah dan ukuran-ukuran baik dan buruk tingkah laku manusia. Jadi, etika komunikasi adalah norma, nilai, atau ukuran tingkah laku baik dalam kegiatan komunikasi di suatu masyarakat.

Selanjutnya, Nilsen (dalam Johannesen, 1996), mengatakan bahwa untuk mencapai etika komunikasi, perlu diperhatikan sifat-sifat berikut: (1) penghormatan terhadap seseorang sebagai person tanpa memandang umur, status atau hubungannya dengan si pembicara, (2)

penghormatan terhadap ide, perasaan, maksud dan integritas orang lain, (3) sikap suka membolehkan, keobjektifan, dan keterbukaan pikiran yang mendorong kebebasan berekspresi, (4) penghormatan terhadap bukti dan pertimbangan yang rasional terhadap berbagai alternatif, dan (5) terlebih dahulu mendengarkan dengan cermat dan hati-hati sebelum menyatakan persetujuan atau ketidaksetujuan.

Menurut Andy Corry W dalam jurnalnya Etika Berkomunikasi. Komunikasi diibaratkan seperti urat nadi penghubung kehidupan, sebagai salah satu ekspresi dari karakter, sifat atau tabiat seseorang untuk saling berinteraksi, mengidentifikasi diri serta bekerja sama. Kita hanya bisa saling mengerti dan memahami apa yang dipikirkan, dirasakan dan dikehendaki orang melalui komunikasi yang diekspresikan dengan menggunakan berbagai saluran, baik verbal maupun non-verbal. Pesan yang ingin disampaikan melalui komunikasi, bisa berdampak positif bisa juga sebaliknya. Komunikasi akan lebih bernilai positif, jika para peserta komunikasi mengetahui dan menguasai teknik berkomunikasi yang baik, dan beretika. Etika berkomunikasi, tidak hanya berkaitan dengan tutur kata yang baik, tetapi juga harus berangkat dari niat tulus yang diekspresikan dari ketenangan, kesabaran dan empati kita dalam berkomunikasi. Bentuk komunikasi yang demikian akan menghasilkan komunikasi dua arah yang bercirikan penghargaan, perhatian dan dukungan secara timbal balik dari pihak-pihak yang berkomunikasi. Komunikasi yang beretika, kini menjadi persoalan penting dalam penyampaian aspirasi. Dalam keseharian eksistensi penyampaian aspirasi masih sering dijumpai sejumlah hal yang mencemaskan dari perilaku komunikasi yang kurang santun. Etika komunikasi sering terpinggirkan, karena etika berkomunikasi belum membudaya sebagai urat nadi kehidupan bermasyarakat dan bernegara

Menurut Nur hadi Wiryanto (2006), ada beberapa alasan mengenai pentingnya etika dalam dunia maya adalah ;

- a. berasal dari berbagai negara yang mungkin memiliki budaya, bahasa dan adat istiadat yang berbeda- beda.
- b. merupakan orang-orang yang hidup dalam dunia anonymouse, yang tidak mengharuskan pernyataan identitas asli dalam berinteraksi.
- c. merupakan orang-orang yang hidup dalam dunia anonymouse, yang tidak mengharuskan pernyataan identitas asli dalam berinteraksi.
- d. berbagai macam fasilitas yang diberikan dalam internet memungkinkan seseorang untuk bertindak etis seperti misalnya ada juga penghuni yang suka iseng dengan melakukan hal – hal yang tidak seharusnya dilakukan.

Dengan demikian kita dapat simpulka bahwa, etika berkomunikasi tidak hanya berkaitan dengan tutur kata yang baik, tetapi juga harus berangkat dari niat tulus yang diekspresikan dari ketenangan, kesabaran dan empati kita dalam berkomunikasi.

Netiket

Etika menggunakan internet, yang didalamnya adalah media sosial, telah dirumuskan oleh *The Internet Engineering Task Force* (www.ietf.org 3) yang didokumentasikan dalam dokumen RFC yaitu RFC1855. Petunjuk itu dikenal dengan nama *Netiquette* atau yang diterjemahkan dalam bahasa Indonesia menjadi Netiket.

Pada dasarnya *netiquette* merupakan panduan untuk bersikap dan berperilaku sesuai dengan kaidah normatif di lingkungan Internet. Dengan mematuhi peraturan ini, maka akan sangat bermanfaat dan membantu dalam berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain tanpa harus mengalami masalah atau tanpa harus mengalami salah pengertian dengan orang lain.

Berikut ini adalah beberapa macam etika yang perlu diperhatikan saat berkomunikasi di media social (<https://pakarkomunikasi.com/etika-komunikasi-di-media-sosial>)

1. Selalu perhatikan penggunaan kalimat

Penggunaan kalimat merupakan bagian yang penting saat berkomunikasi menggunakan media sosial. Kalimat-kalimat dengan susunan yang tepat, disertai tanda baca yang tepat juga merupakan salah satu bagian yang penting supaya etika komunikasi bisa dijaga dengan baik.

Hindari menggunakan kalimat-kalimat yang tidak utuh. Kalimat yang tidak utuh bisa memicu timbulnya ambiguitas sehingga bisa menjadi sumber dari kesalahpahaman.

2. Berhati-hati saat menggunakan huruf

Menggunakan huruf dengan benar juga menjadi bagian dari etika komunikasi di media sosial. Mudahnya, selalu gunakan huruf yang wajar. Menulis sesuatu di media sosial dengan menggunakan huruf kapital semua bisa memberikan kesan marah, kecewa dan menantang.

Sebaliknya, menggunakan huruf yang cenderung kecil semua akan menandakan seseorang terlalu abai dan tidak serius mengenai informasi yang sedang akan ia bagikan. Oleh karenanya, penggunaan huruf yang sesuai dan wajar bisa menunjang etika yang baik saat berkomunikasi.

3. **Perhatikan pemilihan warna huruf**

Warna huruf juga penting untuk diperhatikan. Beberapa media sosial biasanya memberikan fitur ini untuk menambah keragaman dari jenis tulisan yang akan diberikan seseorang. Menggunakan warna huruf merah dengan tulisan yang tebal bisa memiliki kesan menantang dan marah.

Persepsi orang yang berbeda-beda ini menjadi alasan mengapa penulisan huruf dengan warna yang standar menjadi penting.

4. **Pemilihan simbol dan ikon yang tepat**

Dalam media sosial, banyak sekali simbol dan ikon yang seringkali disertakan dalam sebuah informasi atau tulisan. Ada dikenal simbol *emoji* atau *sticker* dan lain sebagainya. Manakala akan menggunakan simbol tersebut, pastikan simbol yang digunakan juga tepat.

Menggunakan simbol wajah cemberut pada tulisan juga akan membangun persepsi orang dengan kuat. Oleh karena itu, berhati-hati dalam menggunakan simbol dan ikon adalah penting. Bila perlu, justru hindari menggunakan simbol atau ikon sehingga tulisan dan informasi yang kita buat lebih bersifat netral.

5. **Menggunakan bahasa yang sesuai**

Bahasa yang sesuai di sini adalah menunjukkan bagaimana tata krama kita saat berkomunikasi dengan orang lain. Perhatikan dengan siapa kita berbicara. Jangan sampai keluar bahasa-bahasa yang kurang sopan pada orang tertentu sehingga etika dalam komunikasi ini menjadi hilang.

Pastikan ini juga menjadi salah satu hal yang diperhatikan saat menggunakan media sosial.

Ada efek media sosial yang bisa saja tergantung dari hal ini.

6. **Memberikan respon dengan segera**

Saat dihubungi melalui media sosial, pastikan kita juga memberikan respon dengan segera.

Menunda-nunda untuk memberikan respon atau bahkan mengabaikannya akan memberikan kesan yang jelek. Apalagi sekarang ini banyak sekali media sosial yang juga sudah melengkapi fitur pemberitahuan bahwa pesan yang disampaikan sudah dibaca oleh penerima pesan.

7. **Memberikan informasi yang memiliki referensi jelas**

Ini adalah poin paling penting dari hampir semua poin yang membahas mengenai etika dalam menggunakan komunikasi media sosial. Informasi yang disebar tanpa referensi yang jelas akan menimbulkan efek berantai terhadap setiap orang.

Hal ini bisa mengundang kesimpang-siuran berita yang tentu saja sangat tidak diharapkan. Istilah yang mungkin kita kenal saat ini adalah berita *hoax*. Bahkan, hal ini bisa diperkarakan pula di hukum bila penyebaran informasi palsu tersebut memang disengaja. Ada pengaruh media sosial yang bisa berfungsi secara cepat dalam hal penyebaran info.

8. **Tidak memancing pertentangan**

Terakhir, hindari melakukan komunikasi yang memancing pertentangan melalui media sosial. Mengingat persepsi orang yang berbeda terhadap paparan informasi, maka kita juga harus memperhatikan hal ini supaya terhindar dampak negatif dari media sosial.

Itulah beberapa macam etika yang perlu kita perhatikan. Jangan sampai media sosial yang fungsinya membantu setiap orang untuk saling terhubung justru memicu permasalahan akibat etika yang tidak diperhatikan. Dengan menggunakan komunikasi yang tepat, maka kita bisa memanfaatkan media sosial dengan lebih baik. Masih ada banyak lagi sebenarnya etika yang perlu diperhatikan, namun setidaknya beberapa poin tadi bisa menjadi etika komunikasi di media sosial yang paling dasar yang bisa mulai kita terapkan.

Aturan Inti Netiquette(<https://www.dictio.id/t/bagaimana-etika-komunikasi-di-media-sosial-yang-baik/16489/3>) adalah sebagai berikut :

1. **Kita semua manusia, bahkan saat berada di Internet sekalipun.**

Jangan pernah lupa bahwa orang yang sedang membaca e-mail atau posting adalah manusia dengan perasaan yang bisa saja terluka. Diharapkan untuk tidak mengirim komentar yang bernada menyerang tapi bersikaplah saling membangun.

Jangan pernah mengetik isi pesan dengan menggunakan huruf besar semua, meskipun itu hanya pesan singkat, balasan ke suatu posting di forum, atau di dalam sebuah e-mail. Dengan menulis pesan menggunakan huruf besar semua, sama artinya sedang berteriak

Jangan pernah mengirim posting apapun yang tidak layak untuk disampaikan ke orang lain. Ingatkan orang lain jika melakukan flaming. **Flaming** adalah ketika seseorang atau sekelompok orang mengekspresikan hal-hal negatif mengenai situasi tertentu. Alasan untuk mengingatkan orang yang melakukan hal ini adalah karena beberapa orang mungkin tidak tahu jika orang tersebut sedang melakukan flaming.

2. **Ikuti aturan seperti di kehidupan nyata saat online.**

Bersikap dan bertindak dengan selalu memperhatikan etika, dan jangan buru-buru menyimpulkan sesuatu. Orang yang sedang berada di Internet datang dari berbagai penjuru dunia dan memiliki perbedaan pandangan terhadap sesuatu.

3. **Ingatlah di mana berada ketika sedang online.**

Netiquette bervariasi dari satu tempat ke tempat yang lain. Tidak semua orang mengikuti aturan yang sama. Jadi, diharapkan selalu bersikap terbuka dan jika dibutuhkan, bersikap kritis tapi tetap konstruktif (membangun), dan bukan bersikap sebaliknya (negatif). Jika berada di suatu wilayah topik pembicaraan pada forum atau chatting, jangan buru-buru langsung mengirim komentar, tetapi mencoba untuk menangkap ide dari apa yang sedang terjadi atau sedang dibahas. Posting yang terlalu dini dapat berpotensi menyebabkan flaming.

4. **Hormatilah orang lain ketika Anda sedang online.**

Posting dikirimkan group yang sesuai. Jika tidak dapat menemukan group yang sesuai dengan itu dan merasa bahwa posting itu harus dikirim, yakinkan bahwa Subject dari posting sesuai dengan isi posting, sehingga orang lain tahu bahwa posting tidak mengganggu topik diskusi saat itu.

Menurut Shea (1994) aturan netiket adalah sebagai berikut :

1. **Mengingat bahwa netter adalah manusia**

Jaringan Komputer mempertemukan orang-orang yang tidak akan pernah bertemu tanpa jaringan itu

2. **Mentaati standar-standar tingkah laku seperti yang dilakukan dalam kehidupan yang nyata.**

Dalam kehidupan nyata, kebanyakan orang cukup taat hukum, apakah karena wataknya begitu atau karena takut tertangkap. Dalam cyberspace, kemungkinan untuk tertangkap kadang-kadang kelihatannya sangat kecil. Dan, mungkin karena orang kadang-kadang lupa bahwa ada seorang manusia berada di tempat lain dengan sebuah komputer, ada orang berpikir bahwa dalam cyberspace tidak apa-apa kalau kita hanya menerapkan etika atau tingkah laku pribadi dengan standar yang rendah.

3. Mengetahui di mana netter berada dalam cyberspace

Netiket berbeda dari satu domain ke domain lainnya. Dan karena Netiket berbeda dari satu tempat ke tempat lainnya, penting untuk diketahui di mana anda berada

4. Menghormati waktu dan bandwidth orang lain

Istilah “bandwidth” kadang-kadang digunakan sebagai sinonim untuk waktu, tetapi sebetulnya kedua kata itu berbeda. Bandwidth adalah kapasitas kabel dan saluran pembawa informasi yang menghubungkan kita satu dengan yang lainnya di cyberspace. Ada keterbatasan jumlah data yang dapat dibawa oleh selebar kabel pada suatu saat tertentu, bahkan kabel optik state of the art sekalipun. Istilah “bandwidth” sering juga digunakan untuk menggambarkan kapasitas tampungan sebuah sistem host

5. Bersikap baik saat online

Seperti halnya di dunia pada umumnya, kebanyakan orang yang berkomunikasi hanya ingin disukai. Jaringan, terutama kelompok diskusi membuat user menjangkau orang-orang yang tidak mungkin user temui tanpanya, tetapi tidak ada seorangpun dari mereka yang dapat melihat user. Ketika sedang online user tidak akan dinilai dari warna kulit, mata atau rambut, berat badan, umur atau pakaian, tetapi akan dinilai dari kualitas tulisan anda.

6. Berbagi pengetahuan dengan yang ahli

Berbagi pengetahuan itu menyenangkan. Ini adalah tradisi ‘net’ untuk waktu yang lama, dan ia dapat membuat dunia menjadi tempat yang lebih baik

7. membantu mengendalikan perang flame (*flame wars*)

“Flaming” adalah apa yang dilakukan netter ketika mereka ungkapkan sebuah opini yang diyakini dengan kuat tanpa menahan emosi. Ini adalah jenis pesan yang membuat orang memberi respons. Flaming adalah sebuah tradisi yang sudah bertahan lama (dan Netiket tidak pernah bercampur aduk dengan tradisi). Flames bisa menjadi sangat menyenangkan, baik untuk ditulis maupun untuk dibaca.

8. Menghormati privasi orang lain

Tidak menghormati privasi orang lain, bukan saja merupakan Netiket yang buruk; tetapi kredibilitas netter juga dapat dipertaruhkan

9. **Jangan salah gunakan wewenang anda**

Mengetahui sesuatu lebih banyak dari orang lain, atau mempunyai kuasa lebih dari mereka tidak memberikan kepada anda hak untuk memanfaatkan mereka

10. **Memaafkan kesalahan orang lain**

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian Kualitatif, yang dimaksud dengan *penelitian kualitatif* adalah penelitian yang tidak mengadakan perhitungan atau jugadengan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai atau diperoleh dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara-cara lain dari kuantifikasi.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan hal yang penting dalam suatu penelitian, metode pengumpulan data di tentukan pula oleh masalah penelitian yang ingin di pecahkan, pengumuman data merupakan salah satu faktor penting yang harus di perhatikan oleh seorang peneliti.

Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan tiga teknik pengumpulan data yaitu:

1. *Field Research*, yaitu mengumpulkan data melalui penelitian lapangan dengan menggunakan metode sebagai berikut:

a) Metode Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap apa gejala-gejala yang diteliti. Observasi menjadi salah satu teknik pengumpulan data apabila sesuai dengan tujuan penelitian, direncanakan dan dicatat secara sistematis dapat dikontrol keandalan (reabilitas) dan kesahihannya (validitasnya).⁷

b) Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data untuk mendapatkan keterangan lisan melalui tanya jawab dan berhadapan langsung dengan orang yang yang dapat memberikan keterangan. Keuntungan dengan teknik wawancara ini adalah peneliti dapat menangkap suasana batin responden, seperti gelisah, takut, senang, sedih atau jawaban yang tidak wajar, bahan jawaban bohong pun dapat segera terdeteksi.⁸ Pedoman wawancara (*interview guided*) kemudian didukung dengan alat untuk merekam hasil wawancara (*tape recorder*) dan alat dokumentasi.

c) Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara melakukan analisis terhadap dokumen-dokumen yang berisi data yang menunjang analisis dalam penelitian. Keuntungan menggunakan dokumentasi adalah biasanya relatif murah, waktu dan tenaga lebih efisien, sedangkan kelemahannya ialah data yang diambil dari dokumen cenderung sudah lama, dan kalau data yang salah cetak, maka peneliti ikut salah pula mengambil datanya.⁹

2. *Library Research* (Riset Kepustakaan) yaitu dengan mengumpulkan data yang diperoleh melalui studi kepustakaan, dengan cara mengumpulkan data-data atau dokumen-dokumen perusahaan maupun literatur-literatur yang terkait dengan penelitian.

3. Analisis Isi

Analisis isi adalah teknik yang digunakan untuk menganalisis dan memahami teks, bahasa dan symbol dalam penelitian ini adalah akun *Twitter*. Analisis isi juga merupakan salah satu metode utama dari ilmu komunikasi. Penelitian yang mempelajari isi media menggunakan analisis isi, lewat analisis isi peneliti dapat mempelajari gambaran isi, karakteristik pesan, dan perkembangan (tren) dari suatu isi.

Objek dan Lokasi Penelitian

Objek adalah mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi universitas Esa Unggul jakartayang aktif dalam penggunaan sosial media *Twitter*.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis data bersumber dari Lawrence Newman menyebutkan dalam bukunya *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* yaitu:

1. *Open Coding* (Penyandian Terbuka)

Penyandian pertama dalam data kualitatif yang memeriksa data tersebut untuk meringkasnya menjadi kategori atau kode analisis awal. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan istilah Wawancara.

2. *Axial Coding* (Penyandian Aksial) Tahap kedua dalam penyandian data kualitatif yang terjadi ketika peneliti menyusun kode, menautkannya, dan menemukan analisis utama.¹¹ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan istilah Tema.

3. *Selective Coding* (Penyandian Selektif) Tahap terakhir dalam penyandian data kualitatif yang memeriksa kode-kode sebelumnya untuk mengidentifikasi dan memilih data yang akan

mendukung kategori penyandiian konseptual yang telah dikembangkan.¹² Dalam penelitian ini peneliti menggunakan istilah Analisa.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

1. Etika Komunikasi dari Konvensional ke Media Baru

Komunikasi awal mulanya berasal dari teriakan, berkembang ke non verbal, simbol dan akhirnya sampai pada komunikasi yang kita kenal dan gunakan sehari-hari (Bungin, 2009)

Kemudian dalam proses komunikasi itu dikenal etika komunikasi. Etika berarti *kebiasaan, habit, custom*. Etika komunikasi merupakan aturan atau norma yang berlaku yang telah ditetapkan dalam penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan, baik secara langsung ataupun melalui media. Dalam membuat penilaian etika komunikasi sebenarnya dapat dibuat berdasarkan pada pelaku komunikasi itu sendiri, baik komunikator ataupun komunikannya.

Artinya setiap tindak tanduk pada berlangsungnya komunikasi dapat dinilai oleh orang yang terlibat dalam proses komunikasi tersebut. Penilaian dalam komunikasi bisa jadi berkenan pada diri komunikan atau komunikator berdasarkan pada suara hati dan nuraninya.

Komunikasi secara konvensional umumnya dilakukan secara tatap muka langsung, merupakan komunikasi yang dapat secara jelas menerapkan bagaimana etika komunikasi itu ikut berperan dalam komunikasi. Misalkan, cara berkomunikasi seseorang yang umumnya lebih muda akan penuh pertimbangan dalam penyampainnya kepada seseorang yang lebih tua, baik itu dalam hal cara menyampaikan maupun pemilihan bahasa dan kata yang pantas, dengan tujuan memberikan kesan kesopanan dan menghargai. Begitu pula komunikasi antar sebaya yang dilakukan oleh seseorang seminimalnya akan berlangsung dengan pertimbangan menampilkan sosok diri yang ramah nan baik. Sesuatu yang perlu disampaikan akan berlangsung dengan kesan yang mungkin sedikit kaku atau penuh basa basi.

Seiring berjalannya waktu proses komunikasi pun mengalami perubahan. Manusia yang awal mulanya hidup secara berkelompok, kemudian mulai berpecah, dan berpisah serta bertransmigrasi menjadikan manusia mulai membutuhkan alat bantu komunikasi yang memiliki, jangkauan yang luas, media komunikasi untuk memudahkan komunikasi manusia.

Media komunikasi adalah alat untuk berkomunikasi, yang dapat digolongkan kedalam dua kelompok. Pertama, *hot media* diartikan sebagai *high definition* yaitu media dengan kemampuan visualisasi lebih nyata sehingga membuat partisipasi konsumen rendah. Kedua, *cool media* diartikan sebagai *low definition* yaitu media dengan kemampuan visualisasi kurang nyata sehingga membuat konsumen harus lebih aktif. Seiring berkembangnya teknologi komunikasi, terdapat pula media komunikasi lainnya, yakni media baru. Media

baru yaitu media yang memiliki kemampuan visualisasi tinggi namun tetap menuntut penggunanya tetap aktif dalam berpartisipasi di media tersebut. Contoh dari media baru adalah sosial media, yang salah satunya masuk kedalam golongan tersebut adalah *Whatsapp* (WA).

Sejak awal kemunculannya, WA menjadi salah satu media baru yang memungkinkan kita untuk berkomunikasi layaknya di dunia nyata. Para penggunanya adalah mereka yang memiliki *smartphone* dari berbagai kalangan. Adapun kalangan pengguna aktif WA datang dari kalangan muda. Kalangan muda yang dimaksud adalah mereka yang kerap disebut sebagai Generasi millennial atau dikenal sebagai **Generasi Y, Gen Y** atau **Generasi Langgas** adalah kelompok demografi setelah Generasi X (Gen-X) yang lahir diantara tahun 1980-an sebagai awal kelahiran awal 2000-an sebagai akhir kelahiran. Dimana generasi ini pun lahir beriringan dengan berkembang pesatnya teknologi komunikasi dan era media baru.

Netiket

- **Selalu perhatikan penggunaan kalimat**

Hasil penelitian mengenai penggunaan kalimat pada saat mereka berkomunikasi para informan mengatakan

“Kami memakai bahasa sehari-hari yang sering kita gunakan dalam percakapan sehari-hari, bahkan jika kita berkomunikasi dengan sesama tema kami menggunakan bahasa-bahasa gaul yang sedang populer. Tapi jika kami berkomunikasi dengan orang yang lebih tua, kami berusaha menggunakan bahasa yang lebih formal dan baku, dan tidak menggunakan bahasa gaul”

Berdasarkan hal tersebut di atas dan pengamatan dapat disimpulkan bahwa penggunaan bahasa yang mereka gunakan dalam pertukaran pesan menggunakan WA lebih cenderung menggunakan bahasa pergaulan sehari-hari. Jika akan berkomunikasi dengan orang yang lebih tua barulah mereka menggunakan bahasa percakapan sehari-hari yang lebih formal dan tidak terlalu baku.

Pada saat berkomunikasi cenderung mereka menyampaikan topik permasalahan secara langsung, tanpa pembukaan, isi dan penutup.

- **Berhati-hati saat menggunakan huruf**

Jenis huruf yang mereka pilih dan gunakan untuk menyampaikan pesan cenderung sama, yaitu menggunakan huruf standar yang disediakan, yang ada dalam aplikasi WA seperti pernyataan para informan berikut

“Pada saat akan menyampaikan, menulis (mengetik) pesan, kami memakai fasilitas yang ada di aplikasi WA. Kadang memang kami menggunakan jenis huruf khusus kalau kami mengetahui, mendapatkan tips dan trik khusus merubah jenis dan format penampilan WA (tapi sangat jarang).”

Mengenai pemakaian huruf dalam penyampaian pesan melalui WA memang masih di dominasi penggunaan huruf yang standar. Tapi mengenai pemakaian huruf besar (Kapital), mereka cenderung tidak terlalu peduli. Biasanya mereka menggunakan huruf kapital hanya di awal kalimat. Dalam penulisan kata, mereka tidak terlalu memperhatikan kaidah penulisan seperti EYD ataupun PUEBI. Mereka lebih sering menuliskan kata dengan gaya penulisan non formal dan singkatan dalam bahasa gaul misalnya kuy yang berarti yuk (yang berarti ayo), mager (berarti malas gerak) dll.

- **Pemilihan simbol dan ikon yang tepat**

Dalam media sosial, ada banyak simbol dan ikon yang dapat dipilih dan digunakan disertakan dalam sebuah informasi atau tulisan. Simbol atau ikon tersebut dapat berupa *emoji* atau *sticker* dan lain sebagainya.

Penggunaan simbol dan ikon di kalangan generasi milenial pada saat berkomunikasi melalui WA sangat populer. Simbol dan ikon ini mereka gunakan sebagai variasi pesan agar lebih menarik dan lucu seperti yang dikatakan para informan berikut;

“Biasanya pada saat mengirim pesan melalui WA, kadang kami juga menggunakan simbol atau ikon. Kadang kami hanya menggunakan simbol atau ikon tanpa sebuah kata. Kami menggunakan simbol atau ikon agar pesan kami terlihat lebih menarik, lebih lucu dan berbeda dengan teman yang lainnya. Kadang kami menggunakan simbol karena kami menulis, mengetik”

Penggunaan simbol, ikon memang banyak digunakan untuk melengkapi, mendukung isi pesan (tulisan) yang mereka sampaikan melalui WA. Namun jika di amati, kadang simbol, ikon tersebut tidak sejalan dengan isi pesan. Hal ini terjadi karena mereka tidak memahami makna simbol, salah menafsirkan simbol yang mereka gunakan. Oleh karena itu, sebaiknya kita tidak menambahkan simbol, ikon kalau memang tidak perlu, dan tidak pahami makna dari simbol yang kita gunakan.

6. **Menggunakan bahasa yang sesuai**

Pemilihan kata dan bahasa yang sesuai dapat membuat isi pesan kita menjadi lebih jelas dan mudah dipahami oleh orang yang menerima pesan. Namun dalam kegiatan komunikasi melalui WA yang dilakukan oleh generasi milenial adalah sebagai berikut

“Dalam pemilihan kata atau penggunaan bahasa di WA, kami lebih banyak menggunakan bahasa gaul dan tidak terlalu memperhatikan kaidah penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar. Karena kalau menggunakan bahasa Indonesia, pesan kami terkesan kaku, tidak menarik, dan jadul (kuno). Kami baru (berusaha) menggunakan kata, kalimat, dan bahasa Indonesia yang baik kalau pesan kami ditujukan kepada orang yang lebih tua. Tapi bahasa yang kami gunakan tidak terlalu baku dan cenderung masih seperti bahasa percakapan, pergaulan sehari-hari. Biasanya kalau menggunakan WA itu kita lebih blak blakan dan lebih apa adanya, apa lagi kalau sudah berinteraksi dengan group group yang kiranya banyak ga seriusnya,, kadang bahasanya suka tidak terkontrol dan kalau tatap muka, kita kan harus bisa jaga sikap. Kadang sebaliknya sih pada saat ketemu atau tatap muka kita santai, tapi pada saat kita berkomunikasi menggunakan WA kita menggunakan kata pembuka atau basa basi.”

Dari hasil wawancara dan pengamatan terhadap isi pesan mereka, terlihat bahwa penggunaan bahasa percakapan dan pergaulan (bahasa gaul) lebih dominan. Apalagi jika mereka berkomunikasi, berinteraksi (lewat WA) dengan sesama rekan mereka, maka bahasa gaul adalah bahasa yang mereka gunakan. Bagi orang yang tidak memahami bahasa gaul maka akan sulit untuk mengerti, dan memahami isi pesan mereka. Gaya bahasa non formal ini sangat kental dalam kegiatan komunikasi mereka, sehingga pada saat mereka akan berkomunikasi dengan orang yang lebih tua (formal) mereka cukup kesulitan dan gaya bahasa gaul mereka tetap muncul.

7. Memberikan respon dengan segera

Mengenai respon atau feed back pada saat mereka berkomunikasi melalui WA cenderung dilakukan segera, seperti yang disampaikan oleh para informan berikut;

“Pada saat kami chat di WA, biasanya kami pasti akan memberikan respon, jawaban saat itu juga. Walaupun ada pesan WA yang kami respon (cukup) lama biasanya disebabkan karena kami sedang offline dan tidak tahu kalau ada pesan yang masuk. Tapi hal ini biasanya jarang terjadi, karena ponsel lebih sering berada dalam genggaman tangan kami, bahkan saat lagi kuliahpun kami tetap memantau media sosial dan merespon pesan yang masuk”

Dari hasil wawancara dan pengamatan terhadap kecepatan memberikan respon, terlihat bahwa mereka sangat responsif pada pesan yang masuk. Setiap pesan yang masuk akan segera mereka jawab. Hal ini disebabkan karena sebagian besar waktu mereka tidak pernah lepas dari ponsel dan mereka sangat aktif memantau media sosial. Pada saat mereka belajar di dalam kelas (kuliah)pun, ponsel mereka tetap aktif dan ada di tangan mereka. Sehingga jika ada pesan yang masuk maka akan segera respon.

8. Memberikan informasi yang memiliki referensi jelas

Memberikan informasi yang penting, akurat dan dapat dipercaya merupakan hal penting dalam suatu aktivitas pertukaran pesan, tidak terkecuali melalui WA. Namun faktor ini merupakan faktor yang sering diabaikan dan dilupakan sehingga pesan yang tidak jelas (hoax) sering kali muncul, seperti yang diungkapkan para responden

“Jika ada suatu informasi, berita terbaru, biasanya kami juga sering share informasi ke sesama rekan. Mengenai sumber dari informasi yang kami terima, biasanya kami kurang peduli dan tidak mau tahu. Yang penting bagi kami informasi itu menarik, dan mengenai hal terbaru atau yang sedang jadi topik pembicaraan, maka kami akan selalu sharing ke yang lainnya”

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi memang terlihat bahwa kejelasan sumber informasi bukan merupakan hal yang penting bagi mereka. Kebiasaan dan pola komunikasi seperti ini yang menyebabkan informasi yang tidak jelas (hoax) cepat beredar. Hal ini sering dimanfaatkan oleh oknum dan kelompok yang tidak bertanggung jawab untuk menyebarkan berita bohong, dan fitnah. Mereka juga tidak terlalu ambil pusing apakah informasi, pesan yang merke terima logis, dapat dipertanggungjawabkan, atau hanya sekedar berita bohong, fitnah dan hoax. Biasanya saat mereka mendapat informasi, berita yang lagi hangat akan segera mereka sharing tanpa berpikir panjang.

Dari hasil penelitian di atas, dapat dilihat bahwa kaum milenial yang kerap kali tidak mengindahkan tatanan etika komunikasi kepada seseorang yang lebih tua saat berkomunikasi virtual di WA. Terlebih saat berkomunikasi di ruang WA grup, mereka sering keablasan dan kurang mempertimbangkan etika menyampaikan sesuatu tanpa menyadari siapa saja anggota WA grup tersebut.

Terkadang seseorang melupakan etika komunikasi yang kerap diterapkan saat berkomunikasi secara tatap muka. WA tidak jarang membuat penggunanya bisa merasa jauh lebih mudah dan santai mengutarakan apa yang ingin disampaikan. Dengan berkomunikasi melalui fitur *chat* pemilihan dan penggunaan kata-kata pun dibuat menjadi lebih singkat oleh pengguna WA yang terlibat didalam komunikasi. Tanpa mengindahkan lagi susunana bahasa baku, bnyak istilah baru yang muncul ditengah-tengah para pengguna WA, hasilnya adalah kesan formal, aspek nilai, norma dan etika komunikasi menjadi luntur dan terabaikan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat perubahan etika komunikasi dari media konvensional ke media baru. Komunikasi dengan menggunakan Whatsapp dilakukan dengan cara yang jauh lebih santai. Para pengguna Whatsapp kalangan generasi milenial tidak terlalu memperhatikan caranya berkomunikasi kepada pengguna Whatsapp lain yang lebih tua, baik pada personal *chat* maupun pada *group chat*. Mereka tidak membedakan pemilihan dan penggunaan bahasa saat berkomunikasi dengan yang lebih tua, tidak jarang bahasa yang digunakan oleh generasi milenial mereka samakan saat berkomunikasi dengan yang lebih tua, sehingga hal ini memperlihatkan kesan tidak sopan. Sedangkan ketika berkomunikasi secara konvensional generasi milenial memperlihatkan kesan yang sopan karena mereka melakukan komunikasi tatap muka.

5.2 SARAN

Adapun saran yang dapat diberikan berkaitan dengan etika komunikasi penggunaan Whatsapp dan jarak sosial pada generasi milenial adalah sebagai berikut:

1. Para generasi milenial sepatutnya tetap menyadari bahwa etika komunikasi yang baik harus tetap diterapkan dalam berkomunikasi melalui WA.
2. Penerapan etika komunikasi dan pemilihan kata dan bahasa di WA lebih baik tidak berbeda jauh seperti saat berkomunikasi secara konvensional.

Daftar Pustaka

Makalah: Etika Berkomunikasi Dalam Sosial Media.

<http://dickysyuhada.blogspot.com/2013/05/etika-berkomunikasi-dalam-sosial-media.html> (17 juni 2015)

Nur hadi Wiryanto, **Etika Berkomunikasi di Dunia Maya dengan *Netiquette*** Dipresentasikan dalam Seminar Nasional Matematika dan Pendidikan Matematika 2006 dengan tema “**Trend Penelitian dan Pembelajaran Matematika di Era ICT** “ yang diselenggarakan pada tanggal 24 Nopember 2006

Nugroho, Y. (2008). Adopting Technology, Transforming Society: The Internet and the Reshaping of Civil Society Activism in Indonesia. *International Journal of Emerging Technologies and Society* Vol.6 No.22.

Aryatmoko. 2007. *Etika Komunikasi*. Indonesia : Kanisius.

Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikas Dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2011), h. 11

Husaini Usman, Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Cet. I; Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008), h. 52.

W. Lawrence Newman, *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Penerj: Edinah T. Sofia (Jakarta Barat: PT. Indeks, 2013), h. 563

<https://pakarkomunikasi.com/etika-komunikasi-di-media-sosial>

<https://www.dictio.id/t/bagaimana-etika-komunikasi-di-media-sosial-yang-baik/16489>