

Analisis Etika Komunikasi pada Pemanfaatan Media Sosial Merujuk Pasal 27 UU ITE Studi pada Siswa Bengkalis

Rizky SA

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau

Email Korespondensi: rizkysa@student.uir.ac.id

Diterima: 15-03-2025 Disetujui: 25-05-2025 Diterbitkan: 25-06-2025

Abstrak

Penelitian ini dilatar belakangi oleh kebebasan penggunaan media sosial telah menggeser nilai norma dan etika dalam berkomunikasi yang baik terutama melalui media sosial *facebook* oleh kalangan remaja. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui sejauh mana penerapan pada Undang-Undang ITE Pasal 27 sebagai dasar etika komunikasi di media sosial *facebook* pada remaja. Metode yang di gunakan pada penelitian ini yaitu kualitatif dengan subjek penelitian pada siswa SMAN 3 Mandau kelas X (sepuluh), pengumpulan data dengan menggunakan wawancara, dokumentasi dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika komunikasi dan penerapan UU ITE Pasal 27 oleh remaja melalui media sosial *facebook* belum berjalan dengan baik. Terdapat etika komunikasi yang belum dapat diterapkan oleh remaja seperti penggunaan kata-kata kasar, tulisan yang menggunakan muatan kesusilaan, perjudian, penghinaan serta pencemaran nama baik. Terdapat etika komunikasi yang dapat diterapkan oleh remaja yakni tidak provokatif, unsur kesusilaan dalam konteks pornografi, tidak melakukan tindakan pemerasan dan pengancaman. Para remaja tidak menyadari adanya unsur pelanggaran etika komunikasi di media sosial *facebook* karena dianggap sebagai sebuah candaan sesama teman dan bentuk keakraban. Sehingga diperlukan adanya pemahaman dan pengetahuan mengenai etika komunikasi melalui media sosial yang telah tertuang pada Undang-Undang ITE agar remaja dapat menggunakan media sosial dengan bijak dan tidak melakukan pelanggaran etika komunikasi.

Kata Kunci: Etika Komunikasi, UU ITE, Pemanfaatan *Facebook*.

Abstract

This research is motivated by the freedom of social media usage has shifted the values of norms and ethics in good communication, especially through social media Facebook by teenagers. The purpose of this study is to determine the extent to which the application of the ITE Law Article 27 as the basis for



communication ethics on social media Facebook for teenagers. The method used in this study is qualitative with research subjects on students of SMAN 3 Mandau class X (ten), data collection using interviews, documentation and observation. The results of the study indicate that communication ethics and the application of the ITE Law Article 27 by teenagers through social media Facebook have not been running well. There are communication ethics that cannot be applied by teenagers such as the use of harsh words, writings that use immoral content, gambling, insults and defamation. There are communication ethics that can be applied by teenagers, namely not being provocative, elements of morality in the context of pornography, not committing acts of blackmail and threats. Teenagers are not aware of the elements of violations of communication ethics on social media Facebook because they are considered as jokes between friends and a form of familiarity. Therefore, it is necessary to have an understanding and knowledge regarding the ethics of communication through social media as stated in the ITE Law so that teenagers can use social media wisely and not violate communication ethics.

Keywords: *Communication Ethic, ITE Regulation, Facebook Use.*

PENDAHULUAN

Perkembangan penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi semakin pesat sejak internet dapat diakses melalui telepon seluler. Saat ini, orang dapat mengakses internet kapan pun dan di mana pun menggunakan *smartphone*, atau yang lebih umum disebut sebagai *gadget*. Perangkat ini memudahkan orang untuk terkoneksi tanpa batas waktu.

Smartphone memiliki berbagai fitur yang membuat penggunaanya terkadang lupa dengan dunia nyata. Salah satu hal yang paling menarik dari penggunaan *smartphone* adalah media sosial. Media sosial merupakan medium berbasis internet yang memungkinkan penggunaanya untuk mengekspresikan diri, berinteraksi, bekerja sama, berbagi informasi, berkomunikasi dengan pengguna lain, serta membentuk ikatan sosial secara *virtual* (Nurudin, 2012).

Dengan adanya media sosial, masyarakat dapat mengakses informasi dengan sangat cepat. Hal ini menimbulkan fenomena besar dalam arus informasi, tidak hanya di negara-negara maju, tetapi juga di Indonesia. Saat ini, hampir setiap orang memiliki *smartphone* dan akun media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *YouTube*, serta aplikasi pesan instan seperti *WhatsApp*, *Line*, dan lain sebagainya. Media sosial merupakan salah satu hasil perkembangan dari internet.

Menurut Sudarma (2004), internet secara umum merupakan jaringan kerja yang menggunakan sistem komputer. Internet pertama kali dikembangkan oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat pada tahun 1969 melalui program ARPAnet (*Advanced Research Project Agency Network*),

dan mulai berkembang ke negara lain seperti Inggris dan Norwegia pada tahun 1973. Kini, internet telah menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat dunia karena banyak manfaat yang bisa diperoleh apabila digunakan secara cermat dan cerdas.

Salah satu kelompok pengguna *Facebook* sebagai sarana interaksi dan komunikasi adalah siswa SMAN 1 Batin Solapan. Usia siswa SMA umumnya berada pada rentang 16 hingga 18 tahun. Media sosial seperti *Facebook* memudahkan mereka dalam berkomunikasi, baik secara individu maupun kelompok, serta dalam mencari informasi terbaru dan hiburan. Namun, sayangnya, penggunaan *Facebook* oleh para remaja ini tidak selalu dibarengi dengan pengetahuan tentang etika berkomunikasi yang baik.

Kurangnya pemahaman terhadap norma dan etika dapat menyebabkan lunturnya nilai-nilai sosial di kalangan remaja, yang pada akhirnya dapat memberikan pengaruh negatif terhadap remaja lainnya. Rendahnya etika dan moral dalam menggunakan media sosial seperti *Facebook* bisa berujung pada berbagai bentuk kekerasan, baik fisik maupun mental, termasuk tawuran.

Penggunaan kata atau kalimat yang tidak sesuai etika dalam membuat status atau berkomentar di *Facebook* dapat menimbulkan ketidaknyamanan, kesalahpahaman, bahkan konflik antar pengguna (Kismiyati, 2010).

Hal ini berkaitan pula dengan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) Pasal 27, yang menyebutkan:

“Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang memiliki muatan yang melanggar kesusilaan.”

“Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang memiliki muatan perjudian.”

“Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang memiliki muatan penghinaan dan/atau pencemaran nama baik.”

“Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang memiliki muatan pemerasan dan/atau pengancaman.”

Kemajuan teknologi digital telah membawa pengaruh besar terhadap perilaku remaja. Rendahnya etika dan moral dalam bermedia sosial berpotensi melahirkan kekerasan verbal yang bisa berkembang menjadi

kekerasan fisik. Kekerasan verbal ini dapat berupa cemoohan, *bullying*, saling mengejek, hingga pengancaman, yang semuanya terjadi di media sosial.

Media sosial seharusnya dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi yang baik dan positif, serta sebagai sumber hiburan dan informasi yang faktual. Oleh karena itu, penting bagi pengguna, khususnya remaja, untuk lebih bijak dan mampu memfilter informasi yang mereka terima maupun sampaikan.

KERANGKA TEORI

Komunikasi *Virtual*

Komunikasi *virtual* merupakan penyampaian pesan yang memanfaatkan jaringan internet dengan sifat interaktif dan digital, di mana *feedback* dapat langsung diterima. Hal ini tidak dapat terlepas dari media internet yang digunakan sebagai alat komunikasi (Werner, 2001). Komunikasi itu sendiri adalah proses di mana seorang individu mengirimkan stimulus bahasa (verbal maupun nonverbal) untuk mengubah tingkah laku orang lain. *Virtual communication* merupakan perkembangan dari media baru, yang menurut Wikipedia, merujuk pada konvergensi teknologi komunikasi digital yang terhubung dengan jaringan. Porter (2004) mendefinisikan komunikasi *virtual* sebagai interaksi yang didukung oleh teknologi, antara individu atau organisasi yang memiliki minat yang sama. McQuail (2010) mengutip Lindlof dan Schatzer (1998), menyebutkan bahwa komunitas *virtual* terbentuk karena adanya kesamaan minat antar individu yang sering berinteraksi.

Menurut Yap dan Bock (dalam Akkinen, 2005), komunitas *virtual* menggunakan teknologi komputer dan internet sebagai sarana utama interaksi, fokus pada hubungan antar anggota yang dibentuk melalui partisipasi dalam komunikasi. Komunitas *virtual* memungkinkan perusahaan dan pelanggan membangun hubungan yang lebih erat, di mana pelanggan dapat merasa terikat dan menjadi lebih loyal (Porter, 2004). Media baru, seperti komputer dan *smartphone*, memfasilitasi komunikasi yang cepat dan efisien, dengan aplikasi yang terhubung melalui internet, memungkinkan komunikasi interaktif tanpa hambatan waktu dan ruang (Setiawan, 2013).

Komunikasi *virtual* memberi banyak manfaat, seperti mempermudah sosialisasi, bisnis, dan berbagi ilmu. Sosialisasi dilakukan untuk bertemu teman atau berbagi hobi, sedangkan dalam bisnis, komunikasi ini memungkinkan kerja sama antar perusahaan serta distribusi tugas antar anggota tim (Setiawan, 2013). Komunikasi virtual juga menghemat waktu dan biaya, menggantikan cara tradisional seperti mengirim surat atau mengunjungi orang (Setiawan, 2013).

Beberapa kelebihan komunikasi *virtual* antara lain kecepatan dan kemudahan dalam berinteraksi, baik secara langsung (*real time*) maupun tertunda (*unreal time*). Komunikasi *virtual* juga dapat dilakukan secara individu maupun kelompok, disesuaikan dengan kebutuhan (Setiawan, 2013). Namun, ada kekurangan, seperti ketergantungan yang berlebihan terhadap internet, yang dapat memicu perilaku negatif seperti penyalahgunaan atau kejahatan dalam *cyberspace*.

Komunikasi *virtual* dalam dunia maya bisa dilakukan dengan berbagai cara, seperti *email*, *milis*, *chatting*, dan sosial media. *Email* memungkinkan pengiriman pesan elektronik, sementara *milis* digunakan untuk diskusi kelompok melalui *email*. *Chatting* memfasilitasi komunikasi langsung antar pengguna, dan sosial media memungkinkan interaksi dalam bentuk tulisan, visual, dan audiovisual di dalam jaringan komunitas.

Etika Komunikasi

Manusia memiliki keistimewaan dibandingkan makhluk lain, yaitu kemampuan berpikir yang membuatnya sadar akan dirinya sendiri dan mempertimbangkan tindakan yang akan diambil. Etika, sebagai cabang filsafat, mengkaji tentang baik dan buruk, serta hak dan kewajiban moral (akhlak) dalam kehidupan manusia. Komunikasi, sebagai kebutuhan mendasar, memainkan peran penting dalam kehidupan manusia, termasuk dalam interaksi masyarakat. Dalam komunikasi, norma-norma berfungsi untuk menjaga ketertiban, dan etika komunikasi menjadi kunci untuk memastikan tindakan komunikasi yang dilakukan baik dan bermanfaat bagi masyarakat.

Komunikasi yang etis memerlukan sikap jujur dan transparansi, terutama bagi pemimpin yang harus mengutamakan kepentingan umum daripada kepentingan pribadi. Seorang pemimpin diharapkan untuk berpikir tentang kesejahteraan bersama dan lingkungan sekitarnya (Johannesen, 1996). Etika komunikasi, menurut Nilsen (dalam Johannesen, 1996), mencakup penghormatan terhadap individu tanpa memandang status, penghormatan terhadap ide dan perasaan orang lain, serta keterbukaan pikiran yang mendorong kebebasan berekspresi. Selain itu, penting untuk mendengarkan dengan cermat sebelum memberikan persetujuan atau ketidaksetujuan.

Peran media massa dalam menyampaikan informasi sangat berpengaruh terhadap masyarakat dan kebijakan yang diambil. Pemberitaan yang menampilkan protes atau demonstrasi seringkali dapat menimbulkan efek besar, seperti ketakutan atau kebencian. Oleh karena itu, meskipun media memiliki kebebasan, kebebasan tersebut harus disertai dengan tanggung jawab sosial agar tidak disalahgunakan. Etika komunikasi penting dalam hal ini untuk melindungi publik dan menjaga keseimbangan antara kebebasan

berekspresi dan tanggung jawab sosial (Haryatmoko, 2007). Etika komunikasi juga berfungsi untuk menghindari dampak negatif dari logika yang cenderung mengabaikan nilai dan makna, serta menjaga kredibilitas media di depan publik.

Etika Komunikasi Bermedia Sosial

Dalam perspektif komunikasi, pertanyaan yang sering muncul adalah mengenai standar nilai apa yang harus dipertimbangkan untuk memulai perilaku komunikasi yang dapat mewujudkan kehidupan umat manusia yang lebih baik. Ada empat jawaban utama atas pertanyaan ini: (1) Bertindaklah dengan niat yang benar, baik untuk diri sendiri maupun orang lain, sebagai tujuan, bukan hanya sebagai sarana. (2) Dalam komunikasi, kita harus setia pada nilai-nilai dan budaya, seperti kebijaksanaan, cinta, dan keteraturan. (3) Kita harus menghargai kesopanan, baik dalam komunikasi verbal maupun nonverbal, dengan memberikan contoh sikap yang dialogis, terus terang, ramah, dan non posesif. (4) Etika komunikasi menuntut ketelitian dan kejujuran, di mana komunikasi bukan hanya menyampaikan pengetahuan yang ada, tetapi juga membangun pengetahuan baru (Johannesen, 1996).

Etika komunikasi dalam konteks media sosial sangat penting, terutama dalam hal waktu dan isi pesan. Penggunaan media sosial harus memperhatikan waktu yang tepat untuk menyampaikan pesan, menghindari mengirim pesan pada waktu yang tidak tepat seperti malam hari atau saat istirahat. Selain itu, isi pesan harus diperhatikan dengan seksama untuk menghindari kesalahan persepsi yang dapat menyebabkan konflik. Sebagai pengguna media sosial, kita perlu memperhatikan perasaan orang lain agar pesan yang disampaikan tidak disalahpahami (Haryatmoko, 2007).

Etika komunikasi juga harus memperhatikan siapa yang menjadi komunikan. Memahami siapa yang akan menerima pesan akan membantu kita bersikap sesuai dengan etika komunikasi yang ada, dan menghindari konflik. Dalam dunia komunikasi saat ini, media sosial memainkan peran yang besar. Media sosial memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dan mempresentasikan diri, namun juga memiliki dampak negatif, seperti berkurangnya interaksi tatap muka, kecanduan, serta masalah etika dan hukum terkait konten yang melanggar moral dan privasi (Setiawan, 2013).

Inovasi dalam komunikasi memungkinkan siapa saja untuk bebas mengekspresikan diri melalui media sosial, yang dapat diakses oleh jutaan orang setiap menit. Konten yang dibagikan bisa berupa foto, video, atau tulisan secara instan, dan dapat diakses oleh siapa saja. Oleh karena itu, dalam berkomunikasi, tidak hanya penting berbicara dengan baik, tetapi juga dengan niat tulus dan empati, untuk menciptakan komunikasi yang saling menghargai. Sayangnya, etika komunikasi sering kali diabaikan, meskipun ini merupakan hal yang sangat penting dalam kehidupan berbangsa dan bernegara.

Facebook

Facebook adalah media sosial yang sangat fenomenal dan digunakan oleh berbagai kalangan, tidak hanya anak muda, tetapi juga ibu-ibu dan bapak-bapak. Aplikasi ini mudah dipahami, yang menjadi salah satu alasan mengapa *Facebook* sangat populer. *Facebook* diluncurkan pada 4 Februari 2004 oleh Mark Zuckerberg dan teman-temannya, yang saat itu masih mahasiswa di Harvard University. Zuckerberg, yang kemudian menjadi orang termuda terkaya menurut Forbes dengan kekayaan sekitar 1,5 miliar dolar AS, awalnya mengembangkan situs media sosial bernama *Coursematch.com* sebelum menciptakan *Facebook*. *Facebook* pertama kali diluncurkan untuk mahasiswa Harvard dan dalam waktu singkat, pada 28 Mei 2004, sudah memiliki 200.000 pengguna di sekitar 30 kampus di Amerika Serikat. Zuckerberg kemudian memperluas *Facebook* secara global, membuka kantor di Palo Alto, California, dan mengumpulkan dana untuk mengembangkan situs ini (Hendroyono, 2009).

Menurut Madcoms (2010), *Facebook* adalah media sosial yang digunakan untuk menjalin hubungan dan berkomunikasi dengan orang dari seluruh dunia tanpa harus bertatap muka. *Facebook* memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi, video, foto, dan lainnya (Setyani, 2013). Di tengah persaingan media sosial, *Facebook* tetap menjadi pilihan utama bagi kalangan remaja untuk mengekspresikan diri melalui status, foto, video, dan pesan pribadi. *Facebook* kini dapat diakses melalui aplikasi di *smartphone*, mempermudah pengguna untuk terhubung kapan saja dan di mana saja selama terhubung dengan internet.

Facebook memiliki beberapa fitur utama, seperti *profile* untuk menampilkan informasi pribadi, *wall* untuk berbagi status dan komentar, serta *group* yang memungkinkan pengguna untuk bergabung dengan berbagai kelompok berdasarkan minat yang sama. Pengguna dapat mengunggah foto dan video, serta membuat *page* atau *fanpage* untuk mempromosikan diri atau bisnis (Holzner, 2009). Fitur *friends* memungkinkan pengguna untuk menambah dan mengorganisir teman dengan mudah. Dalam satu akun, pengguna bisa memiliki hingga 5000 teman.

Remaja

Masa remaja merupakan periode penting dalam perkembangan individu, di mana terjadi transisi dari masa kanak-kanak menuju dewasa. Pada masa ini, remaja mencapai kematangan mental, emosional, sosial, dan fisik (Hurlock, 1991; Malahayati, 2010). Salah satu masalah yang umum dihadapi oleh remaja adalah kurangnya rasa percaya diri (Rizkiyah, 2005). Kepercayaan diri adalah keyakinan terhadap kemampuan diri untuk meraih kesuksesan dan tampil dengan penuh keyakinan, serta mampu menghadapi tantangan dengan tenang (Angelis, 2003; McClelland, dalam Luxori, 2005).

Kepercayaan diri berperan penting dalam kesuksesan hidup, memberikan optimisme dan kunci untuk hidup bahagia (Leman, 2000; Taylor, 2009). Remaja berada pada fase untuk mencari jati diri dan seringkali belum dapat memaksimalkan potensi fisik dan psikisnya (Mahedra, 2017). Selama masa remaja, terjadi perubahan fisik yang signifikan, termasuk pematangan organ reproduksi, serta perubahan psikologis yang mengarah pada perubahan sikap dan tingkah laku. Remaja mulai tertarik pada lawan jenis dan mulai merasakan dorongan seksual.

Masa remaja umumnya berlangsung antara usia 11 hingga 19 tahun, meskipun beberapa ahli memperpanjang rentangnya hingga usia 24 tahun (Thornburg, 1982, dalam Dariyo, 2004). Remaja yang kurang percaya diri sering kali menunjukkan perilaku seperti ragu dalam menjalankan tugas, tidak berani berbicara tanpa dukungan, menarik diri dari lingkungan sosial, dan menjadi agresif atau defensif (Triningtyas, 2015; Rahkmat, 2005; Gunarsa, 2004; Hurlock, 1991).

Menurut Mastuti & Aswi (2008), kurangnya kepercayaan diri pada individu dapat disebabkan oleh ketidakmampuan untuk mendidik diri sendiri dan cenderung bergantung pada orang lain. Kepercayaan diri yang menurun dapat mengurangi motivasi dan menyulitkan remaja dalam membuat keputusan yang tepat (Fitri et al., 2016; Desyafmi et al., 2016).

Dalam konteks hukum, Pasal 27 UU ITE mengatur tentang tindakan yang dapat dikenakan sanksi jika melanggar kesusilaan, seperti mendistribusikan atau mengakses informasi yang berisi konten yang melanggar kesusilaan, perjudian, penghinaan, pemerasan, atau ancaman. Tindakan ini dapat mencakup penggunaan media elektronik untuk menyebarkan gambar, tulisan, atau video yang dapat merugikan pihak lain.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menggambarkan dan memahami secara mendalam fenomena pelanggaran etika komunikasi oleh siswa dalam penggunaan media sosial *Facebook*. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan, menyusun, menganalisis, dan menginterpretasikan data secara menyeluruh. Studi pustaka turut dilakukan guna memahami konteks hukum dan sosial yang berkaitan, terutama merujuk pada Pasal 27 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).

Penelitian dilaksanakan di SMAN 1 Batin Solapan, Kabupaten Bengkalis, dengan subjek siswa kelas X berusia 16 tahun yang aktif menggunakan *Facebook*. Pemilihan informan dilakukan menggunakan teknik *snowball sampling* untuk memperoleh data dari individu yang memenuhi kriteria tertentu, seperti durasi penggunaan *Facebook* dan indikasi pelanggaran etika komunikasi.

Sumber data terdiri dari data primer yang diperoleh melalui wawancara, observasi terhadap akun *Facebook*, serta dokumentasi aktivitas media sosial, dan data sekunder dari literatur pendukung. Teknik pengumpulan data mencakup wawancara semi-terstruktur, observasi daring, dan studi dokumentasi.

Untuk menjamin keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi dengan membandingkan hasil dari berbagai metode dan sumber data. Data dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk mengungkap pola komunikasi yang terjadi serta bentuk-bentuk pelanggaran etika berdasarkan ketentuan hukum yang berlaku.

PEMBAHASAN

Etika komunikasi yang baik menurut Nilsen (dalam Johannesen, 1996) menyatakan bahwa untuk mencapai etika komunikasi, perlu diperhatikan beberapa sifat sebagai berikut. (1) Penghormatan terhadap seseorang sebagai pribadi tanpa memandang umur, status, atau hubungannya dengan pembicara. (2) Penghormatan terhadap ide, perasaan, maksud, dan integritas orang lain. (3) Sikap suka memperbolehkan, keobjektifan, dan keterbukaan pikiran yang mendorong kebebasan berekspresi. (4) Penghormatan terhadap bukti dan pertimbangan rasional terhadap berbagai alternatif. (5) Terlebih dahulu mendengarkan dengan cermat dan hati-hati sebelum menyatakan persetujuan atau ketidaksetujuan.

Menurut Mursito (2006), etika komunikasi yang baik dalam menggunakan media sosial adalah tidak menggunakan kata-kata kasar, provokatif, ataupun konten pornografi. Selain itu, pengguna media sosial diharapkan tidak mengunggah atau menyebarkan berita bohong, tidak melakukan *copy-paste* artikel atau gambar yang memiliki hak cipta, dan memberikan komentar yang relevan.

Saat ini, media sosial bukan hanya menjadi pengganti komunikasi langsung, melainkan memudahkan proses komunikasi dan penyebaran informasi. Harold D. Laswell menjelaskan bahwa fungsi media terbagi menjadi tiga: (1) Sebagai pemberi informasi kepada publik tentang hal-hal di luar jangkauan penglihatan mereka; (2) Melakukan seleksi, evaluasi, dan interpretasi atas informasi yang diperoleh; (3) Menyampaikan nilai serta warisan sosial budaya kepada masyarakat (Haryatmoko, 2007). Dari sini, jelas bahwa media tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tapi juga memberikan interpretasi dan menyebarkan nilai budaya.

Dalam konteks etika komunikasi, Pasal 27 UU ITE mengatur larangan berikut: (1) Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan, mentransmisikan, atau membuat dapat diaksesnya informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang mengandung muatan yang melanggar kesusilaan. (2) Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan,

mentransmisikan, atau membuat dapat diaksesnya informasi elektronik yang berisi muatan perjudian. (3) Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan, mentransmisikan, atau membuat dapat diaksesnya informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang mengandung penghinaan dan/atau pencemaran nama baik. (4) Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan, mentransmisikan, atau membuat dapat diaksesnya informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang berisi pemerasan dan/atau pengancaman.

Berdasarkan aturan tersebut, peneliti mengambil enam poin etika komunikasi yang harus diterapkan dalam penggunaan media sosial oleh remaja, yaitu: Pertama, tidak menggunakan kata-kata kasar. Di media sosial seperti *Facebook*, bahasa yang digunakan sangat bervariasi, mulai dari bahasa Indonesia baku, campuran bahasa daerah, hingga bahasa asing. Namun, terdapat penggunaan kata kasar di kolom komentar yang sering dianggap sebagai candaan atau bentuk keakraban antar teman. Padahal, penggunaan kata kasar ini melanggar etika komunikasi dan berpotensi menimbulkan konflik.

Kedua, menghindari konten provokatif. Provokatif adalah tindakan menghasut atau memengaruhi yang dapat memicu kemarahan atau bentrokan antar individu atau kelompok. Dalam penelitian, ditemukan bahwa beberapa remaja menggunakan media sosial untuk memprovokasi teman-teman mereka, meskipun sering dilakukan secara iseng. Namun, tidak semua informan melakukan hal ini.

Ketiga, tidak memuat pelanggaran kesusilaan. Pelanggaran ini meliputi penggunaan bahasa tidak sopan, pornografi, dan simbol-simbol kasar seperti jari tengah yang secara budaya dianggap tidak sopan. Meskipun pelanggaran berupa foto dan video pornografi tidak ditemukan, penggunaan bahasa dan simbol tidak sopan masih terjadi di kalangan remaja. Hal ini berpotensi menimbulkan masalah hukum jika orang yang dirugikan mengajukan keberatan.

Keempat, menghindari konten perjudian. Dengan kemajuan teknologi, perjudian *online* semakin mudah diakses, termasuk melalui *game* seperti *Mobile Legends* yang populer di kalangan remaja. Beberapa remaja ditemukan melakukan taruhan menggunakan uang atau bentuk traktiran dalam game, yang masuk kategori perjudian *online* dan melanggar UU ITE. Hal ini perlu menjadi perhatian serius karena bisa memicu kecanduan dan dampak negatif lainnya.

Kelima, menghindari pemerasan dan pengancaman. Meskipun dalam penelitian tidak ditemukan tindakan pemerasan atau pengancaman yang dilakukan oleh remaja di media sosial, penting untuk diingat bahwa tindakan ini merupakan tindak pidana dan dapat diproses jika dilaporkan. Pengabaian

terhadap tindakan semacam ini justru berisiko meningkatkan kerawanan penyalahgunaan media sosial.

Keenam, menghindari pencemaran nama baik. Pencemaran nama baik adalah perbuatan menyerang kehormatan seseorang melalui tulisan, foto, atau video yang mengandung kebohongan atau tanpa dasar jelas, dan disebarluaskan secara luas. Dalam penelitian, ditemukan beberapa komentar yang mengandung penghinaan dan pencemaran nama baik yang dianggap remaja sebagai candaan, padahal secara hukum hal ini dapat berakibat serius.

Tabel 1. Etika Komunikasi yang Diterapkan dan yang tidak Diterapkan

Etika Komunikasi yang Diterapkan	Etika Komunikasi yang tidak Diterapkan
Penggunaan media sosial <i>facebook</i> dalam unsur pemerasan masih dapat diterapkan dengan baik. Karena tidak ditemukan adanya tindakan pemerasan yang dilakukan oleh remaja melalui media sosial <i>facebook</i> .	Perjudian <i>online</i> merupakan salah satu etika komunikasi di media sosial yang belum dapat diterapkan dengan baik. Hal tersebut tidak disadari oleh remaja saat ajakan melakukan taruhan <i>game online</i> . Meskipun begitu dapat dikatakan sebagai pelanggaran terhadap unsur perjudian <i>online</i> .
Etika komunikasi dalam muatan kesusilaan dalam bentuk tulisan yang dilanggar oleh remaja, namun bentuk pelanggaran kesusilaan dalam bentuk foto, video yang mengacu pada pornografi masih diterapkan dengan baik oleh remaja. karna tidak ditemukan adanya pelanggaran kesusilaan.	Etika komunikasi dalam muatan penghinaan masih belum dapat diterapkan dengan baik oleh remaja pada <i>facebook</i> . Tulisan dan kata-kata yang memiliki muatan penghinaan dan pencemaran nama baik, yang dilakukan remaja dianggap sebagai bahan candaan.
Etika yang juga diterapkan oleh remaja pada media sosial <i>facebook</i> yakni muatan dalam bentuk pengancaman. Tidak ditemukan adanya foto, video maupun tulisan yang di tujukkan untuk seseorang dalam bentuk pengancaman.	Tindak pelanggaran yakni terdapat nya beberapa penggunaan kata-kata kasar pada akun media sosial <i>facebook</i> informan.
	Terdapatnya provokasi pada salah satu akun media sosial <i>facebook</i> informan yang memprovokasi temannya untuk melakukan taruhan suatu <i>game online</i> .
Remaja tidak melakukan tindakan provokasi yang dapat memicu	Unsur perjudian <i>game online</i> merupakan salah satu etika komunikasi

perkelahian maupun kerusuhan di media sosial yang belum dapat terhadap seseorang maupun diterapkan dengan baik. Hal tersebut kelompok. tidak disadari oleh remaja saat melakukan ajakan untuk bermain *game online* pada kolom komentar serta ajakan untuk melakukan taruhan. Dapat dikatakan sebagai pelanggar dalam unsur perjudian.

Sumber: Data Olahan Peneliti

Penerapan etika komunikasi dan pemahaman terhadap UU ITE Pasal 27 oleh remaja masih belum optimal. Krisis etika komunikasi ini terjadi karena kurangnya pemahaman yang jelas mengenai batasan dan konsekuensi pelanggaran di media sosial. Selain itu, masih ada faktor pendorong dan penghambat yang memengaruhi perilaku pelanggaran etika komunikasi oleh remaja di *Facebook*. Oleh karena itu, edukasi yang lebih komprehensif dan penegakan hukum yang jelas sangat dibutuhkan untuk mendorong penggunaan media sosial yang lebih etis dan bertanggung jawab.

KESIMPULAN

Pelanggaran etika komunikasi yang dilakukan oleh remaja saat ini sering dianggap sebagai bentuk keakraban di antara mereka dan juga dianggap sebagai bahan candaan. Hal ini mencerminkan kurangnya kesadaran terhadap etika komunikasi yang seharusnya diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam interaksi di media sosial. UU ITE sendiri merupakan delik aduan, bukan delik umum, sehingga tindak pelanggaran yang dilakukan oleh remaja tidak dapat diproses atau dihukum berdasarkan undang-undang, karena sering kali terdapat kesepakatan antara individu atau sekelompok orang. Namun, dalam budaya dan kehidupan sosial masyarakat Indonesia, etika komunikasi yang baik sangat dijunjung tinggi, di mana tutur kata dan perilaku yang sopan dan santun menjadi dasar dalam berinteraksi. Seseorang yang tidak memiliki etika dianggap sebagai orang yang tidak bermoral, karena perkataan dan tindakan yang dilakukan tidak mempertimbangkan baik dan buruknya perilaku tersebut.

Kurangnya kesadaran remaja dalam menggunakan media sosial, khususnya *Facebook*, menjadi masalah yang perlu diperhatikan. Remaja harus lebih bijak dalam menggunakan media sosial ini, memahami dengan baik etika komunikasi yang benar agar dapat berinteraksi dengan lebih hati-hati. Mengingat pentingnya etika komunikasi di dunia maya, kesadaran untuk bertindak sopan dan santun di media sosial sangat diperlukan agar interaksi yang terjadi dapat berlangsung dengan baik dan tidak menimbulkan dampak negatif bagi diri sendiri maupun orang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E. (2011). *Metode penelitian untuk public relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Dinatha Mahendra Ngurah. (2017). Pemanfaatan media sosial Facebook untuk menilai sikap ilmiah (afektif) mahasiswa. *STIP Citra Bakti, Nusa Tenggara Timur*.
- Fitriani, Y. (2017). Analisis pemanfaatan berbagai media sosial sebagai sarana penyebaran informasi bagi masyarakat. *AMIK BSI Bekasi*.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory*. Netherlands: SAGE Publications Ltd.
- Mulawarman, A. (2017). Perilaku pengguna media sosial beserta implikasinya ditinjau dari perspektif psikologi sosial terapan. *Jurusan Bimbingan dan Konseling, FIP, Universitas Negeri Semarang; Fakultas Psikologi, Universitas Katolik Soegijapranata*.
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial perspektif komunikasi, budaya dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nur, I., & Muhammad. (2020). Bermedia sosial dalam perspektif maqashid syari'ah (membangun komunikasi di media sosial berdasarkan etika). *Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Tulungagung*.
- Nurrizka Fitrah. (2016). Peran media sosial di era globalisasi pada remaja di Surakarta: Suatu kajian teoritis dan praktis terhadap remaja dalam perspektif perubahan sosial. *Fakultas FISIP, Universitas Tanjungpura*.
- Nurudin. (2012). *Media sosial baru*. Yogyakarta: Mata Padi.
- Prasanti, D., & Indriani, S. S. (2017). Etika komunikasi dalam media sosial bagi ibu-ibu PKK di Desa Mekarmukti Kab. Bandung Barat: Studi deskriptif kualitatif tentang etika komunikasi dalam media sosial bagi ibu-ibu PKK di Desa Mekarmukti Kab. Bandung Barat. *Profetik Jurnal Komunikasi, 10(1)*.
- Puntoadi, P. (2011). *Meningkatkan penjualan melalui media sosial*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Santrock, J. W. (2003). *Adolescence: Perkembangan remaja* (Edisi ke-6). Jakarta: Erlangga.
- Siswanto Tito. (2013). Optimalisasi sosial media sebagai media pemasaran usaha kecil menengah. *Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka*.
- Soekanto, S. (2009). *Sosiologi perubahan sosial* (hal. 262). Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Suryani, I. (2014). Pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran produk dan potensi Indonesia dalam upaya mendukung ASEAN Community 2015 (studi social media marketing pada Twitter Kemenparekraf RI dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat). *Bina Sarana Informatika, Jakarta*.
- Thalib, S. B. (2010). *Psikologi pendidikan berbasis analisis empiris aplikatif*. Jakarta: Kencana Media Group.