

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

#### **A. Kajian Teori**

##### **1. Etika**

###### **a. Pengertian Etika**

Etika dalam perkembangannya sangat mempengaruhi kehidupan manusia. Etika memberi manusia orientasi bagaimana ia menjalani hidup melalui rangkaian tindakan sehari-hari. Itu berarti etika membantu manusia untuk mengambil sikap dan bertindak secara tepat dalam menjalani hidup ini. Etika pada akhirnya membantu untuk mengambil keputusan tentang tindakan apa yang perlu dilakukan dan yang perlu dipahami bersama. Sesungguhnya etika dapat diterapkan dalam segala aspek atau sisi kehidupan, dengan demikian etika ini dapat dibagi menjadi beberapa bagian sesuai dengan aspek atau sisi kehidupan manusianya.

Dalam pergaulan hidup bermasyarakat, bernegara hingga pergaulan hidup tingkat internasional diperlukan suatu sistem yang mengatur bagaimana seharusnya manusia bergaul. Sistem pengaturan pergaulan tersebut menjadi saling menghormati dan dikenal dengan sebutan sopan santun, tata krama, protokoler dan lain-lain. Maksud pedoman pergaulan tidak lain untuk menjaga kepentingan masing-masing yang terlibat agar masyarakat senang, tenang, tentram, terlindung tanpa merugikan kepentingannya serta terjamin agar perbuatannya yang tengah dijalankan sesuai dengan adat kebiasaan yang berlaku dan tidak bertentangan dengan hak-hak asasi umumnya. Hal itulah yang mendasari tumbuh kembangnya etika di masyarakat. Menurut para ahli, etika tidak lain adalah aturan perilaku, adat kebiasaan manusia dalam pergaulan antara sesamanya dan menegaskan mana yang benar atau buruk. “Perkataan etika atau lazim juga disebut etik, berasal dari kata Yunani “*ethos*” yang berarti norma-norma, nilai-nilai, kaidah-kaidah dan ukuran-ukuran bagi tingkah laku manusia yang baik” (Astajaya, 2020, hlm. 89).

Menurut William Benton, dalam Encyclopeda Britannica yang terbit tahun 1972, menjelaskan bahwa secara etimologi Etika berasal dari bahasa Yunani, Ethos yang berarti karakter. Etika dapat diartikan sebagai konsep-konsep nilai baik, buruk harus, benar, salah dan sebagainya. “Etika juga dapat diartikan sebagai prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita dalam penerapannya di dalam segala hal, pengertian ini juga disebut sebagai filsafat moral”, Karimah dan Wahyudin (Astajaya, 2020, hlm. 90).

Sementara itu menurut Ki Hajar Dewantara (Ruslan, 2008, hlm. 32) “Etika ialah ilmu yang mempelajari segala soal kebaikan dan keburukan di dalam hidup manusia semuanya, teristimewa yang mengenai gerak-gerik pikiran dan rasa yang dapat merupakan pertimbangan dan perasaan, sampai mengenai tujuan yang dapat merupakan perbuatan”. Sedangkan menurut Sastrosupono (2001, hlm. 9) “Etika adalah pemikiran yang relatif obyektif dan rasional mengenai cara kita mengambil keputusan dalam situasi yang konkrit, yaitu moralitas”.

Berkaitan dengan definisi di atas, etika digunakan sebagai pegangan oleh manusia dalam mengatur tingkah laku dengan pedoman dan arti dari nilai-nilai dan norma-norma moral dalam hidup manusia perseorangan atau dalam kehidupan bermasyarakat. Etika digunakan dalam makna atas sekumpulan asas dan nilai moral yang disebut dengan kode etik yang mempunyai esensi tentang hal yang baik dan buruk yang berkenaan dengan filsafat moral.

#### **b. Macam-macam Etika**

Sebagai salah satu tokoh sastra di Indonesia, Wilfridus. J. S Poerwadarminta menerangkan bahwa etika adalah ilmu pengetahuan tentang perbuatan maupun perilaku manusia, yang sisi baik dan buruknya ditentukan oleh pribadinya sendiri. Etika memainkan peran yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari, baik ketika bermasyarakat, di lingkungan pekerjaan dan di lingkungan pendidikan.

Ada dua macam etika yang harus kita pahami bersama dalam menentukan baik atau buruknya perilaku manusia, menurut Keraf (2009, hlm. 20-21), adalah sebagai berikut:

- 1) Etika Deskriptif adalah etika yang berusaha meneropong secara kritis dan rasional sikap dan perilaku manusia dan apa yang dikejar oleh manusia dalam hidup ini sebagai sesuatu yang bernilai. Etika deskriptif memberikan fakta sebagai dasar untuk mengambil keputusan tentang perilaku atau sikap yang mau diambil.
- 2) Etika Normatif adalah etika yang berusaha menetapkan berbagai sikap dan pola perilaku ideal yang seharusnya dimiliki oleh manusia dalam hidup ini sebagai sesuatu yang bernilai. Etika normatif memberi penilaian sekaligus memberi norma sebagai dasar dan kerangka tindakan yang akan diputuskan.

Supriadi (2008, hlm. 9) menjelaskan dalam perkembangannya, etika bisa dibagi menjadi dua, yaitu etika perangai dan etika moral.

Etika perangai adalah adat istiadat atau kebiasaan yang menggambarkan perangai manusia dalam hidup bermasyarakat di daerah tertentu, pada waktu tertentu pula. Sementara etika moral adalah berhubungan dengan kebiasaan berperilaku baik dan benar berdasarkan kodrat manusia. Apabila etika ini dilanggar, timbullah kejahatan, yaitu perbuatan yang tidak baik dan tidak benar. Kebiasaan ini berasal dari kodrat manusia yang disebut moral.

### **c. Fungsi Etika**

Etika berfungsi sebagai penilai, penentu dan penetap terhadap suatu perbuatan yang dilakukan oleh manusia, yaitu apakah perbuatan tersebut akan dinilai baik, buruk, mulia, terhormat, hina dan sebagainya. Dengan demikian etika tersebut berperan sebagai konseptor terhadap sejumlah perilaku yang dilaksanakan oleh manusia. Etika lebih mengacu kepada pengkajian sistem nilai-nilai yang ada.

I Gede A. B. Wiranata dalam bukunya menuliskan beberapa pendapat para ahli tentang fungsi etika, di antaranya adalah Rohaniawan Franz Magnis Suseno, ia menyatakan bahwa etika berfungsi untuk membantu manusia mencari orientasi secara kritis dalam berhadapan dengan moralitas yang membingungkan, Rahmaniayah (Tas'adi, 2014, hlm. 193).

### **d. Etika dalam Bermedia Sosial**

Seiring dengan berjalannya waktu maka teknologi juga semakin berkembang pesat. Saat ini hampir sebagian besar orang bisa saling berbagi informasi serta berkomunikasi secara langsung dengan menggunakan media sosial sebab dengan internet maka mereka lebih bisa

menghemat waktu dan biaya. Dalam penggunaannya, tentu kita di berikan kebebasan agar bisa berkomunikasi dengan siapa saja. Namun yang sering di salah artikan di sini adalah, bebas bukan berarti tanpa etika. Alangkah baiknya apabila kita mengetahui etika apa saja yang harus di perhatikan pada saat menggunakan jejaring sosial. Tidak sedikit permasalahan sosial yang terjadi akibat kurangnya kesadaran masyarakat dalam beretika dalam sosial media. Justru para pengguna terkadang dibutakan oleh berita yang tidak benar akibat dari hasutan yang beredar pada media sosial.

Dalam berkomunikasi, tentunya ada etika yang harus dijaga agar informasi yang ingin disampaikan dapat dikomunikasikan dengan efektif dan efisien. Menurut Johannesen (Mayolaika, dkk., 2021, hlm. 829) ada beberapa sikap yang harus diperhatikan dalam berkomunikasi, yaitu:

Pertama, seseorang harus menghormati dan menghargai orang lain sebagai seorang individu tanpa memandang status, usia, atau hubungannya dengan individu tersebut. Semua orang berhak dihormati dan dihargai pendapatnya dengan objektif. Kedua, pendapat, ide, perasaan, dan integritas orang lain harus dihargai. Ketiga, seseorang harus menjadi individu dengan pikiran terbuka, objektif, dan penuh toleransi (memperbolehkan) untuk mendukung kebebasan berekspresi orang lain. Keempat, menghargai pendapat dan berpendapat dengan bukti dan pertimbangan yang rasional. Kelima, mendengarkan pendapat orang lain dengan seksama terlebih dahulu sebelum mengambil keputusan untuk setuju atau tidak setuju.

Fajrin (2022) menjelaskan tentang beberapa hal penting mengenai etika bermedia sosial yang perlu diterapkan oleh para netizen, yaitu:

1. Penggunaan bahasa yang baik

Dalam beraktivitas di media sosial, hendaknya selalu menggunakan bahasa yang baik dan benar sehingga tidak menimbulkan resiko kesalahpahaman yang tinggi. Alangkah baiknya apabila sedang melakukan komunikasi pada jaringan internet menggunakan bahasa yang sopan dan layak serta menghindari penggunaan kata atau frasa multitafsir. Setiap orang memiliki preferensi bahasa yang berbeda, dan dapat memaknai konten secara berbeda, setidaknya dengan menggunakan bahasa yang jelas dan lugas kita telah berupaya mengunggah konten yang jelas pula.

2. Hindari Penyebaran SARA, Pornografi dan Aksi Kekerasan

Sebisa mungkin hindari menyebarkan informasi yang mengandung unsur SARA (Suku, Agama dan Ras) serta pornografi pada jejaring sosial. Biasakan untuk menyebarkan

hal-hal yang berguna dan tidak menimbulkan konflik antar sesama. Hindari juga mengupload foto kekerasan seperti foto korban kekerasan, foto kecelakaan lalu lintas maupun foto kekerasan dalam bentuk lainnya. Jangan menambah kesedihan para keluarga korban dengan menyebarluaskan foto kekerasan karena mungkin saja salah satu dari keluarganya berada di dalam foto yang Anda sebar.

### 3. Kroscek Kebenaran Berita

Kita diharapkan waspada ketika kita menerima suatu informasi dari media sosial yang berisi berita yang menjelekkan salah satu pihak di media sosial dan bertujuan menjatuhkan nama baik seseorang dengan menyebarkan berita yang hasil rekayasa. Maka hal tersebut menuntut anda agar lebih cerdas lagi saat menangkap sebuah informasi, apabila kita ingin menyebarkan informasi tersebut, alangkah bijaknya jika kita melakukan kroscek terlebih dahulu atas kebenaran informasi tersebut.

### 4. Menghargai Hasil Karya Orang Lain

Pada saat menyebarkan informasi baik dalam bentuk foto, tulisan maupun video milik orang lain maka biasakan untuk mencantumkan sumber informasi sebagai salah satu bentuk penghargaan atas hasil karya seseorang. Jangan membiasakan diri untuk serta merta mengcopy-paste tanpa mencantumkan sumber informasi tersebut.

### 5. Jangan Terlalu Mengumbar Informasi Pribadi

Ada baiknya kita harus bersikap bijak dalam menyebarkan informasi mengenai kehidupan pribadi (privasi) Anda saat sedang menggunakan media sosial. Janganlah terlalu mengumbar informasi pribadi kita terlebih lagi informasi mengenai nomor telepon atau alamat rumah kita. Hal tersebut bisa saja membuat kontak lain dalam daftar kita juga akan menjadi informasi bagi mereka yang ingin melakukan tindak kejahatan kepada diri kita.

Sedangkan menurut Mursito (Maulinda dan Suyatno, 2012, hlm. 15) “Etika komunikasi yang baik dalam media sosial adalah jangan menggunakan kata kasar, provokatif, porno ataupun SARA; jangan memposting artikel atau status yang bohong; jangan mengcopy paste artikel atau gambar yang mempunyai hak cipta, serta memberikan komentar yang relevan”.

Jadi, dalam menggunakan media sosial, setiap individu harus memiliki etika kontemporer, yaitu etika di dalam ranah elektronik, digital, atau online. Etika dalam media sosial mencakup sikap, tata cara, kebiasaan yang berkembang seiring dengan majunya teknologi. Etika elektronik berbeda dengan etika sehari-hari karena di media sosial seorang individu

dihadapkan dengan berbagai macam budaya yang sangat luas dan global berkat adanya perkembangan teknologi. Orang tersebut harus bisa menentukan sikap yang tepat terhadap variasi budaya tersebut yang tentunya tidak semuanya sesuai dengan budaya lokal yang sudah dikenal.

Etika dalam media sosial menyangkut sikap yang dilakukan dengan penuh kesadaran, penuh tanggung jawab, penuh kejujuran, dan perbuatan baik yang mendatangkan kebaikan bagi diri sendiri maupun sekitar. Etika di atas ini harus diterapkan dalam berinteraksi, berpartisipasi, berkolaborasi, berpendapat, hingga bertransaksi secara digital

## 2. Generasi Z

### a. Pengertian Generasi Z

Generasi Z disebut juga sebagai *nativigital* yang asli dan pertama. Paling tidak ada lima generasi yang dikenal secara luas, Tradisionalis, *Baby Boomer*, Generasi X, Milenial atau Generasi Y, dan Generasi Z, serta tambahan Generasi Alpha.

Stillman dan Stillman (Pujiono, 2017, hlm. 10-11)

“Mendaftarkan 5 generasi sebelum Alpa, yaitu *Traditionalist* (Pra-1946), *Baby Boomer* (1946-1964), Generasi X (1965-1979), Millenial (1980-1994), dan Generasi Z (1995-2012). Selain nama Generasi Z untuk mereka yang lahir antar 1995-2010an, ternyata banyak pihak mengusulkan nama lain selain nama tersebut seperti *iGeneration*, *Gen Tech*, *Gen Wii*, *Homeland Generation*, *Net Gen*, *Digital Natives*”.

Hal tersebut tidak mengherankan karena pengusulan tersebut berdasarkan keadaan ketika mereka lahir dan gaya hidup dari generasi Z itu sendiri. Kaum Gen Z disebut juga *Digital Natives*, yaitu mereka yang dari sejak kecil sudah hidup bersanding dengan teknologi digital. Katherina (Pujiono, 2017, hlm. 10-11) *Executive Director Head of Watch Business*, Nielsen Indonesia mengatakan bahwa, generasi Z merupakan generasi asli digital pertama. Di tahun-tahun awal kehidupan generasi Z, mereka sudah disambut dengan keberadaan *smartphone*, *desktop*, *laptop*, *tablet* dan TV sebagai bagian dari revolusi digital.

Selanjutnya Pratama (2012, hlm. 35) berpendapat bahwa generasi Z atau yang kemudian banyak dikenal dengan generasi digital merupakan generasi muda yang tumbuh dan berkembang dengan sebuah ketergantungan yang besar pada teknologi digital.

Seperti yang telah dijelaskan di atas mengenai generasi Z bahwa mereka lahir pada saat internet mulai berkembang dan dengan perkembangan media digital yang pesat. Maka tidak heran jika di usia muda, orang-orang yang notabene nya masih berstatus sebagai siswa atau pelajar telah terampil dalam penggunaan teknologi bahkan media social. Generasi Z ini lahir dari perpaduan dua generasi sebelumnya yaitu Generasi X dan Generasi Y. mereka dilahirkan dan dibesarkan pada era digital, dimana beranekaragam teknologi yang berkembang dan semakin canggih. Seperti telah adanya perangkat keras elektronik seperti komputer atau laptop, iPhad, handphone, MP3, MP4, dan lain sebagainya. Kemudian disusul dengan kemunculan berbagai aplikasi yang modern dan cenderung bersifat maya seperti; *BBM, Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp* dan lain sebagainya.

#### **b. Karakteristik Generasi Z**

Generasi Z begitu melekat dengan penggunaan teknologi layaknya komputer dan internet, hal tersebut seperti sudah mengalir dalam diri mereka sejak mereka lahir. Generasi ini memiliki karakteristik ingin selalu terhubung dengan internet setiap saat, membuat konten dan membagikannya kepada orang lain dan menjadi sangat aktif di media sosial. Ada beberapa karakteristik generasi Z dari beberapa referensi yang berbeda. Menurut Ridwan dan Farozin (Mansur dan Ridwan, 2022, hlm. 125) bahwa karakteristik mereka adalah:

- 1) Melek dengan kemajuan media dan teknologi digital. Melalui fasilitas gadget, mereka bisa mengenal dunia dengan sangat cepat, dan media-media mereka kuasai. Sisi negatifnya ialah kadang mereka malas belajar karena sudah merasa banyak tahu.
- 2) Gaya hidup serba instan. Di era ini, mereka bisa memenuhi kebutuhan dengan serba cepat, mudah dan tidak menunggu lama-lama. Tetapi sisi negatifnya ialah mengakibatkan mereka kurang sabar.

- 3) Lebih kritis dalam menyikapi informasi baru. Dengan membanding-bandingkan antar informasi yang mereka ketahui, maka mereka akan lebih kritis. Tetapi kelemahannya adalah kadang mereka sulit menerima hal-hal yang terkait dengan iman, kecuali mereka yang berasal dari keluarga religius.
- 4) Senang akan hal-hal baru, mereka akan membangun mindset akan pentingnya inovasi dalam karya-karya mereka.
- 5) Memiliki sifat konsumtif tapi juga produktif. Bagi yang punya uang, mereka akan senang barang dan itu karena keinginan memiliki produk yang sedang trending, dan bukan karena kebutuhan.
- 6) Smartphone menjadi barang yang paling berharga. Smartphone bagaikan jendela dunia bagi mereka, yang dapat sangat membantu pekerjaan atau belajar. Tanpa gadget mereka akan merasa kehilangan, seperti kehilangan teman yang sangat dicintai; dan boleh jadi mereka akan depresi.
- 7) Bersifat individual, sibuk dengan aktivitasnya masing-masing. Akibatnya adalah jadi kurang perhatian dengan keadaan sekitar.

Sementara itu menurut Wijoyo, dkk (2020, hlm. 1) menyatakan generasi Z memiliki karakteristik yang berbeda dengan generasi-generasi sebelumnya, berikut ini karakteristik Generasi Z:

- 1) Fasih Teknologi, *tech-savvy*, *web-savvy*, *appfriendly generation*. Mereka adalah “generasi digital” yang mahir dan gandrung akan teknologi informasi dan berbagai aplikasi komputer. Mereka dapat mengakses berbagai informasi yang mereka butuhkan secara mudah dan cepat, baik untuk kepentingan pendidikan maupun kepentingan hidup kesehariannya.
- 2) Sosial, mereka sangat intens berinteraksi melalui media sosial dengan semua kalangan. Mereka sangat intens berkomunikasi dan berinteraksi dengan semua kalangan, khususnya dengan teman sebaya melalui berbagai situs jejaring, seperti: *FaceBook*, *twitter*, atau melalui SMS. Melalui media ini, mereka bisa mengekspresikan apa yang dirasakan dan dipikirkannya secara spontan.
- 3) Ekspresif, mereka cenderung toleran dengan perbedaan kultur dan sangat peduli dengan lingkungan.
- 4) *Multitasking*, mereka terbiasa dengan berbagai aktivitas dalam satu waktu yang bersamaan. Mereka bisa membaca, berbicara, menonton, atau mendengarkan musik dalam waktu yang bersamaan. Mereka menginginkan segala sesuatunya dapat dilakukan dan berjalan serba cepat. Mereka tidak menginginkan hal-hal yang bertele-tele dan berbelit-belit.
- 5) Cepat berpindah dari satu pemikiran/pekerjaan ke pemikiran/pekerjaan lain (*fast switcher*).
- 6) Senang berbagi

### c. Kekurangan Generasi Z

Dari beberapa karakteristik unggul yang dimiliki dibanding dengan generasi sebelumnya, generasi ini tentunya mengalami tekanan, tuntutan serta tantangan dari pengaruh tentang lingkungan kehidupan di dunia teknologi, yaitu tentang merealisasikan antara dunia nyata dan dunia maya. Sebenarnya apakah dampak teknologinya atautkah generasinya yang menyebabkan dampak negatif, karena perkembangan pasti ada ketimpangan dan selalu ada impact bagi yang tidak siap. Generasi Z ada beberapa kekurangan yang dimilikinya yaitu:

- 1) Dunia sosial kurang, seperti ungkapan Bencsik, bahwa sosialisasi sangat sulit bagi mereka, seperti sikap peduli kepada orang lain.
- 2) Sikap kepribadian, mereka kurang menghargai perjuangan tidak seperti generasi yang lebih tua, berpikir praktis untuk memimpin, kurang sopan, kurangnya nilai menghargai terhadap orang yang lebih tua, dan tidak dapat bersabar lama, karena maunya secepat mungkin.
- 3) Individualistik, optimis merasa mampu, tidak mau disamakan dengan orang lain dan terkadang egois.
- 4) Prinsip, mereka mengikuti transformasi dunia, tidak akan mau stak justru suka berpindah-pindah dalam kerja, hanya berpikir yang terpenting bahagia hari ini, tertarik memilih teman yang lebih jauh (global) dari pada yang dekat.
- 5) Prilaku, mereka mempunyai prilaku *phubbing* akibat kecanduan *smartpone* yang membuatnya menjadi mudah menyakiti orang-orang disekitarnya dengan perilaku acuh, dan lebih sibuk berfokus pada *telephone* genggamnya ketika berada disekitar teman-temannya (Youarti dan Nur Hidayah, 2018)
- 6) Konsumtif, budaya boros, senang berbelanja mengejar promo-promo barang atau makanan, hobi membeli barang yang sedang *trend*.

Perkembangan dunia interaktif dalam dekade yang lebih maju, dewasa ini telah menawarkan berbagai fasilitas yang memudahkan sekaligus memanjakan generasinya seperti kekurangan-kekurangan di atas. Kemudahan ilmu pengetahuan yang diakses dengan sekali ketuk melalui internet, *telephone* genggam yang hampir setiap anak memilikinya, dan jejaring media seperti *facebook*, *instagram* ataupun melalui kelas *online*.

#### d. Indikator Generasi Z

Santosa (2015, hlm. 20) menjelaskan beberapa indikator anak-anak yang termasuk dalam Generasi Z atau Generasi Net, yaitu sebagai berikut:

- 1) Memiliki ambisi besar untuk sukses  
Anak zaman sekarang cenderung memiliki karakter yang positif dan optimis dalam menggapai mimpi mereka.
- 2) Cenderung praktis dan berperilaku instan (*speed*)  
Anak-anak di era generasi Z menyukai pemecahan masalah yang praktis. Mereka tidak menyukai berlama-lama meluangkan proses panjang mencermati suatu masalah. Hal ini disebabkan anak-anak lahir dalam dunia serba instan.
- 3) Cinta kebebasan dan memiliki percaya dinggi tinggi  
Generasi ini sangat menyukai kebebasan. Kebebasan berpendapat, kebebasan berkreasi, kebebasan berekspresi, dan lain sebagainya. Mereka lahir didunia yang modern, dimana sebagian besar dari mereka tidak menyukai pelajaran yang bersifat menghafal. Mereka lebih menyukai pelajaran yang bersifat bereksplorasi. Anak-anak pada generasi ini mayoritas memiliki kepercayaan diri yang tinggi. Mereka memiliki sikap optimis dalam banyak hal.
- 4) Cenderung menyukai hal yang detail  
Generasi ini termasuk dalam generasi yang kritis dalam berpikir, dan detail dalam mencermati suatu permasalahan atau fenomena. Hal ini disebabkan karena mudahnya mencari informasi semudah mengklik tombol *search engine*.
- 5) Berkeinginan besar untuk mendapatkan pengakuan  
Setiap orang pada dasarnya memiliki keinginan agar diakui atas kerja keras, usaha, kompetensi yang telah di dedikasikannya. Terlebih generasi ini cenderung ingin diberikan pengakuan dalam bentuk *reward* (pujian, hadiah, sertifikat, atau penghargaan), eksistensinya sebagai individu yang unik.
- 6) Digital dan teknologi informasi  
Sesuai dengan namanya, generasi Z atau generasi Net lahir saat dunia digital mulai merambah dan berkembang pesat didunia. Generasi ini sangat mahir dalam menggunakan segala macam gadget yang ada, dan menggunakan teknologi dalam keseluruhan aspek serta fungsi sehari-hari. Anak-anak pada generasi ini lebih memilih berkomunikasi melalui dunia maya, media social daripada menghabiskan waktu bertatap muka dengan orang lain.

### 3. Media Sosial

#### a. Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah konten *online* yang dibuat menggunakan teknologi penerbitan yang sangat mudah diakses dan terukur. Hal yang

paling penting dari teknologi ini adalah terjadinya pergeseran cara mengetahui orang, membaca dan membagi berita, serta mencari informasi dan konten. Secara etimologi media sosial tersusun dari dua kata, yakni media dan sosial. “Media diartikan sebagai alat komunikasi. Sedangkan kata sosial, diartikan sebagai kehidupan masyarakat, bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat” Laughey dan McQuail (Astajaya, 2020, hlm. 84).

“Media sosial adalah sebuah media *online* dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, sosial *network* atau jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki mungkin merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia” Kurniawan (Sari dan Abdul, 2020, hlm. 26).

Sementara itu, Andreas Kaplan dan Michael Haenlein (Sahid, 2023, hlm. 7419) mendefinisikan “Media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*”.

## **b. Jenis Media Sosial**

Kebutuhan yang tinggi, menjadikan banyak media sosial baru yang bermunculan dan bersaing menarik minat dan perhatian dari para pengguna. Perkembangan media sosial juga sangat cepat, banyak platform media sosial yang dulu sangat diminati, sekarang perlahan telah menghilang, atau diakuisisi oleh pihak yang lebih besar. Menurut Nasrullah (2015, hlm. 40 ) media sosial terbagi berbagai jenis diantaranya sebagai berikut:

### 1) Jejaring Sosial (*Social Networking*)

*Social networking* atau jaringan sosial merupakan medium paling populer dalam karegori media sosial. Medium ini merupakan sarana yang bisa digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut di dunia virtual. Menurut Sexena yang dikutip oleh Nasrullah (2015: 40) situs jejaring sosial adalah media sosial yang paling populer. Media sosial tersebut memungkinkan anggota untuk berinteraksi satu sama lain. Interaksi yang terjadi buka hanya pada pesan teks, tetapi juga termasuk foto dan video yang mungkin menarik pengguna lain.

Semua posting (publikasi) merupakan real time, memungkinkan anggota untuk berbagi informasi seperti apa yang sedang terjadi.

2) Blog

Blog merupakan media sosial yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah aktivitas keseharian, saling mengomentari dan berbagi baik tautan web lain, informasi dan sebagainya. Istilah blog berasal dari kata “*webblog*” yang pertama kali diperkenalkan oleh Jorn Berger pada tahun 1997 merujuk pada jurnal pribadi *online*.

3) *Microblogging*

*Microblogging* merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mempublikasikan aktivitas serta pendapatnya. Secara historis, kehadiran jenis media sosial ini merujuk pada munculnya *twitter* yang hanya menyediakan ruang tertentu atau maksimal 140 karakter.

4) *Media Sharing*

Situs berbagi media (*media sharing*) merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk berbagi media, mulai dari dokumen (file), video, audio, gambar dan sebagainya. Beberapa contoh media berbagi ini adalah *Youtube*, *flicker*, dan *snafish*.

5) Penanda Sosial (*Social Bookmarking*)

Penanda Sosial (*Social Bookmarking*) merupakan media sosial yang berkerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola atau mencari berita tertentu secara *online*.

6) Media Konten

Wiki atau media konten merupakan situs web yang secara program memungkinkan pengguna berkolaborasi untuk membangun konten secara bersama. Dengan wiki, setiap pengguna melalui perambah web bisa dapat menyunting sebuah konten yang telah terpublikasi, bahkan turut membantu konten yang sudah direlisasikan atau disunting oleh pengguna lain yang telah berkontribusi.

### c. Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh media lain. Ada batasan-batasan dan ciri khusus tertentu yang hanya dimiliki oleh media sosial dibandingkan dengan media lainnya. Menurut Nasrullah (2015, hlm. 16) media sosial mempunyai beberapa karakteristik diantaranya:

1) Jaringan

Media sosial mempunyai karakter jaringan sosial. Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk dalam jaringan atau internet.

- 2) Informasi  
Pegguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten dan melakukan komoditas dalam masyarakat informasi. Informasi menjadi komoditas dalam masyarakat informasi (*information society*)
- 3) Arsip  
Arsip menjadi sebuah karakter yang mejelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun. Setiap informasi apapun yang diunggah di Facebook, sebagai contoh, informasi tidak akan hilang begitu saja saat pergantian hari, bulan, sampai tahun.
- 4) Interaksi  
Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Jaringan ini tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower*) di internet semata, tetapi juga harus dibangun dengan interaksi anatarpengguna tersebut.
- 5) Simulasi  
Baudrillard mengungkapkan gagasan simulasi bahwa kesadaran akan di benak khalayak semakin berkurang dan tergantikan dengan realitas semu. Kondisi ini disebabkan oleh imaji yang disajikan media secara terus menerus. Khalayak seolah-olah tidak bisa membedakan antara yang nyata dan yang di layar. Khalayak seolah-olah berada di antara realitas dan ilusi sebab tanda yang ada di media sepertinya telah terputus dari realitas.
- 6) Konten  
Oleh Pengguna Konten oleh pengguna atau lebih populer disebut *User Generated Content* (USG). Ini menunjukkan bahwa di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun.
- 7) Penyebaran  
Penyebaran (*share/sharing*) medium ini tidak hanya menghasilkan konten yang dibangun dari dan dikonsumsi oleh penggunanya, tetapi juga didistribusikan sekaligus dikembangkan oleh penggunanya. Praktek ini merupakan ciri khas dari media sosial yang menunjukkan bahwa khalayak aktif menyebarkan konten sekaligus mengembangkannya.

Dalam artikelnya berjudul “*User of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media,*” di Majalah Business Horizons (2010) Andreas M Kaplan dan Michael Haenlein membuat klasifikasi untuk berbagai jenis media sosial yang ada berdasarkan ciri-ciri penggunaannya. Menurut mereka, pada dasarnya media sosial dapat dibagi menjadi enam jenis, (Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI: 2014, hlm. 26) yaitu:

1. Proyek kolaborasi website, di mana user-nya diizinkan untuk dapat mengubah, menambah, atau pun membuang konten-konten yang termuat di website tersebut, seperti Wikipedia.
2. Blog dan *microblog*, di mana user mendapat kebebasan dalam mengungkapkan suatu hal di blog itu, seperti perasaan, pengalaman, pernyataan, sampai kritikan terhadap suatu hal, seperti *Twitter*.
3. Konten atau isi, di mana para user di website ini saling membagikan konten-konten multimedia, seperti *e-book*, video, foto, gambar, dan lain-lain seperti Instagram dan *Youtube*.
4. Situs jejaring sosial, di mana user memperoleh izin untuk terkoneksi dengan cara membuat informasi yang bersifat pribadi, kelompok atau sosial sehingga dapat terhubung atau diakses oleh orang lain, seperti misalnya *Facebook*.
5. *Virtual game world*, di mana pengguna melalui aplikasi 3D dapat muncul dalam wujud avatar-avatars sesuai keinginan dan kemudian berinteraksi dengan orang lain yang mengambil wujud avatar juga layaknya di dunia nyata, seperti *online game*.
6. *Virtual social world*, merupakan aplikasi berwujud dunia virtual yang memberi kesempatan pada penggunanya berada dan hidup di dunia virtual untuk berinteraksi dengan yang lain. *Virtual social world* ini tidak jauh berbeda dengan *virtual game world*, namun lebih bebas terkait dengan berbagai aspek kehidupan, seperti *Second Life*

Muatan tentang media sosial di atas maka ciri-ciri media sosial adalah sebagai berikut.

1. Konten yang disampaikan dibagikan kepada banyak orang dan tidak terbatas pada satu orang tertentu;
2. Isi pesan muncul tanpa melalui suatu gatekeeper dan tidak ada gerbang penghambat;
3. Isi disampaikan secara *online* dan langsung;
4. Konten dapat diterima secara online dalam waktu lebih cepat dan bisa juga tertunda penerimaannya tergantung pada waktu interaksi yang ditentukan sendiri oleh pengguna;
5. Media sosial menjadikan penggunanya sebagai creator dan aktor yang memungkinkan dirinya untuk beraktualisasi diri;
6. Dalam konten media sosial terdapat sejumlah aspek fungsional seperti identitas, percakapan (interaksi), berbagi (sharing), kehadiran (eksis), hubungan (relasi), reputasi (status) dan kelompok (group). (Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI: 2014, hlm. 26)

Perkembangan media sosial terbilang pesat karena setiap orang bisa mendaftarkan diri untuk memiliki satu atau semua jenis media sosial. Seorang pengguna media sosial bisa mengakses media sosial, menggunakan jaringan internet dimanapun dan kapanpun. Aktivitas yang

dilakukan di masing-masing media sosial pun beragam, mulai dari berbagai pemikiran dalam bentuk kata-kata, foto, video, dan model konten lainnya. Tak bisa dipungkiri, media sosial dalam perkembangan media telah mengambil bentuk yang menandingi media-media konvensional atau tradisional, seperti televisi, radio, atau media cetak. Keunggulan itu dapat terjadi karena media sosial tidak membutuhkan tenaga kerja yang banyak, modal yang besar, dan tidak terikat oleh fasilitas infrastruktur produksi yang massif seperti kantor, gedung dan perangkat peliputan yang lain.

#### **d. Manfaat Media Sosial**

Media sosial merupakan bagian dari sistem relasi, koneksi dan komunikasi. Jika digunakan dengan baik, media sosial dapat memberikan beberapa manfaat. Berikut ini sikap yang harus kita kembangkan terkait dengan peran, dan manfaat media sosial: (Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI: 2014, hlm. 34)

- 1) Sarana belajar, mendengarkan, dan menyampaikan  
Berbagai aplikasi media sosial dapat dimanfaatkan untuk belajar melalui beragam informasi, data dan isu yang termuat di dalamnya. Pada aspek lain, media sosial juga menjadi sarana untuk menyampaikan berbagai informasi kepada pihak lain. Konten-konten di dalam media sosial berasal dari berbagai belahan dunia dengan beragam latar belakang budaya, sosial, ekonomi, keyakinan, tradisi dan tendensi. Oleh karena itu, benar jika dalam arti positif, media sosial adalah sebuah ensiklopedi global yang tumbuh dengan cepat. Dalam konteks ini, pengguna media sosial perlu sekali membekali diri dengan kekritisan, pisau analisa yang tajam, perenungan yang mendalam, kebijaksanaan dalam penggunaan dan emosi yang terkontrol.
- 2) Sarana dokumentasi, administrasi dan integrasi  
Bermacam aplikasi media sosial pada dasarnya merupakan gudang dan dokumentasi beragam konten, dari yang berupa profil, informasi, reportase kejadian, rekaman peristiwa, sampai pada hasil-hasil riset kajian. Dalam konteks ini, organisasi, lembaga dan perorangan dapat memanfaatkannya dengan cara membentuk kebijakan penggunaan media sosial dan pelatihannya bagi segenap karyawan, dalam rangka memaksimalkan fungsi media sosial sesuai dengan target-target yang telah dicanangkan. Beberapa hal yang bisa dilakukan dengan media sosial, antara lain membuat blog organisasi, mengintegrasikan berbagai lini di perusahaan, menyebarkan konten yang relevan sesuai target di masyarakat, atau

memanfaatkan media sosial sesuai kepentingan, visi, misi, tujuan, efisiensi, dan efektifitas operasional organisasi.

3) Sarana perencanaan, strategi dan manajemen

Akan diarahkan dan dibawa ke mana media sosial, merupakan domain dari penggunaannya. Oleh sebab itu, media sosial di tangan para pakar manajemen dan marketing dapat menjadi senjata yang dahsyat untuk melancarkan perencanaan dan strateginya. Misalnya saja untuk melakukan promosi, menggaet pelanggan setia, menghimpun loyalitas customer, menjajaki market, mendidik publik, sampai menghimpun respons masyarakat.

4) Sarana kontrol, evaluasi dan pengukuran

Media sosial berfaedah untuk melakukan kontrol organisasi dan juga mengevaluasi berbagai perencanaan dan strategi yang telah dilakukan. Ingat, respons publik dan pasar menjadi alat ukur, kalibrasi dan parameter untuk evaluasi. Sejauh mana masyarakat memahami suatu isu atau persoalan, bagaimana prosedur-prosedur ditaati atau dilanggar publik, dan seperti apa keinginan dari masyarakat, akan bisa dilihat langsung melalui media sosial. Pergerakan keinginan, ekspektasi, tendensi, opsi dan posisi pemahaman publik akan dapat terekam dengan baik di dalam media sosial. Oleh sebab itu, media sosial juga dapat digunakan sebagai sarana preventif yang ampuh dalam memblokir atau memengaruhi pemahaman publik.

Dalam perkembangannya media sosial bisa dimanfaatkan untuk beragam kepentingan, mulai menjalin pertemanan, kampanye program tertentu (pendidikan, sosial, agama, lingkungan, kesehatan, dan sebagainya), sampai promosi, pemasaran produk atau jasa tertentu dan publikasi suatu kegiatan. Melalui media sosial, setiap orang bisa membuat, menyunting sekaligus mempublikasikan sendiri konten berita, promosi, artikel, foto, dan video. Selain lebih fleksibel dan luas cakupannya, lebih efektif dan efisien, cepat, interaktif, dan variatif. “Maka dalam hal ini, bagaimana memanfaatkan media sosial seperti *twitter*, *facebook*, *instagram* atau media sosial yang lainnya digunakan sebagai media promosi dan publikasi” (Suryani, dkk., 2020, hlm 68).

#### 4. *Twitter*

##### a. Pengertian *Twitter*

*Twitter* sendiri merupakan salah satu media sosial yang berdiri pada Maret 2006 oleh Jack Dorsey, dimana tujuan didirikannya sarana ini untuk mempermudah hubungan komunikasi dalam jarak apapun sekaligus

sebagai sarana berbagi atau curhat juga. *Twitter* adalah suatu jaringan sosial yang dilambangkan serupa dengan burung sebagai kicauan atau pesan untuk menerima atau memberikan informasi secara *up to date* dengan detail yakni: tanggal, waktu dan zona tercantumkan dikronologi *twitter* sesuai pesan yang disajikan pada saat itu, yang dimaksud dengan kicauan adalah teks tulisan hingga 140 karakter yang ditampilkan pada halaman profil pengguna. Kicauan bisa dilihat dari luar, namun pengirim dapat membatasi pengiriman pesan kepada teman-teman mereka saja. Pengguna dapat melihat kicauan penulis lain yang dikenal dengan sebutan pengikut (*Follow*). “Semua pengguna dapat mengirim dan menerima kicauan melalui situs *twitter*, aplikasi eksternal melalui telepon seluler atau dengan pesan singkat (SMS) yang tersedia diberbagai wilayah tertentu, khususnya di Indonesia”, (Anggreini, 2016, hlm. 242)

*Twitter* merupakan salah satu dari sekian banyak media sosial yang menarik perhatian pengguna internet. Hal tersebut disebabkan penggunaannya yang mudah guna saling bertukar informasi sehingga setiap individu di planet ini dapat saling terhubung Madcoms (Azeharie dan Octavia, 2014, hlm. 90).

Senada dengan Sulianta (Novitasari, 2020, hlm. 6) menyatakan bahwa *twitter* merupakan layanan jejaring sosial dan *microblogging* (blog ringkas) yang memungkinkan para penggunanya untuk berkirim pesan dan membaca pesan yang tidak lebih dari 140 karakter saja. Istilah yang digunakan untuk mengirim pesan disebut tweet. Karena pesan yang dikirim *twitter* sangat dibatasi (140 karakter) maka *twitter* disebut pula sebagai SMS Internet. Namun pada tanggal 7 November 2017 ditambah menjadi 280 Karakter.

Sifat media sosial yang tak terbatas inilah yang membuat peluang besar kepada generasi Z untuk mengeksplor diri. Generasi Z melakukan apa saja di *twitter* entah melakukan dengan siapa mereka berteman, siapa saja yang ingin mereka ikuti, topik apa saja yang akan mereka pilih atau siapa saja orang-orang yang boleh melihat postingannya. Karena pada dasarnya komunikasi dalam *twitter* dapat dilakukan antara individu

dengan individu, individu dengan kelompok dan juga antar kelompok dengan kelompok.

**Gambar 2.1 Logo Twitter**



Sumber: <https://www.pngwing.com/id/search?q=twitter>

#### **b. Dampak Menggunakan Twitter**

Meski mampu menghadirkan sejumlah manfaat bagi penggunanya, namun berbagai platform media sosial masih terus dihantui hal negatif yang bisa memberikan dampak buruk, atau dalam istilah sering disebut sebagai *toxic* (racun). Berikut ini adalah dampak dari menggunakan *twitter* (Bara, dkk., 2022, hlm. 168-169)

##### **1) Dampak Positif**

- a) Memperluas Pertemanan. Satu dari sepuluh partisipan menyatakan jika dengan adanya *Twitter*, mereka dapat menambah pertemanan, baik yang berasal dari dalam negeri maupun beberapa yang berasal dari luar negeri. Berdasarkan jawaban ini dapat disimpulkan jika dengan
- b) Sarana Pembelajaran Baru. *Twitter* juga dapat dijadikan sebagai sarana dalam memperluas pengetahuan bahasa. Kendati karena dari sembilan dari sepuluh partisipan mengatakan *Twitter* membantu mereka dalam memperluas wawasan seperti mendapatkan kosakata baru serta ilmu baru lainnya. Dua diantaranya juga menyebutkan jika mereka dapat belajar kosa kata gaul seperti slang maupun idiom dengan menggunakan *Twitter*, selain itu partisipan yang lain mengatakan jika terdapat pengetahuan yang ia peroleh dari *Twitter*.
- c) Mudah Dalam Menemukan Informasi Baru. *Twitter* juga menjadi media yang digunakan sebagai sarana pembelajaran serta menambah pertemanan, dimana dalam menemuka informasi baru. *Twitter* juga sering digunakan untuk mengumpulkan informasi. Hal ini berpengaruh penting terhadap perkembangan pengetahuan berbahasa, alasan ini dikarenakan partisipan banyak membaca informasi dengan menggunakan konten bahasa asing di dalamnya.

## 2) Dampak Negatif

- a) Kecanduan. Sering kali pengguna *twitter* dibuat lupa dalam mengerjakan pekerjaannya, sementara pekerjaan tersebut penting terlebih berhubungan dengan akademik.
- b) Media yang digunakan untuk menyebarkan informasi palsu (*hoax*) dan propaganda. Sejalan dengan berkembangnya teknologi di era saat ini membuat orang-orang menjadi mudah dalam memperoleh informasi yang mereka butuhkan. Internet memiliki tujuan utama agar pengguna dapat merasakan kepuasan dengan yang mereka tawarkan. Dimana salah satu fitur tersebut yaitu mudahnya mendapatkan informasi maupun hal-hal baru yang dibutuhkan. Terdapat beberapa pengguna *twitter* yang sering menggunakan *twitter* untuk berbagi informasi kepadap pengguna lainnya serta ada juga yang memanfaatkannya untuk menyebarkan *hoax*. Ada empat dari sepuluh partisipan yang mengatakan *twitter* digunakan oleh pengguna lain untuk memberikan informasi palsu.
- c) Pengguna *twitter* mudah terpapar oleh konten pornografi dan kekerasan. Pada umumnya media sosial, *twitter* memberikan penggunaanya kebebasan, namun kebebasan tersebut justru menjadi kelemahan *twitter*. Hal ini dikarenakan masih ditemukannya akun *twitter* yang belum terorganisir dengan baik yang membuat konten dewasa masih dapat diakses secara luas oleh siapapun. Ditemukan juga dari tiga dari sepuluh partisipan bahwa mereka merasakan dampak negatif lainnya yaitu adanya kebebasan dari *twitter* digunakan untuk mengunggah konten dewasa.

### c. Kelebihan dan Kekurangan *Twitter*

Sedangkan kelebihan dan kekurangan dari *twitter* menurut (Bara, dkk., 2022, hlm. 168-169) adalah sebagai berikut:

#### 1) Kelebihan

- a) Alat komunikasi yang cepat dan tanggap.
- b) Semua orang bisa mengikuti orang lain, kecuali diblokir.
- c) Tidak log in untuk dapatkan *update*, karena bisa menggunakan pembaca RSS.
- d) Navigasi yang mudah dan tampilan yang sederhana.
- e) Pengguna banyak pengikut, berpotensi mendatangkan iklan, sehingga bisa menguntungkan penggunaanya.
- f) Ganti tema, *background*, maupunwarnanya.
- g) Bebas dari banner iklan.
- h) Mudah navigasi dan memperbarui, dan mempromosikan apapun.
- i) Jangkau lebih luas tidak hanya antara teman.
- j) Satu *feed* untuk semua pengguna dapat mengikuti orang lain kecuali diblokir.

- k) Alat komunikasi yang murni dan cepat tanggap.
- l) Sangat interaktif, *extensible messaging platform* dengan API terbuka.
- m) Banyak aplikasi lain maupun *widget* yang sedang dikembangkan (*Twitterific, Summize, Twhirl*, dll).
- n) Pesan teks SMS berpotensi untuk memberi pendapatan dari jaringan nirkabel.
- o) Potensi iklan masa mendatang atau perusahaan berbasis langganan.
- p) *Twitter* mungkin lebih terukur dari *Facebook* dan memberikan keuntungan biaya.

## 2) Kekurangan

- a) Banyaknya akun kosong serta tidak aktif.
- b) Memiliki batasan karakter dalam memposting yaitu 140 karakter. Dibutuhkan url *shortener* dalam memperpendek jumlah karakter link jika karakter judul dan link lebih dari 140 karakter.
- c) Tampilan yang terlalu simple, tidak seperti *Facebook* dengan tampilannya yang modis dan elegan.
- d) Tidak adanya fitur chat.
- e) Sering digunakan untuk spam.
- f) Tidak adanya strategi monetisasi.
- g) Informasi profil pengguna tidak terisi lengkap.
- h) Keterbatasan dalam menemukan pengguna lainnya, mengirimkan pesan singkat ataupun balasan langsung.
- i) Tidak semua orang menemukan manfaat langsung.
- j) Lebih menekankan pada hitungan *follower*.
- k) Belum ada strategi keuangan yang mudah dan jelas.

## 5. Freedom of Speech

### a. Pengetian Freedom of Speech

Kebebasan berbicara merupakan hak setiap orang selama tidak mengandung ujaran kebencian dan hak tersebut tentu saja harus dihormati oleh setiap orang. “Kebebasan berbicara (*Freedom of speech*) adalah kebebasan yang mengacu pada sebuah hak untuk berbicara secara bebas tanpa adanya tindakan sensor atau pembatasan akan tetapi dalam hal ini tidak termasuk dalam hal untuk menyebarkan kebencian” (Sabela dan Dina, 2017, hlm. 86).

“*Freedom of Speech* merupakan salah satu dari sekian banyak HAM yang ditetapkan pada *Universal Declaration of Human Rights* oleh PBB. Berdasarkan definisi yang tertera pada Undang-Undang No. 9 Tahun 1998, kemerdekaan menyampaikan pendapat merupakan suatu hak yang dimiliki setiap warga negara untuk menyampaikan pikiran dalam bentuk lisan, tulisan, dan sebagainya secara bebas dan

bertanggung jawab sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku Presiden (RI, 1998)” Nurgiansah (Mayolaika, dkk., 2021, hlm. 828).

Kebebasan berbicara atau berekspresi, menurut Pernyataan Umum tentang Hak-hak Asasi Manusia, mencakup kebebasan untuk bebas berpendapat tanpa adanya intervensi (United Nations, n.d.). Kebebasan berekspresi atau berbicara merupakan hak dasar dari setiap manusia sesuai amanat dari Undang-Undang Dasar 1945 yang telah di amandemen. Hak kebebasan dalam berpendapat yang disesuaikan pada pasal 28 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945 sepatutnya dilaksanakan oleh semua pihak karena Undang-Undang Dasar telah mengamanatkan tentang kebebasan dalam berbicara dan mengeluarkan pendapat. Keharusan bagi kita sebagai warga masyarakat yang bernaung dalam wilayah administrasi Indonesia. “Bung Hatta menggagas sebuah ide tentang kebebasan berpendapat yang berbunyi hak rakyat untuk menyatakan perasaan baik itu berbentuk lisan dan tulisan, berkumpul dan bersidang diakui oleh negara dan ditentukan oleh Undang-Undang Dasar 1945”, Indrianto (Larasaty, 2022, hlm. 29).

#### **b. Batasan *Freedom of Speech* dalam Media Sosial**

Perkembangan dan kemajuan teknologi informasi demikian pesat telah menyebabkan perubahan kegiatan kehidupan manusia dalam berbagai bidang yang secara langsung telah mempengaruhi lahirnya bentuk-bentuk perbuatan hukum yang baru. Hal ini tentunya membawa dampak besar bagi kehidupan masyarakat khususnya di wilayah Indonesia. Semakin teknologi informasi mudah diakses, dan pengguna bertambah, tentu melahirkan banyak harapan sekaligus tantangan. Persoalan ini semakin mengemuka karena beberapa kasus terkait dengan kebebasan berpendapat dengan memanfaatkan teknologi informasi dalam hal ini media elektronik dianggap belum terselesaikan secara adil.

Terkait dengan kebebasan berpendapat melalui media elektronik, Dewan HAM PBB menegaskan perlindungan hak yang dimiliki setiap orang saat *offline* juga melekat saat mereka *online*. Perlindungan ini khususnya terkait hak atas kebebasan berpendapat, yang berlaku tanpa

melihat batasan atau sarana media yang dipilih. Hal ini diatur dalam ketentuan Pasal 19 Deklarasi Universal HAM dan Kovenan Internasional Hak Sipil dan Politik, yang telah diratifikasi Indonesia melalui Undang-Undang No. 12 Tahun 2005. Dalam hal ini, pemerintah Indonesia berusaha untuk mengakomodasi kebebasan berpendapat dan sekaligus membatasi kebebasan berpendapat di media elektronik baik melalui KUHP maupun melalui Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik dan didukung oleh perangkat negara baik eksekutif, legislatif, dan yudikatif khususnya Kementerian Komunikasi dan Informatika (Raskasih, 2020).

Ketentuan dalam KUHP menunjukkan bahwa kebebasan berpendapat yang dilakukan melalui segala saluran yang tersedia memiliki pembatasan. KUHP yang merupakan pembatasan kebebasan berpendapat secara umum.

Pembatasan kebebasan pendapat dalam KUHP: (1) pasal 207, 208, 209 mengenai penghinaan terhadap penguasa dan badan usaha umum; (2) pasal 310, 311, 315, 316, penyerangan atau pencemaran kehormatan atau nama baik seseorang dengan tulisan; (3) pasal 317, fitnah, pemberitahuan palsu, pengaduan palsu; (4) pencemaran nama baik orang mati.

“Meskipun setiap orang bebas menyampaikan pendapat, terdapat beberapa batasan dalam menyampaikan pendapat yang diberlakukan oleh negara untuk menjaga agar kebebasan berpendapat satu pihak tidak membatasi kebebasan pihak yang lain. Pembatasan tersebut tertera secara mendetail pada KUHP” Nurgiansah (Mayolaika, dkk., 2021, hlm. 828).

### c. Dampak *Freedom of Speech* dalam Media Sosial

Twitter merupakan salah satu media sosial yang banyak diakses, terutama oleh generasi Z, kecepatan informasi yang sedang *trending* sering kali menjadi alasan mengapa *Twitter* digemari oleh para generasi Z. Munculnya istilah *freedom of speech* sendiri menjadi salah satu istilah yang sering kali digaungkan, banyak yang memberikan opininya di media

sosial *Twitter* atas dasar *freedom of speech*. *Freedom of speech* bermaksud untuk memberikan seseorang kebebasan berpendapat dengan adanya batasan, batasan aturan yang ada di negaranya. *Freedom of speech* memberikan dampak pada menurunnya etika dalam bermedia sosial dikarenakan masih kurangnya memahami istilah *freedom of speech* tersebut, sehingga masih bisa ditemui orang yang memberikan ujaran kebencian dengan tameng *freedom of speech*.

Ujaran kebencian tentu sangat berbahaya. Pertama, ujaran semacam ini sebenarnya adalah intimidasi dan merupakan sebuah pembatasan akan kebebasan berbicara seseorang atau kelompok. Hal ini jelas karena *hate speech* dapat memperkuat situasi sosial berupa hambatan berpartisipasi secara bebas oleh warga negara. Kedua, sangat penting dalam menciptakan polarisasi sosial berdasarkan kelompok identitas. Ketiga, dapat menciptakan permusuhan, menyebar benih intoleransi, melukai perasaan. Selain itu, dikatakan juga bahwa ujaran kebencian dapat memobilisasi kelompok-kelompok garis keras. Keempat, berkaitan secara langsung dan tidak langsung terhadap terjadinya hal-hal yang bersifat diskriminatif dan juga kekerasan, Ahnaf & Suhadi (Permatasari, 2019, hlm. 30)

“Selain berdampak negatif pada individu, berpendapat dengan bebas dapat menimbulkan kericuhan pada antar individu atau masyarakat. Misalnya ada seseorang yang dengan bebas menyebarkan ajaran atheisme” (Mayolaika, dkk., 2021, hlm. 833). Tentu ada pihak yang setuju bahwa atheisme tidak apa-apa karena itu pilihan hidup masing-masing orang dan tidak merugikan orang lain, tetapi ada juga pihak yang tidak setuju karena kepercayaan tersebut melanggar sila pertama Pancasila sebagai pedoman hidup bangsa. Perbedaan pendapat seperti ini bisa menjadi perdebatan yang panas hingga akhirnya menyebabkan kericuhan dan perpecahan. Keributan di media sosial cenderung lebih parah dan tidak bermoral dibandingkan keributan di dunia nyata mengenai topik yang sama karena di dunia digital, identitas seseorang bisa disembunyikan dan orang tersebut bisa bebas mengatakan apapun tanpa takut akan konsekuensinya. Hal ini menyebabkan perilaku yang dilakukan di media sosial cenderung lebih kasar, kurang ajar, dan tidak menghargai. Hal ini mengakibatkan

perubahan norma kesopanan di dalam hidup masyarakat Indonesia menjadi lebih buruk.

**d. Upaya Mengatasi *Freedom of Speech* dalam Media Sosial**

Pemberian pemahaman yang dilakukan secara dini mengenai *freedom of speech* di media sosial merupakan hal yang harus dilakukan. Mengingat bahwa generasi Z sudah mulai menggunakan *handphone* untuk mengakses media sosial, media sosial memiliki sumber jaringan informasi yang luas dan memiliki dampak negatif bagi penggunaannya. Untuk itulah edukasi *freedom of speech* ini diberikan agar nantinya generasi Z dapat mendapatkan informasi mengenai etika dalam berbicara dan menyampaikan pendapatnya di media sosial sesuai dengan batasan dan aturan yang berlaku di Indonesia.

Dalam hal kebebasan berpendapat melalui media elektronik, pemerintah Indonesia sudah mengambil langkah yang tepat dengan hadirnya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik dan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik terlepas dari pro dan kontra di dalam masyarakat terkait dengan lahirnya undang-undang ini yang sebagian menganggap bahwa dengan undang-undang ini negara mengekang kebebasan berpendapat. Undang-undang ini tentu saja berbeda dengan KUHP, perundang-undangan ini telah sedemikian rupa mengantisipasi efek negatif perkembangan teknologi informasi khususnya media elektronik seperti mengatur antisipasi jenis dan bentuk kejahatan dengan menggunakan kecanggihan teknologi informasi (Ali, 2012, hl. 251).

Puspitasari (2016) menyatakan terdapat berbagai upaya yang dapat diterapkan sebelum berpendapat dalam media sosial, di antaranya:

- 1) Informasi, hendaknya sebelum berkomentar dan berkesimpulan galilah informasi secara mendalam, keseluruhan dari berbagai sisi, sehingga kita dapat lebih memahami dari berbagai sudut dan tidak terburu-buru berkesimpulan atau memihak.
- 2) Kategorisasi, sebisa mungkin singkirkan terlebih dahulu pendapat-pendapat pribadi yang memungkinkan kita berkomentar maupun berpendapat secara subjektif atau memihak secara ekstrim. Kita perlu melihat lebih luas sehingga kita akan bersikap, berkomentar lebih objektif.
- 3) Persepi, dari informasi yang kita dapat perlu untuk kita olah dan analisa lebih dalam, sehingga dapat membentuk suatu persepsi yang kuat.

- 4) Kehadiran orang lain, selalu ingatlah bahwa apa yang kita ungkapkan bisa berdampak pada kondisi psikologis atau keadaan lawan bicara maupun orang lain, maka tinggalkanlah kata-kata membekas yang baik. Hal ini merupakan kewajiban kita sebagai sesama manusia.

## B. Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa referensi penelitian yang sebelumnya pernah dilakukan dan dijadikan referensi oleh peneliti untuk memperkuat kajian penelitian yang ada, sehingga aspek yang belum ada dalam penelitian terdahulu dapat dilakukan dalam penelitian ini.

- 1) Penelitian yang dilakukan oleh Dita Prasantri (2010), yang berjudul “Etika Komunikasi dalam Media Sosial bagi Ibu-Ibu PKK di Desa Mekarmukti Kab. Bandung Barat”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui perilaku komunikasi ibu-ibu PKK di media sosial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ibu-ibu PKK sadar akan pentingnya memiliki pengetahuan dalam etika berkomunikasi di media sosial. Persamaan dalam penelitian ini adalah obyek dan metode penelitian dan perbedaannya adalah pada tujuan dan subyek penelitian.
- 2) Penelitian yang dilakukan oleh Nurul Kusuma Wardhani (2015) dengan judul skripsi “Etika Interpersonal Mahasiswa Komunikasi UMI Dalam Media Sosial *Twitter*” penelitian ini menggunakan pendekatan deskripsi kualitatif, teknik pengambilan data *purposive sampling*, teori yang digunakan teori komunikasi interpersonal, penelitian ini berfokus pada etika interpersonal mahasiswa UMI dalam menggunakan twitter. Persamaan dalam penelitian ini adalah pada obyek penelitian yaitu sama-sama mengkaji media sosial. Perbedaannya adalah pada tujuan dan subyek penelitian.
- 3) Penelitian yang dilakukan oleh Nurul Kusuma Wardhani (2015) dengan judul skripsi “Etika Interpersonal Mahasiswa Komunikasi UMI Dalam Media Sosial *Twitter*” penelitian ini menggunakan pendekatan deskripsi kualitatif, teknik pengambilan data *purposive sampling*, teori yang digunakan teori komunikasi interpersonal, penelitian ini berfokus pada etika interpersonal mahasiswa UMI dalam menggunakan *twitter*. Persamaan dalam penelitian ini

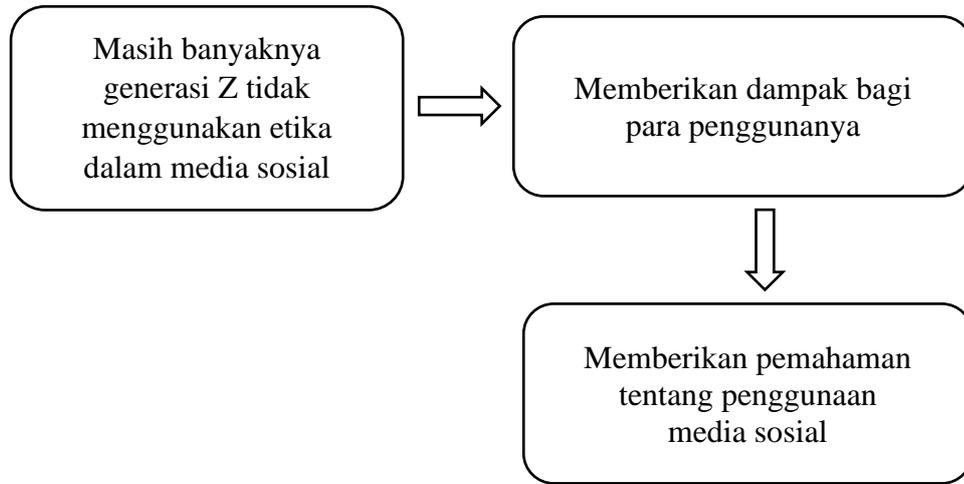
adalah pada obyek penelitian yaitu sama-sama mengkaji media sosial. Perbedaannya adalah pada tujuan dan subyek penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan analisis deskriptif, yakni akan menggambarkan secara sistematis dan akurat mengenai fakta dan karakteristik terkait bidang tertentu (Saifudin, 2001, hlm. 7). Menurut Nadzir, metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu system pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang (Prastowo, 2016, hlm. 186). Penelitian ini berusaha menggambarkan, menganalisis dan mendeskripsikan data yang diperoleh dari siswa dan siswi SMA Negeri 2 Majalengka.

### **C. Kerangka Pemikiran**

Masyarakat modern pada saat ini mengikuti perkembangan informasi dan teknologi. Generasi Z terhitung sebagai generasi yang paling familiar dengan perkembangan informasi dan teknologi, terutama media sosial. Dalam menggunakan media sosial, para penggunanya diberi kebebasan berbagi informasi atau berkomunikasi dengan siapa saja. Kebebasan ini bukan berarti tidak ada etika yang membatasi mana yang boleh atau mana yang tidak boleh. Ada baiknya mengenal bagaimana etika yang harus diperhatikan dalam menggunakan media sosial. Hal ini dilakukan agar membuat pengguna merasa nyaman dan mengurangi tindak kejahatan. Dalam melakukan komunikasi antar sesama pada situs jejaring sosial, biasanya para pengguna melupakan etika dalam berkomunikasi sehingga menimbulkan kebebasan dalam berbicara. Dampak kebebasan berbicara tersebut akan menyebabkan masalah dalam kehidupan sehari-hari seperti konflik antar sesama serta menyebarkan berita bohong atau hoaks

**Gambar 2.2 Bagan Kerangka Pemikiran**



**Sumber: Diolah Peneliti (2023)**