

Etika Berkomunikasi di Era Digital: Eksplorasi Pola Interaksi dan Konten Berbahaya di Media Sosial

Cintana Aisyah Rilia¹, Abdul Malid², Rika Puspita Sari³, Amiruddin⁴

¹²³Program Studi Kesehatan Masyarakat, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

⁴Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

cintanaaisyah@gmail.com¹

ABSTRACT

Social media platforms have developed into important instruments for social interaction, communication, and information gathering. Through a series of routine actions, ethics provides humans with experience of how other people live their lives. This research method uses clustering data mining. Ethics can help human behavior in making judgments and acting in accordance with their philosophy of life. When deciding what to understand and what to do, ethics is a very useful tool. Because ethics can be applied to every aspect of life, ethics can be categorized into several areas based on facets or aspects of human life. Relations between people will be positive and friendly if there is good communication ethics. Therefore, social media users should think about the implications of the material and comments they publish. Additionally, respect and empathy for other individuals is an important component of social media communication etiquette. If communication ethics are not understood, miscommunication will arise, giving rise to debates and conflicts that can damage social harmony.

Keywords: *ethics, communication, social media*

ABSTRAK

Platform media sosial telah berkembang menjadi instrumen penting untuk interaksi sosial, komunikasi, dan pengumpulan informasi. Melalui serangkaian tindakan rutin, etika memberi manusia pengalaman tentang bagaimana orang lain menjalani hidupnya. Metode penelitian ini menggunakan *data mining clustering*. Etika dapat membantu perilaku manusia dalam membuat penilaian dan bertindak sesuai dengan filosofi hidupnya. Ketika memutuskan apa yang harus dipahami dan apa yang perlu dilakukan, etika adalah alat yang sangat berguna. Karena etika dapat diterapkan pada setiap aspek kehidupan, maka etika dapat dikategorikan ke dalam beberapa bidang berdasarkan segi atau aspek kehidupan manusia. Hubungan antar masyarakat akan positif dan bersahabat bila terdapat etika komunikasi yang baik. Oleh karena itu, pengguna media sosial harus memikirkan implikasi dari materi dan komentar yang mereka publikasikan. Selain itu, rasa hormat dan empati terhadap individu lain merupakan komponen penting dari etika komunikasi media sosial. Jika etika komunikasi tidak dipahami maka akan timbul miskomunikasi sehingga menimbulkan perdebatan dan konflik yang dapat merusak keharmonisan masyarakat.

Kata kunci: etika, komunikasi, media sosial

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi memfasilitasi komunikasi antarindividu, menghilangkan hambatan seperti waktu dan lokasi. Misalnya, orang-orang dapat dengan mudah berkomunikasi melalui telepon, bahkan melintasi batas negara. Telepon tidak hanya memfasilitasi komunikasi, tetapi internet juga saat ini. Media sosial merupakan salah

satu jenis media yang dapat digunakan untuk berkomunikasi secara online (Paramesti et al., 2020). Selain menjadi contoh kemajuan teknis, penggunaan media sosial juga merupakan faktor kunci dalam pergeseran dinamika sosial budaya pada masyarakat. Untuk memahami bagaimana perubahan-perubahan ini mempengaruhi kehidupan sehari-hari masyarakat dan mempengaruhi kerangka sosio-kultural, penting untuk menyelidiki dampaknya. Setiap orang dan organisasi memiliki kesempatan untuk berbagi pengalaman, keyakinan, dan identitas budaya mereka berkat media sosial yang merupakan komponen kunci budaya digital (Gulo, 2023).

Di era digital kontemporer, platform media sosial telah berkembang menjadi instrumen penting untuk interaksi sosial, komunikasi, dan pengumpulan informasi (Sitorus et al., 2024). Penggunaan media sosial di Indonesia semakin meningkat setiap harinya, dari Januari 2017 sampai Januari 2018, terjadi kenaikan sebesar 23%. Ada yang berpendapat bahwa terdapat peningkatan sebesar 2 juta pengguna media sosial di Indonesia. Selain itu, rata-rata pengguna internet menggunakan perangkatnya atau berjalan kaki selama sekitar delapan jam atau sepertiga hari. Rata-rata pengguna menghabiskan tiga jam dua puluh tiga menit di media sosial (Pasuhuk et al., 2023).

Banyak aplikasi telah dikembangkan baru-baru ini untuk memfasilitasi komunikasi manusia. Tentu saja moralitas dan etika sangat diperlukan dalam berkomunikasi agar media sosial nyaman. Namun, pengguna media sosial seringkali mengabaikan moral ini, menggunakan tata bahasa yang kasar atau buruk dalam komunikasi mereka, melanggar privasi pengguna lain, menyebarkan rasa malu kepada pengguna lain, dan bertanggung jawab penuh atas tindakan mereka. Memastikan keakuratan informasi merupakan perhatian penting dalam komunikasi virtual di media sosial. Informasi yang disebar luaskan secara *online* sering kali luput dari pengawasan ketat, sehingga memungkinkan penyebaran informasi yang salah dan kesalah pahaman. Selain itu, tingginya tingkat anonimitas yang terkait dengan koneksi *virtual* dapat memfasilitasi penyebaran informasi palsu. Hal ini mungkin merugikan orang atau organisasi yang menjadi sasaran informasi palsu atau penipuan (Ahmadi & Gunarti, 2023).

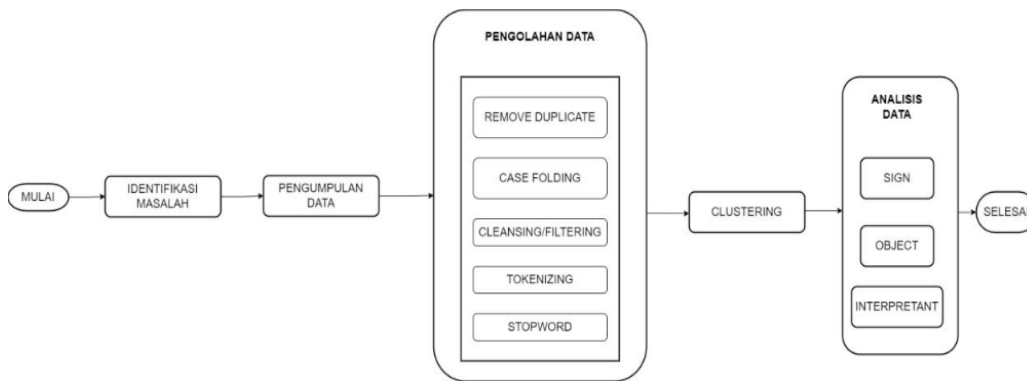
Berdasarkan latar belakang di atas, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana etika berkomunikasi terhadap pola interaksi pada konten berbahaya di media sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode *data mining clustering*. Praktik memeriksa kumpulan data yang sangat besar untuk menemukan pola dan aturan yang relevan menggunakan pembelajaran mesin, kecerdasan buatan, statistik, dan metode aritmatika dikenal sebagai penambangan data. Salah satu subbidang ilmu komputer dari *data mining* yang disebut *text mining* digunakan untuk mengekstrak informasi tekstual dari berbagai sumber. Analisis teks adalah istilah untuk tindakan yang dapat dilakukan dalam penambangan teks untuk memeriksa teks. Analisis teks adalah proses mengubah data tidak terstruktur menjadi informasi pribadi sehingga tema, pola, dan subjek dapat ditemukan. Penambangan teks dapat digunakan untuk

ekstraksi informasi, pelacakan topik, ringkasan, klasifikasi, pengelompokan, menghubungkan ide, dan menjawab pertanyaan.

Salah satu aplikasi *text mining* yang dapat digunakan adalah *clustering*. Mengurutkan data tekstual ke dalam banyak kelompok dikenal sebagai *clustering*. *Cluster* adalah kumpulan *item* yang dikelompokkan bersama karena kedekatan atau kemiripannya. Pendekatan pengelompokan adalah metode terbaik untuk mengelompokkan data tidak terstruktur ketika tidak ada cara yang jelas untuk mengaturnya. Pendekatan pembobotan istilah digunakan untuk mengetahui frekuensi kemunculan setiap kata atau istilah dalam data yang diolah dengan teknik *cluster* (Annisa & Ariesta, 2023). Ada beberapa jenis strategi *clustering* yang dapat diterapkan; pendekatan ini dikaitkan dengan algoritma pengelompokan data. Setiap kata yang muncul diberi bobot pada saat proses *clustering*, kemudian kata-kata tersebut dikategorikan berdasarkan kemungkinan terbentuknya *cluster* menggunakan suatu algoritma. Algoritma yang paling populer disebut *K-Means*, dan beroperasi dengan mengelompokkan data berdasarkan kemungkinan hasil.



Gambar 1. Tahapan Penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Seseorang yang mahir menggunakan media sosial dapat memperoleh beberapa manfaat yang akan meningkatkan kualitas hidupnya, antara lain kemampuan menjalin persahabatan, belajar lebih mudah, mempermudah pembelian, dan banyak keuntungan lainnya. Di sisi lain, ketika seseorang menyalahgunakan media sosial, mereka kehilangan hal-hal seperti koneksi, pengungkapan privasi, dan reaksi negatif dari pengguna lain.



Gambar 2. Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2020.

Menurut Faulida (2020) media sosial hanyalah konten *online* yang memfasilitasi interaksi sosial dengan memanfaatkan teknologi berbasis *web* untuk mengubah komunikasi menjadi wacana interaktif. Ciri-ciri media sosial antara lain:

1. Banyaknya orang yang menerima pesan selain dari satu orang saja.
2. Mirip dengan pesan teks atau internet.
3. Dibandingkan media lain, pesan yang diberikan seringkali tersampaikan lebih cepat.
4. Penerima pesan mengatur durasi kontak.
5. Pesan yang disampaikan tidak dipungut biaya.



Gambar 3. Contoh postingan di media social.

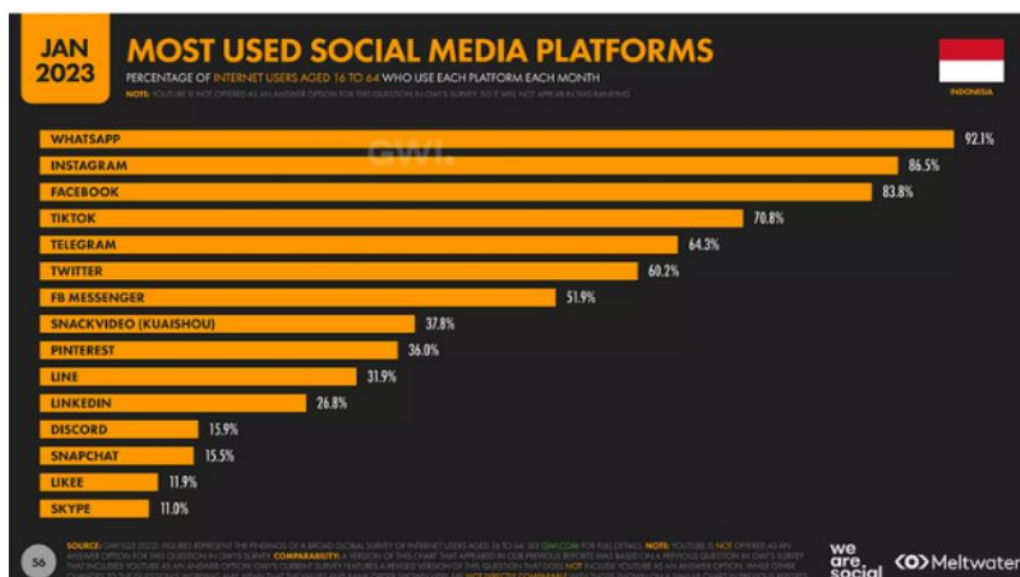
Berikut beberapa petunjuk etika komunikasi media sosial yang benar menurut Turnip & Siahaan (2021):

1. Waspada keadaaan lawan bicara agar tidak membuat orang lain merasa takut, berusahalah berkomunikasi dengan baik, sopan, dan jujur.
2. Saat berbicara dengan orang tersebut, tampilkan diri sebagai pendengar yang penuh perhatian terhadap masalah atau krisis apa pun yang mungkin mereka

alami. Ini akan membantu kami memutuskan dukungan atau bantuan apa yang akan diberikan.

3. Prioritaskan pesan, jangan hanya mengandalkan perasaan, karena hal ini dapat menimbulkan lebih banyak perselisihan, kecuali sepenuhnya menyadari sifat masalahnya.
4. Belajar menghargai privasi orang lain dan menahan diri untuk tidak membicarakan atau mengungkit masalah pribadi orang lain. Jangan terlalu banyak membicarakan kehidupan pribadi, apalagi urusan pribadi. Bagikan momen yang layak dan berguna untuk dikonsumsi publik.
5. Menahan diri untuk membahas dan menyebarkan informasi yang tidak pantas, seperti SARA dan pornografi, serta menahan diri untuk tidak menjadikan hal-hal yang tidak pantas menjadi komedi ringan.
6. Perhatikan waktu saat mengobrol atau mengirim pesan, hindari mengganggu liburan orang lain atau waktu senggang untuk percakapan yang tidak berguna.

Media sosial adalah format media *online* atau *platform* digital yang memungkinkan pengguna berkomunikasi, bertukar materi, dan menjalin hubungan dengan orang lain secara *online*. Media sosial memungkinkan pengguna untuk berbagi konten, termasuk gambar dan video, membuat profil pribadi, dan berkomunikasi dengan pengguna lain melalui pesan dan komentar pribadi.



Gambar 4. Data penggunaan media sosial tahun 2023.

Berdasarkan Gambar 4 menunjukkan bahwa sejumlah *platform* media sosial yang paling umum digunakan dan disukai oleh masyarakat Indonesia berusia 16 hingga 64 tahun, berdasarkan data yang dirilis we are social dengan editorial digital. Sepuluh *platform* media sosial terpopuler adalah sebagai berikut: Skype 11,0%, Like sebesar 11,9%, Snapchat sebesar 15,5%, Discord sebesar 15,9%, LinkedIn sebesar 26,8%, Line sebesar 31,9%, Pinterest sebesar 36%, Snackvideo sebesar 37,9%, FB

Messenger sebesar 51,9%, Twitter sebesar 60,2%, Telegram sebesar 64,3%, TikTok sebesar 70,8%, Facebook sebesar 83,8%, Instagram sebesar 86,5%, dan WhatsApp sebesar 92,1%.

Media sosial memiliki segudang manfaat yaitu: kemampuan menyebarkan pengetahuan secara instan, membina kerja sama, dan membangun jaringan sosial yang lebih luas. Namun, penggunaan media sosial memiliki sejumlah bahaya dan hambatan, termasuk masalah privasi dan perlindungan data pribadi, penyebaran informasi yang berbahaya dan tidak akurat, serta dampak buruk terhadap kesehatan mental pengguna (Angelia & Nurcahyani, 2023).

Eksplorasi Dampak Media Sosial di Tengah Masyarakat

Menelaah dampak media sosial melibatkan upaya untuk memahami, mengevaluasi, atau melihat dampak media dalam berbagai situasi. Pengaruh media sosial terhadap aspek sosial budaya kehidupan masyarakat dapat tercakup dalam investigasi ini. Tujuan eksplorasi adalah untuk memperoleh pengetahuan yang lebih luas tentang sesuatu yang baru bagi masyarakat melalui penyelidikan. Oleh karena itu, penyelidikan mencakup upaya untuk memahami dan menggunakan ide-ide atau sumber-sumber yang tidak sepenuhnya dipahami. Secara umum, eksplorasi dapat berhubungan dengan upaya mempelajari hal-hal baru, memajukan pemahaman, atau mengeluarkan potensi yang belum terwujud. Media sosial telah muncul sebagai kekuatan utama di era digital yang berkembang pesat, mengubah dinamika sosial dan pola pikir interaksional (Gulo, 2023).

Etika Berkomunikasi dalam Penggunaan Media Sosial

Seperangkat keyakinan, pedoman, dan praktik yang dikenal sebagai etika komunikasi mengatur interaksi, partisipasi, dan komunikasi kita di *platform* media sosial. Saat memanfaatkan media sosial, etika komunikasi berarti memperlakukan orang lain dengan tanggung jawab, rasa hormat, dan kasih sayang serta menyadari potensi konsekuensi dari perkataan dan perbuatan kita.

Aturan pasal 27 sampai dengan 30 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) memuat lima aturan yang mengatur etika bermedia sosial. Aturan tersebut antara lain melarang pengunggahan materi yang tidak patut, menyebarkan hoaks dan informasi menyesatkan lainnya, serta menggunakan ujaran kebencian (Angelia & Nurcahyani, 2023).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi secara *online* seseorang sangat penting dalam etika komunikasi media sosial. Setiap pernyataan yang dibuat dan setiap aktivitas yang dilakukan di media sosial mempunyai dampak terhadap sarannya serta komunitas *online* secara luas. Oleh karena itu, pengguna media sosial harus memikirkan implikasi dari materi dan komentar yang mereka publikasikan. Selain itu, rasa hormat dan empati terhadap individu lain merupakan komponen penting dari etika komunikasi media sosial.

Sebelum menjawab atau membuat pernyataan, penting untuk mempertimbangkan pikiran dan perasaan orang lain. Pengguna media sosial dapat membina komunikasi yang sehat dan bermakna di *platform* media sosial, meningkatkan hubungan *online*, dan menciptakan lingkungan *online* yang menyenangkan dengan memahami dan mempraktikkan konsep etika komunikasi. Pemilihan kata yang cermat dapat membantu menghindari konflik, membina komunikasi yang konstruktif, dan menjamin keakuratan informasi sebelum diungkapkan karena dapat menimbulkan kerugian bagi orang atau kelompok tertentu. Terkait etika komunikasi media sosial, sangat penting untuk menghormati privasi orang lain dan tidak mengungkapkan informasi pribadi tanpa persetujuan. Hal ini termasuk berbagi gambar, video, dan bahkan informasi pribadi orang lain, yang semuanya dapat dianggap sebagai pelanggaran privasi etis.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, M., & Gunarti, T. T. (2023). Etika Komunikasi dalam Dunia Maya. *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam*, 4(2), 237-246.
- Angelia, S. F., & Nurcahyani, W. (2023). Etika Komunikasi dalam Media Sosial (Cyberbullying pada Siswa SMP Atlet Dance Sport). *Jurnal Tikar*, 4(2), 103-108.
- Annisa, J., & Ariesta, A. (2023). Analisis Semiotika Makna Nasionalisme melalui Text Mining pada Media Sosial Twitter di Kejuaraan AFF Tahun 2020. *JURNAL IPTEKKOM Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi*, 25(1), 69-84.
- Ashari, S. F., & Yuliana, N. (2023). Etika Berkomunikasi dalam Lingkungan Media Sosial. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(5).
- Faulina, A., Chatra, E., & Sarmiati, S. (2020). Peran Buzzer dan Konstruksi Pesan Viral dalam Proses Pembentukan Opini Publik di New Media. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 7(1), 1.
- Gulo, A. (2023). Revitalisasi Budaya di Era Digital dan Eksplorasi Dampak Media Sosial terhadap Dinamika Sosial-Budaya di Tengah Masyarakat. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan (JURDIKBUD)*, 3(3), 172-184.
- Paramesti, A. R., & Nurdiarti, R. P. (2022). Penggunaan Pseudonym di Second Account Instagram dalam Perspektif Etika Digital. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 11(1), 89-102.
- Pasuhuk, C., Nadeak, B., Rantung, D. A., & Naibaho, L. (2023). Meningkatkan Kepuasan Kerja melalui Penerapan Pembelajaran dalam Media Sosial bagi Guru Pendidikan Agama Kristen. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(8), 75-88.
- Sitorus, H. J., & Tanoyo, M. (2024). The Polarisasi Politik Melalui Interaksi Sosial di Instagram: Studi Kasus Pemilu 2024 di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 4(2), 383-394.
- Turnip, E. Y., & Siahaan, C. (2021). Etika Berkomunikasi dalam Era Media Digital. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 3(04), 38-45.