

KOMUNIKASI SOSIAL DI ERA INDUSTRI 4.0

(Studi Pada Etika Komunikasi Remaja Perempuan Melalui Media Sosial di Era Industri 4.0)

Maya Sandra Rosita Dewi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
maya.dewi@uinsuka.ac.id

Abstract

The era of the industrial revolution 4.0 was marked by the rapid development of technology and information. Indonesia became one of the countries that started the industrial era 4.0. The concept of application of this era is automation carried out by technology without requiring human labor in the process of its application. Technology which is the main pillar in the development of the industrial revolution one of which is the internet. This technology is growing rapidly, has very sophisticated features and makes it easy for humans to access or carry out an activity. The device used to access the internet has increased very quickly. This also impacts on the development of communication and information technology between people in various parts of the world. Communication that used to be still done manually and using manual tools, has now become very easy.

Communication does not have to be done face-to-face or using tools such as letters. With the presence of computers and smartphones humans can communicate with anyone without having to meet in person. It is feared that the development of communication technology will shift ethics in talks. Besides having many benefits, this virtual communication also has disadvantages that are beneficial to humans. Among them are creating a person who can cause a crisis of social communication that is intended for young people.

This paper discusses how the ethics of teenage girl communication on social media. In essence the ethics of communicating are very important and good to apply. Good compilation of communicators and communicators. Good communication ethics dispel misunderstandings and quarrels that end up insulting one another. If communication is delivered with sentences that are not polite, rude, and far from the moral values conveyed previously on social media that are very heterogeneous, it will produce something that is not useful if it can be provoked and discussed.

Keywords: Media, Ethics, Youth

Abstrak

Era revolusi industri 4.0 ditandai dengan berkembang pesatnya teknologi dan informasi. Indonesia menjadi salah satu negara yang memasuki era industri 4.0. Konsep penerapan dari era ini adalah otomatisasi yang dilakukan oleh teknologi tanpa memerlukan tenaga kerja manusia dalam proses pengaplikasiannya. Teknologi yang menjadi pilar utama dalam perkembangan revolusi industri salah satunya adalah internet. Teknologi ini semakin berkembang pesat, memiliki fitur-fitur yang sangat canggih dan memudahkan manusia dalam mengakses atau melakukan suatu kegiatan. Perangkat yang digunakan untuk mengakses internetpun mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini berdampak pula pada berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi antarmanusia di berbagai belahan bumi.

Komunikasi yang dahulunya masih dilakukan secara tatap muka dan menggunakan alat-alat manual, kini berubah menjadi sangat mudah. Komunikasi tidak harus dilakukan dengan tatap muka atau menggunakan alat manuak seperti surat. Dengan adanya komputer dan smartphone manusia bisa berkomunikasi dengan siapa saja tanpa harus bertemu langsung. Perkembangan teknologi komunikasi ini dikhawatirkan akan menggeser etika dalam berkomunikasi. Selain memiliki banyak manfaat yang baik, komunikasi virtual ini juga memiliki dampak yang kurang baik bagi manusia. Diantaranya membentuk menjadi pribadi yang individualis serta dapat menimbulkan krisis komunikasi sosial terutama pada generasi muda.

Paper ini menggambarkan bagaimana etika komunikasi remaja perempuan di media social. Pada hakikatnya etika berkomunikasi sangat penting dan baik untuk diterapkan. Baik ketika menjadi komunikator maupun komunikan. Etika komuniaksi yang baik meniadakan kesalahpahaman maupun pertengkaran yang berujung saling menghina. Bila komunikasi disampaikan dengan kalimat yang tidak sopan, kasar, dan jauh dari nilai moral terlebih disampaikan di media social yang sifatnya sangat heterogen, maka akan menghasilkan sesuatu yang tidak bermanfaat bahkan dapat memprovokasi dan mengakibatkan terjadinya konflik

Kata Kunci : Media, Etika, Remaja

Pendahuluan

Era revolusi industri generasi keempat atau dikenal dengan era industri 4.0 ditandai dengan berkembang pesatnya teknologi dan informasi. Indonesia menjadi salah satu negara yang memasuki era industri 4.0. Schwab (2016) menjelaskan revolusi keempat dikembangkan dari revolusi ketiga, yaitu revolusi digital yang telah berlangsung selama beberapa dekade. Schwab (2016) juga menjelaskan bahwa revolusi keempat ini ditandai dengan penggabungan teknologi yang semakin mengaburkan batas antara ruang fisik, digital, dan biologis. Dari penjelasan disamping dapat dikatakan revolusi industry memberikan kemudahan pada manusia khususnya alam perkembangan teknologi. Konsep penerapan dari era ini adalah otomatisasi yang dilakukan oleh teknologi tanpa memerlukan tenaga kerja manusia dalam proses pengaplikasiannya.

Teknologi yang menjadi pilar utama dalam perkembangan revolusi industri salah satunya adalah internet. Teknologi ini semakin berkembang pesat, memiliki fitur-fitur yang sangat canggih dan memudahkan manusia dalam mengakses atau melakukan suatu kegiatan. Perangkat yang digunakan untuk mengakses internetpun mengalami perkembangan yang sangat pesat. Komputer yang semakin canggih hingga sekarang disebut dengan *supercomputer*, selain komputer telepon genggam yang

dahulu manual sekarang berubah menjadi *smartphone*. Perkembangan teknologi dan informasi turut mengubah kehidupan manusia menjadi modern. Hal ini berdampak pula pada berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi antarmanusia di berbagai belahan bumi.

Komunikasi yang dahulunya masih dilakukan secara tatap muka dan menggunakan alat-alat manual, kini berubah menjadi sangat mudah. Dengan adanya komputer dan *smartphone* manusia bisa berkomunikasi dengan siapa saja tanpa harus bertemu langsung. Ayu (2012) dalam Prasanti (2018) mengatakan bahwa media telah menjadi bagian dari eksistensi manusia sejak manusia itu ada. Manusia sendiri merupakan media yang memiliki kemampuan untuk menyampaikan informasi dan perasaan melalui bagian – bagian tubuhnya. Lalu manusia pun sadar bahwa ia memiliki keterbatasan sehingga manusia mulai memikirkan sehingga manusia mulai memikirkan cara – cara baru dalam menyampaikan pesan, maka ditemukanlah media. Media untuk menyampaikan pesan ini pun berkembang dari media yang hanya bersifat interpersonal menjadi media massa.

Di era modern seperti sekarang ini, media massa menjadi salah satu yang sering dibicarakan. Hal ini dikarenakan peranannya yang sangat penting dan begitu

dibutuhkan oleh manusia. Komunikasi massa merupakan suatu bentuk komunikasi yang memanfaatkan saluran media baik cetak, elektronik, maupun media cyber (online). Saluran tersebut berguna dalam menghubungkan pihak komunikator dengan komunikan secara bersamaan.

Media komunikasi yang digunakan manusia di era industry 4.0 sebagian besar beralih ke produk digital. Media tersebut lebih dikenal dengan sebutan media jejaring sosial ataupun media sosial. Di Indonesia, pengguna aktif media sosial terbanyak adalah kaum remaja khususnya remaja perempuan. Bahkan tidak sedikit dari mereka yang memiliki lebih dari satu akun media sosial seperti *facebook*, *twitter*, *maupun instagram*. Media sosial tersebut digunakan membangun komunikasi dan bergaul dengan orang lain bahkan sampai lintas negeri. Banyak pula yang menggunakan media sosial tersebut untuk berjualan online hingga untuk kegiatan social. Perkembangan teknologi komunikasi ini dikhawatirkan akan menggeser etika dalam berkomunikasi. Selain memiliki banyak manfaat yang baik, komunikasi virtual ini juga memiliki dampak yang kurang baik bagi manusia. Diantaranya membentuk menjadi pribadi yang individualis serta dapat menimbulkan krisis komunikasi sosial terutama pada generasi muda.

Fenomena diatas mendorong peneliti untuk mengkaji fenomena perkembangan teknologi komunikasi dikalangan remaja khususnya remaja perempuan di era industri 4.0. Selain itu, paper ini juga akan melihat bagaimana perilaku komunikasi remaja perempuan melalui media sosial. Tujuan dari paper ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana etika komunikasi remaja perempuan melalui media sosial di era industri 4.0.

Media Sosial : Peran dan Dampak di Era Modern

Media sosial merupakan produk nyata perkembangan teknologi khususnya internet. Media ini memudahkan manusia dalam berkomunikasi dan berinteraksi melalui jaringan online. Oleh karenanya interaksi dilakukan tidak harus atap muka, cukup menggunakan teknologi seperti *smartphone* atau *smartcomputer*. Kaplan dan Haenlein menjelaskan “media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideology dan teknologi web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content* (curran & lennon, 2011).

Lebih lanjut mereka menjelaskan istilah web 2.0 digunakan secara khusus untuk menjelaskan teknologi semacam *wikis*, *weblogs*, dan media internet lainnya, dan web 2.0 ini penting untuk media sosial karena mampu mempercepat pertumbuhan

dari media sosial itu sendiri. Pengertian diatas menegaskan mengenai canggihnya perkembangan internet sebagai produk teknologi khususnya media sosial. Tidak terbantahkan bahwa media sosial sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat di era modern, akan tetapi media sosial menghapus batasan ruang, waktu, dan pelaku komunikasi.

Media sosial memiliki kelebihan dibandingkan dengan media konvensional. Seperti yang dipaparkan oleh Bernardalloy, yang menyatakan kelebihan media sosial diantaranya : kesederhanaan, membangun hubungan, jangkauan global, dan terukur (Bernardalloy, <http://bernardalloy.blogspot.com/p/bab-2.html>, diakses pada tanggal 27 November 2019). Selain pendapat dari Bernardalloy, Aljawi dan Muklason (2011) menjelaskan memaparkan dampak positif dan negatif penggunaan media social diantaranya :

1. Dampak positif : semakin mudahnya berinteraksi dengan orang lain, sebagai media berbagai informasi, sebagai media diskusi, sebagai media promosi, dan sebagai sarana hiburan.
2. Dampak negatif : Kurangnya interaksi dengan dunia luar, Marak terjadi penipuan, Pencurian data pribadi, Batasan ranah pribadi (privasi) semakin kabur, Membuat kecanduan, Pornografi, dan maraknya penyebaran berita palsu (hoax).

Remaja Perempuan dan Media Komunikasi

Masa remaja merupakan masa transisi yang ditandai dengan adanya perubahan fisik, emosi, dan psikis (Sarwono, 2011). Lebih lanjut Rusmiati & Hastono (2015) menjelaskan pertumbuhan remaja biasanya diawali dengan pengetahuan yang dipersepsikan sebagai sesuatu hal yang baik/negatif, kemudian diinternalisasikan ke dalam dirinya. Jika tersebut positif maka perilaku akan sesuai dengan persepsinya. Hal ini dikarenakan dia akan merasa setuju dengan yang diketahuinya. Namun sebaliknya, jika ia mempersepsikan secara negatif, maka ia pun cenderung menghindari atau tidak melakukan apa yang dipersepsikan ke dalam perilakunya. Dengan kata lain, seseorang yang memiliki sikap positif akan menunjukkan perilaku yang positif pula. Dari penjelasan disamping dapat disimpulkan perilaku remaja cenderung dipengaruhi oleh sikapnya, diantaranya suka dan tidak suka, atau setuju dan tidak setuju.

Dari segi media sosial, biasanya perempuan khususnya remaja perempuan lebih terpengaruh dengan informasi yang ada di media social. Hal ini dikarenakan kaum perempuan diyakini lebih sering menggunakan media social setiap harinya daripada laki-laki. Hal ini sesuai dengan penelitian yang diterbitkan diterbitkan

dalam jurnal *The Lancet Child & Adolescent Health* seperti dikutip dari CNN, Minggu (1/9/2019) menyebutkan, baik pada remaja laki-laki maupun perempuan, penggunaan media sosial yang sering menyebabkan tekanan psikologis yang lebih besar. Namun demikian, efeknya terlihat jelas pada perempuan. Mereka merupakan pihak yang lebih sering memeriksa akun media sosial, dan hal ini membuatnya menjadi lebih rentan terkena tekanan psikologis (Haryanti, <https://www.kompas.com/tren/read/2019/09/01/190000465/media-sosial-bahayakan-mental-remaja-perempuan-studi-tunjukkan-sebabnya?page=all>, diakses pada tanggal 20 November 2019).

Saluran komunikasi merupakan alat atau media yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Berlo (1960) mengartikan dalam beragam pengertian, diantaranya : a) saluran sebagai alat pembawa, b) saluran yang dilalui oleh alat pembawa pesan, c) media wahana yang memungkinkan alat pembawa pesan itu melalui jalan atau saluran yang harus dilaluinya, dan d) media/wahana yang dapat dijadikan sarana untuk berkomunikasi seperti pertemuan serta pertunjukan. Salah satu media komunikasi di era modern yang disukai oleh masyarakat khususnya remaja perempuan adalah media social seperti *facebook*, *twitter*, *instagram*, dan lain-lain. Media social jenis ini begitu

disukai karena fitur-fiturnya seperti upload foto, kolom komentar, serta fitur lain. Media social ini tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi, akan tetapi untuk eksistensi diri.

Etika Komunikasi dan Etika Media

Secara etimologis, kata “Etika” berasal dari bahasa Yunani “ethos”. Kata yang berbentuk tunggal ini berarti “adat atau kebiasaan”. Bentuk jamaknya “ta etha” atau “ta ethe” artinya adat kebiasaan, sehingga etika merupakan sebuah teori tentang perbuatan manusia, yang ditimbang menurut baik dan buruknya atau sebuah ilmu yang menyelidiki mana yang baik dan mana yang buruk, dengan memperhatikan akal pikiran (Mufid, 2013). Dengan demikian etika komunikasi adalah ilmu yang memperhatikan baik buruknya cara berkomunikasi. Etika komunikasi memperhatikan kejujuran dan terus terang, keharmonisan hubungan, pesan yang tepat, menghindari kecurangan, konsistensi antara pesan verbal maupun non-verbal serta memperhatikan apakah para komunikator memotong suatu pembicaraan atau tidak. Etika komunikasi menjadi sangat penting ketika berkomunikasi dalam sebuah komunitas, komunitas menurut Wengner sebagaimana dibahas oleh Mufid (2013) adalah sekelompok orang yang saling berbagi lingkungan, perhatian, masalah, serta memiliki keterkaitan atau kegemaran yang sama terhadap suatu topik.

Etika komunikasi tidak hanya berkaitan dengan tutur kata yang baik tetapi juga berangkat dari niat yang tulus yang diekspresikan dari ketenangan, kesabaran dan empati kita dalam berkomunikasi (Corry, 2009). Sehingga bentuk komunikasi demikian akan menciptakan suatu komunikasi dua arah yang mencirikan penghargaan, perhatian dan dukungan timbal balik antara pihak-pihak yang berkomunikasi. Etika media lebih bersifat institusional daripada bersifat publik, misalnya kode etik jurnalistik dibuat untuk menjaga kredibilitas wartawan dan pekerja media dengan menerapkan standar profesi kewartawanan yang harus dipatuhi.

Shoemaker dan Reese mengemukakan pendapatnya mengenai etika komunikasi massa yaitu: 1) tanggung jawab; 2) kebebasan pers; 3) masalah etis; 4) ketepatan dan objektivitas dan 5) tindakan adil untuk semua orang (Nuruddin, 2007). Dengan demikian, dalam era globalisasi ini media mempunyai tanggung jawab terhadap para khalayak yang mengkonsumsinya yang dapat disebut sebagai etika media massa (Komala, 2009), yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Media harus menyajikan pemberitaan yang benar, komprehensif dan cerdas.
2. Media harus berperan sebagai forum pertukaran pendapat, komentar dan kritik.
3. Media harus menyajikan gambaran khas dari setiap kelompok masyarakat.

4. Media harus selalu menyajikan dan menjelaskan tujuan dan nilai-nilai masyarakat.

5. Media harus membuka akses ke berbagai sumber informasi.

Metodologi Penelitian

Penelitian dalam paper ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif ditujukan untuk mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku, membuat perbandingan atau evaluasi, menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang (Rakhmat, 2001: 35). Penelitian ini berusaha untuk menjelaskan etika komunikasi remaja perempuan melalui media social di era 4.0.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer berupa pengamatan terhadap akun-akun instagram baik akun publik figur, akun infotainment, akun berita, dan akun pengguna pribadi. Untuk data sekunder, peneliti mengambil data dari beberapa literatur pengetahuan mengenai studi etika komunikasi dan media, foto, ataupun gambar yang diperlukan. Sedangkan untuk analisis data, penelitian ini menggunakan analisis data model interaktif dari Miles dan

Huberman. Teknik analisis ini pada dasarnya terdiri dari tiga komponen yakni: reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan serta pengujian kesimpulan (*drawing and verifying conclusions*).

Miles dan Huberman (1994) dalam Pawito (2007:104) lebih lanjut menerangkan komponen pertama dalam model interaktifnya yakni reduksi data, bukan asal membuang data yang tidak diperlukan. Melainkan merupakan upaya yang dilakukan oleh peneliti selama analisis data dilakukan dan merupakan langkah yang terpisah dari analisis data. Langkah pertama dalam reduksi data melibatkan langkah-langkah editing, pengelompokan, dan meringkas data. Langkah kedua, peneliti menyusun kode-kode dan catatan-catatan (memo) mengenai berbagai hal, termasuk yang berkenaan dengan kativitas serta proses-proses sehingga peneliti dapat menemukan tema-tema, kelompok-kelompok, dan pola-pola data.

Komponen terakhir dari model interaktif Miles dan Huberman, adalah penarikan kesimpulan. Peneliti pada dasarnya mengimplementasikan prinsip induktif dengan mempertimbangkan pola-pola data yang ada dan atau kecenderungan dari display data yang telah dibuat. Ada kalanya kesimpulan telah tergambar sejak awal, namun

kesimpulan final tidak pernah dapat dirumuskan secara memadai tanpa peneliti menyelesaikan analisis seluruh data yang ada. Peneliti dalam kaitan ini masih harus mengkonfirmasi, mempertajam, atau mungkin merevisi kesimpulan-kesimpulan yang telah dibuat untuk sampai pada kesimpulan final berupa proposisi-proposisi ilmiah mengenai gejala atau realitas yang diteliti (Pawito, 2007:106).

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada era industri 4.0 manusia diberikan berbagai macam kemudahan dalam mengakses informasi. Hanya dengan media komunikasi berupa *smartphone* atau *smartcomputer* Kita bias mengakses segala macam informasi baik berupa berita mauin gambar di lintas negara. Media komunikasi yang saat ini digemari oleh masyarakat khususnya remaja perempuan adalah media sosial seperti *facebook*, *twitter*, *instagram*, dan lain-lain. Media sosial digunakan sebagai ajang berkomunikasi dan juga untuk eksistensi diri.

Media sosial pada prinsipnya memiliki manfaat yang sangat banyak. Media social diciptakan agar komunikasi lebih mudah, terutama di era industri 4.0 dengan teknologi yang semakin mutakhir. Proses komunikasi melalui media komunikasi semakin canggih dengan fitur-fitur yang juga semakin canggih.

Media sosial ini akan berdampak buruk apabila terjadi penyalahgunaan dalam menggunakannya. Dampak buruk tersebut bias ditinjau dari beberapa aspek, seperti aspek psikologis, kesehatan, maupun sosial. Dalam aspek sosial, dampak yang sering kita lihat adalah semakin berkurangnya interaksi sosial secara langsung. Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara dengan 5 mahasiswi dengan rentan usia 17 sampai 20 tahun dan dengan kriteria pengguna aktif media sosial, dari keseluruhan responden mengatakan bahwa mereka lebih merasa ekspresif bila berkomunikasi melalui media social.

Akan tetapi, untuk masalah pribadi, mereka merasa aman bila berkomunikasi secara langsung dengan teman atau saudara yang mereka percayai. Hal ini dikarenakan mereka tidak ingin cerita pribadi dan mereka anggap rahasia terekam jejaknya di dunia digital. Selain itu mereka juga tidak ingin lawan bicara menyebarkan cerita pribadi ke orang lain dengan melampirkan bukti berupa *screenshot* hasil percakapan. Responden lain mengatakan bahwa dirinya merasa lebih berani berbicara dan berekspresi melalui media social, karena bila berkomunikasi secara tatap muka terkadang membuat mereka grogi. Keadaan semacam ini terjadi ketika berhadapan dengan seseorang yang sudah

lama tidak bertemu, atau dengan seseorang yang dianggap memiliki status lebih tinggi daripada responden.

Dalam hal menuliskan pesan, terdapat beberapa perbedaan dari responden. Misalnya pernyataan dari responden berinisial NZ. Responden ini menggunakan media social *instagramnya* untuk menawarkan jasa *make up*, sehingga sebisa mungkin responden ini menggunakan kalimat yang sopan dan halus. Dia menganggap setiap *netizen* yang berkomentar di kolom *instagramnya* adalah calon konsumen, sehingga sebisa mungkin dia memberikan servis yang baik, walaupun terkadang Cuma sekedar bertanya atau terkadang berkomentar yang kurang menyenangkan.

Berbeda halnya dengan responden berinisial SL, responden ini mengatakan komentar yang dia tuliskan di media sosialnya tergantung dengan *mood*. Biasanya dia akan terpancing emosi jika ada yang berkomentar tidak baik terlebih dahulu. SL mengatakan

“ *aku sih tergantung komentar sebelumnya. Misalnya saja ketika aku buka akun dari artis korea yang kebetulan aku ngefans sama dia, kalau ada yang duluan maki-maki biasanya aku nggak langsung terpancing, sebisa mungkin masih ditahan, tapi kalau udah kelewatan yauda deh..kadang kebablasan sampe*

ngomong kasar, hahaha...tapi kalau komentar sebelumnya ngebaik-baikin ya aku ikut ngebaikin juga” (SL, 2019).

Pernyataan dari SL menggambarkan bahwa, komentar-komentar awal akan mempengaruhi komentar selanjutnya bila dari awal komentar bagus biasanya akan diikuti komentar selanjutnya. Apabila terdapat satu komentar negatif didalamnya, biasanya akan tenggelam dengan komentar baik yang lebih banyak. Sebaliknya, bila dari awal komentar sudah terlihat menjelekkan, maka komentar selanjutnya akan semakin kasar bahkan terdapat komentar yang mengandung unsur makian.

Pola komunikasi para remaja ini, dapat dapat kita maklumi karena memang masa remaja adalah masa transisi dimana sikap dan pemikiran juga mengalami transisi. remaja biasanya juga terkenal dengan jiwanya yang berapi-api, jadi ketika tersulut sedikit akan mudah terpancing. Akan tetapi untuk remaja perempuan, terlihat bias lebih mengendalikan diri daripada laki-laki, berdasar hasil wawancara dengan 5 (lima) responden, keseluruhannya mengatakan semaksimal mungkin selalu berusaha mengendalikan diri dan mengatur setiap kalimat yang akan mereka tuliskan di media sosial.

Seperti yang disampaikan oleh responden DN yang menyatakan “*aku biasanya setelah ngetik nggak langsung tak kirim, tak tak baca lagi terus dipikirkan kira-kira pantas nggak ya, gitu..*”(DN, 2019). Hal senada juga ditambahkan oleh SL “*aku juga gitu, jadi tiap ngetik walaupun udah dongkol banget tapi tetap tak liat-liat dulu kira-kira ini melampaui batas nggak ya*” (SL, 2019). Bila SL dan DN terkadang masih suka tersulut emosi dan berakibat perang komentar, berbeda halnya dengan GA dan NY yang memiliki pendapat lain. Seperti yang disampaikan oleh GA “*kalau saya memilih nggak ikut-ikutan kalau udah terjadi perang komentar, tapi kalau komen ya...saya lebih yang kaya nasehat gitu, nggak usahlah saling ejek..kan nggak ada manfaatnya*” (GA, 2019). NY juga memiliki pemikiran yang sama “*kalau saya ya biasa aja, komentar seperlunya nggak yang gimana-gimana*” (NY, 2019).

Respon dari GA dan NY, juga dimiliki, oleh beberapa remaja khususnya remaja perempuan. Tipe yang lebih memilih untuk diam dan tidak ikut-ikutan tersulut ketika terjadi perang komentar ataupun ejek-ejekan di dalam media sosialnya. Dari hasil wawancara dan pengamatan beberapa akun media sosial dari remaja perempuan, keseluruhan responden masih memikirkan dan menimbang-nimbang apa yang akan

mereka tulis di media social demi tetap menjaga etika dalam berkomunikasi dan etika dalam menggunakan media sosial. Mereka beranggapan walaupun perempuan terkadang lebih sensitif dari pada laki-laki dan terkesan suka mengobrol, akan tetapi dalam berkomunikasi di media social mereka lebih berhati-hati. Remaja perempuan juga terkesan *moody*, tergantung pada sikapnya. Bila suka akan dilakukan bila tidak suka akan mereka jauhi.

Pembahasan diatas menggambarkan fenomena bagaimana komunikasi remaja perempuan di media social, dengan perkembangan teknologi yang melaju pesat. Remaja perempuan dilihat dari karakteristik sosialnya lebih sering membuka media sosial daripada laki-laki. Selain itu perempuan juga biasa dikatakan lebih aktif dalam berbicara dari pada laki-laki dalam bahasa sederhana perempuan diidentikkan dengan kata *suka nggosip*. Hal inilah yang menjadi perhatian khususnya bagi peneliti, untuk melihat penggunaan kalimat dalam komentar dan postingan. Dari hasil wawancara, keseluruhan responden ,mengakui pernah menggunakan kalimat yang tidak berfaedah. Hal ini dikarenakan mereka terpancing dengan komentar-komentar sebelumnya. Atau ketika mereka berusaha menasehati justru malah ikut-ikutan diserang. Itulah yang membuat

responden keablasan dan terdorong untuk membalas.

Walau demikian, seluruh responden mengakui lebih bahwa etika dalam berkomunikasi menjadi sangat penting terlebih ketika menggunakan ssosial media. Responden juga masih menimbang-nimbang kaedah bahasa yang mereka gunakan ketika akan mempostingnya di media sosial. Mereka masih memperhatikan etika dan nilai kesopanan, dan tidak ingin postingan atau komentar mereka justru akan memprovokasi maupun menyakiti hati orang lain. Dilihat dari sebagian besar akun dari remaja perempuan, memang masih banyak yang tidak mengindahkan etika komunikasi dan etika bermedia. Masih terdapat beberapa akun di media social yang memposting sesuatu yang tidak pantas ataupun berkomentar yang kasar. Akan tetapi tidak sedikitpula remaja perempuan yang masih memperhatikan etika dan nilai kesopanan.

Dalam menggunakan media sosial sebagai komunikasi yang bersifat heterogen dan berbagai macam dimensi social budaya maupun agama, etika komunikasi menjadi sangat penting untuk diperhatikan. Sesuai yang dikemukakan oleh Corry (2009), etika komunikasi tidak hanya berkaitan dengan tutur kata yang baik tetapi juga berangkat dari niat yang tulus yang diekspresikan dari ketenangan,

kesabaran dan empati kita dalam berkomunikasi. Pernyataan tersebut menggambarkan bahwa etika komunikasi menjadi ukuran agar tidak menyampaikan pesan-pesan yang bersifat provokatif ataupun yang mampu menimbulkan perpecahan. Selain itu Shoemaker dan Reese mengemukakan pendapatnya mengenai etika komunikasi massa yaitu: 1) tanggung jawab; 2) kebebasan pers; 3) masalah etis; 4) ketepatan dan objektivitas dan 5) tindakan adil untuk semua orang (Nuruddin, 2007). Pendapat tersebut menjelaskan bahawa media massa sebagai sumber informasi juga memiliki batasan dan etika agar mampu mendidik masyarakat dengan baik serta menjauhkan dari perpecahan hanya karena berita yang belum teruji kebenarannya.

Hal ini semakin mempertegas bahwa mengkonsumsi media sosial yang bersifat massa atau heterogenpun harus tetap memperhatikan batasan dan etika. Dalam menggunakan media sosial hendaknya juga harus bijak, tetap memperhatikan nilai-nilai kebenaran dan kesopanan. Postingan maupun komentar yang akan disebar di media sosial hendaknya ditimbang terlebih dahulu, apakah telah sesuai dengan etika atau justru malah akan menambah masalah.

Penutup

Revolusi industry 4.0 ditandai dengan berkembang pesatnya teknologi dan

informasi. revolusi industry memberikan kemudahan pada manusia khususnya alam perkembangan teknologi. Konsep penerapan dari era ini adalah otomatisasi yang dilakukan oleh teknologi tanpa memerlukan tenaga kerja manusia dalam proses pengaplikasiannya. Perkembangan teknologi dan informasi turut mengubah kehidupan manusia menjadi modern. Hal ini berdampak pula pada berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi antarmanusia di berbagai belahan bumi.

Media komunikasi yang digunakan manusia di era industry 4.0 sebagian besar beralih ke produk digital. Media tersebut lebih dikenal dengan sebutan media jejaring sosial ataupun media sosial. Media sosial tersebut digunakan membangun komunikasi dan bergaul dengan orang lain bahkan sampai lintas negeri. Banyak pula yang menggunakan media sosial tersebut untuk berjualan online hingga untuk kegiatan social. Perkembangan teknologi komunikasi ini harus dibarengi dengan menerapkan etika dalam berkomunikasi dan etika bermedia. Etika komunikasi menjadi sangat penting ketika berkomunikasi dalam sebuah komunitas terlebih lagi di media sosial yang sifatnya sangat heterogen.

Etika komunikasi menjadi acuan utama dalam mengkonsumsi media sosial, mengingat sifat dari media sosial yang tidak memiliki batasan jarak dan waktu

dalam bertukar informasi. Oleh karenanya etika komunikasi menjadi sangat penting di dalam menggunakan media sosial, apabila tidak diterapkan maka akan berpotensi konflik dan perpecahan. Selai itu dengan tidak menjaga tutur kata yang baik, dapat menyakiti hati orang lain serta menimbulkan kebencian yang berujung pada perang komentar.

Daftar Pustaka

- Berlo, David K. 1960. *The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice*. Holt, Rinehart and Winston, New York.
- Komala, Lukiati. 2009. Ilmu Komunikasi: Perspektif, Proses, dan Konteks. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Mufid, Muhammad. Etika dan filsafat komunikasi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009.
- Nurudin. 2003. Komunikasi Massa. Malang: CESPUR.
- Pawito. 2007. Penelitian Komunikasi kualitatif. Yogyakarta: LKIS.
- Rakhmat, Jalaludin. 2002. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Schwab, Klaus. 2016. *The Fourth Industrial Revolution*. New York : Crown Business
- Sarwono S. 2010. Psikologi remaja. Jakarta: Rajawali Pers.
- Aljawi, A.Y & Muklason, A.(2011). Jejaring Sosial Dan Dampak Bagi Penggunaanya. Journal.www.unipdu.ac.id. Vol.1 No.1 2011.
- Curran, J & Lennon, R. (2011. *Social Networks and Old User: An Examination Attitudes and Usage Intention*. (http://www.businessjournalz.org/articlepdf/CMR_2103apr.pdf)
- Prasanti, Ditha. 2018. Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan. Jurnal Lontar Vol.6 No.1 Januari-Juni 2018.
- Rusmiati ,Desi & Hastono, S.P. 2015. Jurnal Kesmas. *National Public Health Journal*. vol. 10. No. 1 Agustus 2015
- Haryanti, (<https://www.kompas.com/tren/read/2019/09/01/190000465/media-sosial-bahayakan-mental-remaja-perempuan-studi-tunjukkan-sebabnya?page=all>), diakses pada tanggal 20 November 2019
- Corry, A. 2009. Etika Berkomunikasi dalam Penyampaian Aspirasi. Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanagara

Artikel Elektronik

Bernardalloy,

<http://bernardalloy.blogspot.com/p/bab-2.html>, diakses pada tanggal 27 November 2019

Haryanti, Rosiana. Media Sosial Bahayakan Mental Remaja Perempuan.

<https://www.kompas.com/tren/read/2019/09/01/190000465/media-sosial-bahayakan-mental-remaja-perempuan-studi-tunjukkan-sebabnya?page=all>, diakses tanggal 27 November 2019.