

Etika Komunikasi Generasi Z Dan Generasi Milenial Dalam Media Sosial Tiktok

Muhammad Mirza Rizky Aulia¹, Maylanny Christin²

¹ Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia, mirzarizky@student.telkomuniversity.ac.id

² Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia, maylannychristin@telkomuniversity.ac.id

Abstract

Problems often faced in the context of social media in Indonesia include the spread of fake news (hoaxes), hate speech, cyberbullying, and privacy violations. TikTok's popularity among Generation Z and Millennials makes it an ideal platform to study how these generations understand and apply communication ethics in the digital era. The research method used is a descriptive qualitative research method. Overall, This study reveals the differences in views between Millennials and Generation Z regarding communication ethics on TikTok and its impact on social interactions. Millennials emphasize honesty, accuracy, and social responsibility, while Generation Z prioritizes authenticity and emotional connectedness, sometimes at the expense of accuracy. Both generations show a high awareness of the importance of respecting individual rights and dignity. The impact of ethical violations includes a decline in reputation and quality of interactions. Awareness-raising efforts through education, creative campaigns, and effective content moderation are considered important by both. TikTok has a crucial role to play in supporting and enforcing ethical communication standards on the platform.

Keywords-communication ethics, generation z, millennial generation, TikTok

Abstrak

Permasalahan yang sering dihadapi dalam konteks media sosial di Indonesia meliputi penyebaran berita palsu (hoax), ujaran kebencian, cyberbullying, dan pelanggaran privasi. Popularitas TikTok di kalangan Generasi Z dan Milenial membuatnya menjadi platform yang ideal untuk mempelajari bagaimana generasi-generasi ini memahami dan menerapkan etika komunikasi di era digital. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif deskriptif. Secara keseluruhan, Penelitian ini mengungkap perbedaan pandangan antara Generasi Milenial dan Generasi Z terkait etika komunikasi di TikTok serta dampaknya terhadap interaksi sosial. Generasi Milenial lebih menekankan kejujuran, ketepatan, dan tanggung jawab sosial, sedangkan Generasi Z mengutamakan keaslian dan keterhubungan emosional, meski terkadang mengorbankan ketepatan informasi. Kedua generasi menunjukkan kesadaran tinggi akan pentingnya menghormati hak dan martabat individu. Dampak pelanggaran etika meliputi penurunan reputasi dan kualitas interaksi. Upaya peningkatan kesadaran melalui pendidikan, kampanye kreatif, dan moderasi konten yang efektif dianggap penting oleh keduanya. TikTok memiliki peran krusial dalam mendukung dan menegakkan standar etika komunikasi di platform ini.

Kata kunci-etika komunikasi, generasi z, generasi milenial, Tiktok

I. PENDAHULUAN

Fenomena maraknya pelanggaran etika di media sosial di Indonesia semakin mengkhawatirkan. Berdasarkan survei Microsoft (2020), Indonesia menempati peringkat tertinggi di Asia Pasifik dalam perilaku tidak sopan di dunia maya, dengan 76% responden melaporkan pernah mengalami tindakan tersebut. Hal ini menunjukkan adanya krisis etika digital di kalangan masyarakat, khususnya di platform seperti TikTok, yang saat ini menjadi sangat populer di kalangan Generasi Z dan Milenial (Voaindonesia.com, 2021). Kasus penyebaran hoaks, ujaran kebencian, dan

cyberbullying menjadi permasalahan utama yang muncul di ranah digital. Data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika RI (2020) menunjukkan lebih dari 1.700 kasus pelanggaran UU ITE yang dilaporkan, sebagian besar terkait dengan penyebaran informasi yang salah dan ujaran kebencian.

Urgensi penelitian ini semakin diperkuat oleh temuan SAFEnet (2021), yang menunjukkan peningkatan 38% kasus ujaran kebencian di media sosial Indonesia dibandingkan tahun sebelumnya. Selain itu, laporan UNICEF dan Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (2020) menyatakan bahwa 1 dari 3 remaja di Indonesia pernah menjadi korban cyberbullying. Hal ini menandakan adanya kebutuhan mendesak untuk meningkatkan literasi digital dan etika bermedia sosial di kalangan pengguna internet Indonesia, khususnya di kalangan anak muda yang merupakan pengguna media sosial terbesar.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana Generasi Z dan Milenial, sebagai pengguna utama TikTok, menerapkan etika komunikasi dalam platform tersebut. Berdasarkan penelitian Mutiah et al. (2019), salah satu penyebab utama pelanggaran UU ITE adalah kurangnya pemahaman tentang etika bermedia sosial. Selain itu, penelitian Pradana (2018) mengungkapkan bahwa kalangan remaja di Indonesia belum sepenuhnya memahami pentingnya etika komunikasi di media sosial. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam upaya peningkatan literasi digital dan pemahaman etika di media sosial.

Tinjauan literatur juga menunjukkan bahwa fenomena ini mencakup berbagai isu, mulai dari penyebaran hoaks hingga pelanggaran privasi. Menurut laporan Mastel (Masyarakat Telematika Indonesia) 2019, 92,4% responden sering menerima hoaks melalui media sosial. Hal ini menunjukkan kurangnya tanggung jawab dalam menyampaikan informasi yang benar di ruang digital. Sementara itu, doxing dan penyebaran konten pribadi tanpa izin juga menjadi pelanggaran yang sering terjadi, dengan lebih dari 300 kasus pelanggaran privasi dilaporkan sepanjang tahun 2020. Menurut laporan Lembaga Studi dan Advokasi Masyarakat.

Pendekatan kualitatif deskriptif akan digunakan dalam penelitian ini, dengan wawancara mendalam untuk mengeksplorasi perspektif Generasi Z dan Milenial tentang etika komunikasi di media sosial, khususnya TikTok. Menurut Creswell (2014), metode kualitatif sangat tepat untuk menggali fenomena sosial yang kompleks dan memberikan wawasan yang kaya mengenai pengalaman individu. Selain itu, konsep kewarganegaraan digital (digital citizenship) akan menjadi fokus penting dalam penelitian ini, sebagaimana dikemukakan oleh Mossberger et al. (2007), yang meliputi hak dan tanggung jawab individu dalam komunitas digital.

Penelitian ini akan memberikan kontribusi signifikan bagi pemahaman kita tentang etika komunikasi di era digital, khususnya di Indonesia. Dengan fokus pada platform TikTok yang populer di kalangan Generasi Z dan Milenial, penelitian ini akan memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai praktik etika komunikasi di ruang digital yang dinamis. Penelitian ini juga akan menjadi landasan bagi pengembangan kebijakan, program pendidikan, dan strategi platform yang lebih etis dan bertanggung jawab dalam menghadapi tantangan etika di media sosial (Setiawan, 2019).

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Etika Komunikasi

Etika komunikasi adalah cabang etika yang berfokus pada prinsip moral yang menjadi pedoman dalam interaksi manusia melalui berbagai bentuk komunikasi. Menurut Littlejohn dan Foss (2021), etika komunikasi mencakup tanggung jawab untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan jujur, akurat, dan menghormati hak serta martabat orang lain. Mereka menyoroti tiga indikator utama etika komunikasi:

1. Kejujuran: Komunikator harus menyampaikan informasi yang benar dan tidak menyesatkan. Ini mencakup transparansi terkait sumber informasi dan pengakuan atas ketidakpastian atau keterbatasan dalam pengetahuan mereka
2. Akurasi: Pesan yang dikomunikasikan harus akurat dan dapat diverifikasi. Komunikator bertanggung jawab untuk memastikan bahwa informasi yang mereka bagikan benar dan relevan.
3. Penghormatan terhadap hak dan martabat individu: Komunikasi harus dilakukan dengan cara yang menghormati privasi, reputasi, dan martabat orang lain. Ini termasuk menghindari pencemaran nama baik, penghinaan, atau penyebaran informasi pribadi tanpa izin.

Etika komunikasi semakin relevan dalam konteks media sosial, di mana pesan dapat menyebar dengan cepat dan luas, seringkali tanpa kontrol yang memadai terhadap kualitas dan dampaknya.

B. Media Baru

Media baru mengacu pada perubahan signifikan dalam cara komunikasi dan media berfungsi sebagai akibat dari kemajuan teknologi digital. Media baru mencakup berbagai format seperti situs web, blog, media sosial, dan aplikasi digital lainnya yang telah merevolusi cara informasi diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi oleh publik. Media baru tidak hanya menghadirkan format dan platform baru tetapi juga mengubah dinamika komunikasi menjadi lebih interaktif dan partisipatif dibandingkan dengan media tradisional (Logan, 2019).

Studi tentang prinsip-prinsip dan etika komunikasi di media baru menggali hubungan dinamis antara kemajuan teknologi dan keterlibatan etis yang bertanggung jawab. Disiplin ini menavigasi medan luas dari berbagai platform komunikasi, yang mencakup media sosial, jurnalisme online, periklanan digital, realitas virtual, dan seterusnya (Putra dalam Setyaningsih et al., 2020)

C. TikTok

TikTok adalah sebuah aplikasi jejaring sosial dan platform video musik dari Tiongkok yang diluncurkan oleh perusahaan ByteDance pada September 2016, diciptakan oleh Zhang Yiming. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah dan membagikan video mereka kepada publik. Berdasarkan data dari DataIndonesia.id, pada Januari 2023, Indonesia menempati posisi kedua sebagai pengguna TikTok terbesar di dunia Pebriawati (dalam Syarif, 2024).

TikTok memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunanya, termasuk dalam aspek etika. Meskipun platform ini menawarkan berbagai bentuk hiburan, ada potensi dampak negatif terhadap nilai-nilai moral dan etika, khususnya bagi generasi muda. Nahla et al. (2024) mencatat bahwa penggunaan bahasa kasar, cyberbullying, dan pelecehan online adalah beberapa contoh perilaku yang dapat mengakibatkan penurunan standar etika akibat penggunaan TikTok. Namun, dampak yang dialami tidak selalu negatif dan sangat bergantung pada individu, pola penggunaan, serta pengawasan orang tua. Oleh karena itu, edukasi dan pendampingan menjadi sangat penting untuk memaksimalkan manfaat TikTok dan meminimalisir dampak negatifnya bagi generasi muda.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mengeksplorasi fenomena secara mendalam tanpa analisis statistik yang kompleks, sehingga memungkinkan pengumpulan data yang kaya dan terperinci. Menurut Zulkarnain dan Rasyid (2020), metode ini membantu memahami pengalaman individu dan menghasilkan data kontekstual. Fokusnya adalah pada narasi dan deskripsi, bukan angka, sehingga relevan untuk memahami dinamika sosial yang kompleks (Creswell & Poth, 2018).

Penelitian ini mengeksplorasi etika komunikasi Milenial dan Generasi Z di TikTok, menggunakan data primer dari wawancara, survei, dan observasi, serta data sekunder dari literatur sebelumnya. Penggunaan kombinasi data primer dan sekunder penting untuk analisis yang valid dan relevan (Babbie, 2016; Creswell, 2014). Metode observasi memungkinkan analisis perilaku influencer dan interaksi audiens di media sosial, memberikan pemahaman mendalam tentang etika komunikasi digital (Guba & Lincoln, 2005). Metode dokumentasi mengumpulkan data dari berbagai sumber untuk analisis sistematis (Moleong, 2018; Bowen, 2009). Proses reduksi data menyaring informasi yang relevan, sementara penyajian data menampilkan temuan secara terstruktur untuk memudahkan interpretasi (Miles & Huberman, 2014). Verifikasi data memastikan keakuratan informasi yang diperoleh, termasuk melalui triangulasi untuk konsistensi hasil (Creswell, 2014).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini, berdasarkan wawancara dengan Generasi Milenial dan Generasi Z, mengungkapkan pandangan dan praktik terkait etika komunikasi di TikTok. Penelitian ini menganalisis hasil wawancara menggunakan teori etika komunikasi dan prinsip-prinsip yang relevan dengan operasionalisasi etika komunikasi di media sosial, khususnya TikTok.

A. Etika Komunikasi dalam Interaksi di Media Sosial TikTok:

1. Kejujuran (Honesty):

Generasi Milenial menganggap kejujuran sebagai elemen kunci dalam etika komunikasi di TikTok. Mereka berupaya memastikan bahwa informasi yang mereka bagikan adalah akurat dan tidak menyesatkan, dengan harapan dapat membangun kepercayaan dan kredibilitas di mata audiens mereka (Littlejohn & Foss, 2021). Generasi ini lebih

berhati-hati dalam memverifikasi fakta sebelum dipublikasikan, menghindari penyebaran informasi yang tidak dapat dipertanggungjawabkan.

Di sisi lain, Generasi Z lebih menekankan pada transparansi dan keaslian dalam konten mereka. Mereka sering membagikan pengalaman pribadi dan konten yang lebih otentik, dengan penekanan pada hubungan langsung dengan audiens mereka. Meskipun keaslian ini dapat meningkatkan konektivitas dengan pengikut, terkadang informasi yang dibagikan belum sepenuhnya terverifikasi, yang dapat mengakibatkan penyebaran informasi yang tidak akurat (Littlejohn & Foss, 2021).

2. Ketepatan (Accuracy):

Generasi Milenial menunjukkan pendekatan yang lebih sistematis dalam memastikan ketepatan informasi sebelum membagikannya. Mereka memahami tanggung jawab sosial yang menyertai penyebaran informasi di platform dengan audiens yang luas, sehingga melakukan verifikasi yang ketat untuk menghindari penyebaran misinformasi (Flew, 2014). Hal ini mencerminkan komitmen mereka terhadap prinsip-prinsip etika komunikasi yang lebih tradisional, di mana ketepatan adalah kunci utama.

Sebaliknya, Generasi Z sering kali terjebak dalam tekanan untuk berbagi informasi secara cepat dan spontan. Walaupun mereka berusaha menjaga ketepatan, proses verifikasi sering kali kurang mendalam dibandingkan dengan Generasi Milenial. Akibatnya, ada risiko peningkatan penyebaran informasi yang tidak terverifikasi secara memadai, menciptakan tantangan dalam menjaga integritas informasi di media sosial (Flew, 2014).

3. Penghormatan terhadap Hak dan Martabat Individu:

Kedua generasi menunjukkan pemahaman dan kesadaran tinggi akan pentingnya menghormati hak dan martabat individu dalam interaksi mereka di TikTok. Generasi Milenial cenderung lebih berhati-hati dalam komentar dan berusaha menghindari konflik, mengedepankan prinsip kesopanan dan pengertian untuk menjaga reputasi baik mereka serta orang lain di platform (Boyd, 2014; Wang et al., 2019). Mereka lebih memilih untuk menyampaikan umpan balik secara konstruktif dan menghindari konten yang dapat menimbulkan pertentangan.

Generasi Z, meskipun lebih terbuka dan spontan dalam interaksi mereka, juga berusaha untuk menjaga kesopanan dan empati. Mereka lebih selektif dalam berkomentar, berupaya untuk menghindari ujaran kebencian dan perundungan, serta melaporkan konten yang melanggar aturan etika. Pendekatan ini menunjukkan upaya mereka untuk menciptakan lingkungan interaksi yang lebih inklusif dan positif (Boyd, 2014; Wang et al., 2019).

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini mengidentifikasi perbedaan pendekatan etika komunikasi antara Generasi Milenial dan Generasi Z di TikTok. Generasi Milenial menekankan kejujuran, ketepatan, dan formalitas, cenderung berhati-hati dalam memverifikasi informasi dan menjaga tanggung jawab sosial mereka, sementara Generasi Z lebih fokus pada keaslian dan transparansi, sering mengorbankan ketepatan informasi demi keterhubungan emosional dan spontanitas. Dalam penerapan etika, Generasi Milenial lebih memperhatikan akurasi dan tanggung jawab sosial, sedangkan Generasi Z menekankan keterhubungan emosional. Kedua generasi menunjukkan kesadaran tinggi terhadap penghormatan hak dan martabat individu, serta menjaga privasi orang lain.

Dampak pelanggaran etika komunikasi dapat meliputi hilangnya reputasi dan penurunan kepercayaan publik, dengan Generasi Milenial lebih fokus pada dampak reputasi dan kesehatan mental, sementara Generasi Z lebih pada kualitas interaksi dan penyebaran kebencian. Langkah-langkah untuk meningkatkan kesadaran meliputi pendidikan formal, pelatihan untuk influencer, dan panduan etika. Generasi Z mengusulkan fitur edukasi dan kampanye kreatif di platform. TikTok diharapkan mendukung etika komunikasi melalui panduan, moderasi konten, dan pelatihan pengguna, dengan penegakan aturan dan keterlibatan komunitas sebagai kunci.

Secara keseluruhan, meskipun terdapat perbedaan dalam pendekatan etika komunikasi antara Generasi Milenial dan Generasi Z, keduanya memiliki kesadaran yang tinggi terhadap pentingnya etika dalam interaksi sosial di TikTok. Keseimbangan antara kejujuran, ketepatan, keaslian, dan penghormatan terhadap hak serta martabat individu, didukung oleh platform, merupakan kunci untuk menerapkan etika komunikasi yang efektif dan berkelanjutan.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, berikut adanya saran oleh penulis:

A. Saran Praktis:

1. Edukasi TikTok: Luncurkan kampanye kesadaran etika dan pelatihan rutin bagi influencer tentang tanggung jawab sosial.
2. Panduan Etika: Buat panduan etika jelas dan perbarui kebijakan secara berkala.
3. Moderasi Konten: Perkuat sistem pelaporan dan moderasi aktif konten yang melanggar etika.
4. Kampanye & Kolaborasi: Libatkan influencer dan organisasi dalam kampanye kreatif untuk menyebarkan pesan etika.

B. Saran Akademis:

1. Penelitian Lanjutan: Bandingkan penerapan etika di berbagai platform dan teliti dampak pendidikan etika.
2. Pengembangan Teori: Kembangkan teori dan model etika baru sesuai perkembangan media sosial.
3. Kurikulum: Masukkan etika digital dalam kurikulum dan buat sertifikasi bagi influencer.
4. Kolaborasi: Lakukan penelitian bersama akademisi dan industri, serta adakan konferensi tentang etika komunikasi digital.

REFERENSI

- Babbie, E. (2016). *The practice of social research* (14th ed.). Cengage Learning.
- Boyd, D. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press.
- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27-40.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Flew, T. (2014). *New media: An introduction* (4th ed.). Oxford University Press.
- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (2005). Paradigmatic controversies, contradictions, and emerging confluences. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *The SAGE handbook of qualitative research* (pp. 191-215). SAGE Publications.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2021). *Theories of human communication* (11th ed.). Waveland Press.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif (Revisi)*. Remaja Rosdakarya.
- Mossberger, K., Tolbert, C. J., & McNeal, R. S. (2007). *Digital citizenship: The internet, society, and participation*. MIT Press.
- Mutiah, D., Arista, D., & Lestari, N. (2019). Analisis faktor pelanggaran UU ITE dalam komunikasi digital. *Jurnal Komunikasi Digital*, 5(2), 120-136.
- Pradana, P. (2018). Kesadaran etika komunikasi pada remaja pengguna media sosial. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 7(1), 45-60.
- SAFEnet. (2021). *Laporan tahunan SAFEnet: Pelanggaran hak digital di Indonesia*. SAFEnet.
- Setiawan, A. (2019). Pengembangan kebijakan etika komunikasi di era media sosial. *Jurnal Komunikasi Publik*, 14(1), 90-102.
- Syarif, A. (2024). Pengaruh penggunaan TikTok terhadap perilaku generasi muda. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(2), 32-44.
- UNICEF & Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. (2020). *Laporan cyberbullying di kalangan remaja Indonesia*. UNICEF Indonesia.
- Voaindonesia.com. (2021). *Survei perilaku tidak sopan di dunia maya: Indonesia tertinggi di Asia Pasifik*. VOA Indonesia.
- Wang, Q., Chen, W., & Liang, Y. (2019). The impacts of social media on interpersonal relationships and communication ethics among adolescents. *Journal of Social Media Studies*, 2(3), 212-228.
- Zulkarnain, M., & Rasyid, M. (2020). Pendekatan kualitatif deskriptif dalam penelitian sosial: Teknik dan aplikasi. *Jurnal Penelitian Sosial*, 18(1), 57-74.