

**MASYARAKAT DIGITAL DAN BUDAYA INTERAKSI DI SOSIAL MEDIA (STUDI TENTANG PEMAHAMAN ETIKA DI RUANG PUBLIK SOSIAL MEDIA GENERASI Z DI DESA SERADING)**

**Arianto<sup>1</sup>, Supriadi<sup>2</sup>**

**<sup>1</sup> Mahasiswa Program Studi Sosiologi, Universitas Teknologi Sumbawa**

**<sup>2</sup> Dosen Program Studi Sosiologi, Universitas Teknologi Sumbawa**

***E-mail:* [thestarr585@gmail.com](mailto:thestarr585@gmail.com), [supriadi@uts.ac.id](mailto:supriadi@uts.ac.id)**

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan karena adanya peningkatan interaksi generasi Z di desa Serading melalui media sosial. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana generasi Z berinteraksi secara etis dalam penggunaan media sosial di desa Serading, serta mengidentifikasi perbedaan mereka antara ruang publik dan ruang privat dalam konteks media sosial. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data meliputi pengumpulan data, reduksi dan kategorisasi data, presentasi data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa generasi Z memiliki pemahaman dan menerapkan etika dalam berinteraksi di ruang publik media sosial. Mereka menyadari bahwa media sosial adalah ruang publik yang menghubungkan orang-orang dari berbagai negara dan memahami batasan dalam berinteraksi di media sosial, baik dalam ruang publik maupun ruang privat. Mereka menghindari penggunaan kata-kata kasar dan menjaga emosi agar tidak menyakiti perasaan orang lain atau merugikan mereka yang membaca postingan mereka.

***Kata Kunci : Etika Interaksi, Media Sosial, Generasi Z, Masyarakat Digital***

**ABSTRACT**

This research was conducted due to an increase in the interaction of Generation Z in Serading Village through social media. The purpose of this study is to understand how Generation Z interacts ethically in the use of social media in Serading Village, and to identify their differences between public and private spaces in the context of social media. The research method used is qualitative research with a descriptive approach. Data collection is done through observation, interviews, and documentation. Data analysis includes data collection, data reduction and categorization, data presentation, and drawing conclusions. The results of the study show that generation Z has an understanding and applies ethics in interacting in social media public spaces. They realize that social media is a public space that connects people from various countries and understands the boundaries of interacting on social media, both in public and private spaces. They avoid using harsh words and keep their emotions from hurting other people's feelings or harming those who read their posts.

*Keywords : Interaction Ethics, Social media, Generation Z, Digital Society*

**1. PENDAHULUAN**

Tren yang sedang terjadi di media sosial saat ini menunjukkan kurangnya kedewasaan dan tanggung jawab dari para pengguna. Hal ini mencerminkan adanya krisis etika dalam berkomunikasi melalui media sosial. Di Indonesia, terdapat masalah dalam hal kelimpahan informasi namun rendahnya kualitas literasi atau pemahaman tentang media, terutama media sosial (Bahki, 2016). Oleh karena itu, tidak mengherankan jika kasus penipuan melalui internet meningkat, akses terhadap konten pornografi meningkat, dan berita bohong (hoax) serta perundungan (cyberbullying) di media sosial semakin banyak terjadi. Bahkan di desa Serading, ada beberapa orang yang menyebarkan berita bohong atau video porno melalui media sosial seperti WhatsApp. Padahal, sebenarnya media sosial seharusnya menjadi sarana untuk memfasilitasi proses komunikasi yang sehat dan mencapai harmonisasi. Media sosial seharusnya menjadi platform yang memungkinkan terjadinya dialog yang konstruktif, diseminasi gagasan secara rasional, dan penyebaran informasi yang menenangkan..

Etika komunikasi memiliki beberapa fungsi yang penting. Pertama, etika komunikasi berperan sebagai dasar moral yang membangun kesadaran moral antara individu. Contohnya, menggunakan bahasa yang baik, sopan, dan perilaku yang sopan saat berbicara. Kedua, etika komunikasi mempermudah proses penyampaian pesan. Dengan mengikuti etika komunikasi, seseorang dapat lebih

mudah dalam menyampaikan dan menerima pesan. Hal ini terjadi karena bahasa yang digunakan dapat dipahami oleh kedua belah pihak. Ketiga, etika komunikasi berfungsi sebagai panduan dalam menjalin komunikasi. Panduan ini mencakup penggunaan bahasa yang baik, baik dalam komunikasi lisan maupun tertulis, serta perilaku yang sesuai (Rahmanita Ginting, 2021). Dr. Adie E. Yusuf, seorang dosen di Universitas Bina Nusantara yang mengajar tentang pembentukan karakter, menyebutkan beberapa etika dan etiket dalam komunikasi sehari-hari. Contohnya adalah menggunakan bahasa yang baik, ramah, dan sopan, serta mengambil inisiatif sebagai pembuka dialog. Selain itu, penting juga untuk menggunakan panggilan atau sebutan yang baik kepada orang lain, serta berperilaku dengan baik.

## II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan sebuah penelitian kualitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan pemahaman etika di ruang publik media sosial generasi Z di Desa Serading. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan sosiologis yang memeriksa fenomena sosial dan manusia. Pendekatan ini menghasilkan gambaran yang kompleks dan mempelajari kata-kata serta laporan rinci dari pandangan responden untuk memahami situasi yang mereka alami. Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini menghasilkan kesimpulan berdasarkan data yang secara rinci menggambarkan fenomena yang diteliti, yaitu pemahaman etika di ruang publik media sosial generasi Z di Desa Serading.

Pendekatan kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif baik dalam bentuk tulisan maupun lisan dari individu dan perilaku yang dapat diamati. Dalam penelitian kualitatif, instrumen dan teknik pengumpulan data yang umum digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dalam penelitian kualitatif, peneliti sendiri merupakan instrumen utama yang disebut sebagai human instrument. Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang fenomena yang diteliti (Sugiyono, 2021).

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Pemahaman Etika Berinteraksi Generasi Z di Ruang Publik Sosial Media Desa Serading

1. Ruang Publik Dan Ruang Privat
  - a. Ruang publik

Ruang publik diartikan sebagai ruang yang dapat diakses secara terbuka dan digunakan oleh masyarakat umum. Oleh karena itu, dalam ruang publik seperti media sosial, informasi yang disampaikan cenderung bebas. Namun, perlu diingat bahwa dalam berinteraksi di media sosial, terdapat banyak orang yang berpartisipasi, bahkan dari negara lain. Oleh karena itu, penting untuk menyaring kata-kata sebelum diucapkan agar tetap sopan dan tidak menyinggung perasaan orang lain. Terdapat batasan-batasan dalam berbicara di media sosial, di mana kita harus menghindari perkataan yang sembarangan yang dapat menyebabkan orang lain tersinggung.

1) Etika Membuat status di ruang publik sosial media

Pentingnya penerapan etika dan kesopanan dalam berinteraksi di media sosial harus ditanamkan dalam diri setiap individu. Dengan adanya kesadaran akan etika tersebut, diharapkan akan timbul rasa bertanggung jawab dan bijak dalam menggunakan media sosial. Terutama dalam membuat status atau postingan di media sosial, penting untuk memperhatikan adab dan kesopanan. Hal ini karena dengan menerapkan etika yang baik, postingan atau status yang diunggah akan memiliki nilai yang baik dan positif.

2) Adanya emosi saat bermain di ruang publik sosial media

Seringkali pengguna media sosial mengungkapkan kemarahan mereka melalui postingan yang tidak bermanfaat dan menggunakan bahasa kasar. Hal ini dapat mengganggu pengguna media sosial lainnya. Sebaiknya, jika ada masalah pribadi atau timbulnya emosi seperti masalah dalam rumah tangga atau permintaan lainnya, sebaiknya tidak meluapkannya melalui status atau media sosial lainnya yang dapat membuat orang lain tidak senang membacanya.

3) Timbulnya rasa Bahagia pada saat bersosial media

Ketika berinteraksi di media sosial, perasaan bahagia seringkali muncul ketika melihat postingan orang lain, termasuk video-video yang dianggap lucu oleh kita.

4) Ruang publik media sosial sebagai tempat berjualan atau berdagang

Dalam era ini, media sosial banyak digunakan sebagai platform untuk berjualan online. Hal ini disebabkan oleh kemudahan dalam menjangkau lebih banyak pelanggan melalui media sosial. Namun, dalam berjualan di media sosial, penting untuk tetap menjaga etika, seperti memastikan produk yang dijual memiliki nilai positif dan gambar yang diunggah layak untuk dilihat.

b. Ruang Privat

Ruang privat adalah ruang yang dikaitkan dengan kepemilikan pribadi, di mana pembicaraan atau percakapan apa pun yang terjadi di dalamnya dianggap bebas karena tidak semua orang dapat melihat atau menilainya.

1) Membuat status di ruang privat sosial media

Ketika membuat status di ruang privat, seperti dalam aplikasi WhatsApp, pengguna seringkali memilih untuk memperlihatkan status tersebut kepada orang-orang tertentu.

2) Adanya emosi di ruang privat

Melampiaskan emosi dalam ruang privat dilakukan dengan cara langsung menyindir sasaran tanpa melibatkan banyak orang.

3) Timbulnya perasaan Bahagia diruang privat

Generasi zaman sekarang seringkali merasakan perasaan yang timbul saat menerima pesan dari orang yang dianggap penting dalam obrolan.

4) Berjualan dimedia sosial

Di era saat ini, media sosial dimanfaatkan sebagai sarana untuk melakukan promosi bisnis. Dalam menghadapi persaingan yang cukup ketat, tidak jarang pemilik usaha menyembunyikan produk yang mereka jual dari akun pesaing.

Menerapkan etika dalam berinteraksi generasi Z di ruang publik media sosial menjadi sangat penting, termasuk dalam komentar, pembuatan status, dan berbagi postingan orang lain. Ruang publik merupakan tempat di mana individu-individu pribadi berpartisipasi dalam diskusi masalah publik. Ruang ini merupakan tempat di mana warga negara yang bebas dan setara berkumpul untuk berbagi informasi, berdebat, berdiskusi, atau mempertimbangkan kepentingan bersama, Habermas(dalam Muhtar, 2023). Media sosial memiliki

cakupan global dan menjadi tempat interaksi bagi banyak orang. Sayangnya, ada beberapa orang yang memanfaatkan ruang publik tersebut untuk keuntungan pribadi.

Ruang publik juga berperan sebagai ruang interaksi, terutama dalam konteks media sosial. Pentingnya menerapkan kesopanan menjadi faktor yang sangat krusial dalam berinteraksi di media sosial. Jika etika tidak diterapkan dalam penggunaan media sosial, berbagai dampak negatif dapat terjadi, seperti tindakan perundungan (bullying), penyebaran berita palsu (hoax), pelecehan, pornografi, dan ujaran kebencian. Sebaliknya, ruang privat merupakan ruang pribadi di mana individu tertentu memiliki akses ke informasi dan percakapan yang lebih pribadi.

## 2. Interaksi Sosial

Dari hasil penelitian oleh peneliti di ketahui bahwa seperti cara generasi Z berinteraksi di sosial media.

### a. Berbagi Informasi Disosial Media

Aktivitas manusia saat ini tidak dapat dipisahkan dari penggunaan media sosial, yang meliputi pengiriman pesan hingga berbagi informasi. Informasi yang dibagikan melalui media sosial umumnya memiliki nilai penting dan memberikan manfaat bagi para pengguna.

### b. Memberi komentar

Aktivitas bermain media sosial sering kali melibatkan kegiatan mengomentari postingan orang lain, hal ini dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh informasi yang lebih jelas.

### c. Etika berinteraksi

#### 1) Cara berkomentar disosial media

Penting bagi generasi Z untuk mempraktikkan kesopanan saat berinteraksi di ruang publik media sosial. Karena media sosial memiliki jangkauan yang luas dan banyak orang yang terlibat di dalamnya, penggunaan bahasa yang sopan saat berkomentar menjadi faktor yang sangat penting. Sebelum memberikan komentar, disarankan untuk memastikan bahwa bahasa yang digunakan tetap sopan.

2) Etika membagikan postingan orang lain di sosial media

Pastikan bahwa informasi yang dibagikan memiliki nilai positif, sehingga postingan tersebut dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

Interaksi sosial melibatkan individu-individu yang saling berinteraksi untuk mengekspresikan diri dan mendapatkan respon dari individu lain terkait komunikasi dan perilaku mereka. Teori interaksi sosial yang dikemukakan oleh H. Bonner (dalam Ahmad, dkk, 2002:54) menyatakan bahwa interaksi sosial adalah hubungan antara dua atau lebih individu manusia, di mana tindakan individu satu mempengaruhi, mengubah, atau memperbaiki tindakan individu lain atau sebaliknya.

**B. Batasan antara ruang publik dan privat sosial media generasi Z didesa Serading**

a. Ruang Publik

1) Batasan membuat status diruang publik sosial media

Sebelum membuat status di ruang publik media sosial, penting untuk memperhatikan penggunaan kata-kata dan bahasa yang digunakan dalam status tersebut. Hindari penggunaan kata-kata yang bersifat menyindir atau menyinggung orang lain.

2) Batasan saat emosi bermain di ruang publik media sosial

Menjaga batasan dalam situasi emosi merupakan hal penting yang perlu dilakukan agar kita tidak mengucapkan kata-kata kasar atau tidak sopan.

3) Batasan Ketika bahagia saat bermain media sosial

Menjaga keterbatasan saat merasa bahagia di media sosial merupakan tindakan yang penting agar tidak melampiaskan secara berlebihan di ruang publik sosial media.

4) Batasan saat berjualan atau berdagang di media sosial

Penting untuk menetapkan batasan saat berjualan atau berdagang di media sosial, terutama dalam melakukan promosi produk, agar tidak sembarangan mengunggah foto yang tidak pantas atau tidak sesuai dengan nilai-nilai yang dapat diterima oleh orang lain.

b. Ruang Privat

- 1) Batasan membuat status diruang privat sosial media  
 Terdapat batasan dalam membuat status di ruang privat sosial media, di mana status hanya akan ditampilkan kepada orang-orang tertentu yang dipilih.
- 2) Batasan ketika merasa emosi diruang privat sosial media  
 Di ruang privat sosial media, emosi dapat diekspresikan tanpa adanya batasan karena sifatnya yang pribadi dan hanya bisa dilihat oleh teman-teman komunikasi yang dipilih.
- 3) Batasan ketika merasa bahagia diruang privat sosial media  
 Mengekspresikan perasaan diruang privat sosial media adalah hal yang bebas dilakukan karena sifatnya yang pribadi.
- 4) Batasa berjualan atau berdagang diruang publik sosial media  
 Berjualan di ruang privat merupakan hal yang jarang dilakukan, karena kebanyakan orang lebih memilih untuk melakukan promosi secara publik agar lebih banyak orang yang dapat melihatnya.  
  
 Penting untuk menetapkan batasan ketika bermain sosial media guna mencegah terjadinya konflik atau saling menyindir antara pengguna. Selain itu, juga perlu dihindari membagikan postingan yang bernilai negatif agar suasana dalam media sosial tetap positif dan harmonis.

#### **IV. KESIMPULAN**

1. Penerapan etika dalam berinteraksi di ruang publik media sosial sangat penting, baik dalam berkomentar, membuat status, maupun membagikan postingan orang lain. Hal ini karena media sosial memiliki cakupan global dan banyak orang yang berinteraksi di dalamnya. Media sosial telah menjadi wadah dan sarana untuk berekspresi, menyampaikan ide-ide kreatif, berinteraksi, dan mengemukakan pendapat. Berbagai aplikasi media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, dan lainnya telah memudahkan komunikasi dan konektivitas antar desa, kota, negara, bahkan benua.
2. Namun, jika pengguna media sosial, terutama generasi Z, tidak menerapkan etika dalam berinteraksi, maka dapat timbul masalah seperti tindakan bullying, penyebaran berita palsu (hoax), pelecehan seksual, pornografi, dan ujaran kebencian di dunia media sosial. Oleh karena itu, penting bagi setiap pengguna media sosial untuk memahami dan menerapkan etika dalam berinteraksi di platform tersebut.
3. Penerapan etika dan kesopanan dalam berinteraksi di media sosial perlu ditanamkan dalam diri setiap individu. Hal ini diharapkan dapat menumbuhkan

rasa bertanggung jawab dan bijak dalam menggunakan media sosial, terutama dalam mengunggah konten dan memberikan komentar. Pengguna media sosial harus menggunakan bahasa yang sopan dan mudah dimengerti, mengingat bahwa media sosial diakses oleh orang dari berbagai daerah, negara, bahkan benua.

4. Selain itu, pada era ini banyak orang yang memanfaatkan media sosial sebagai wadah untuk mencari rezeki, seperti berjualan online. Namun, dalam berjualan di media sosial juga perlu memperhatikan etika, termasuk memastikan produk yang ditawarkan memiliki nilai positif dan gambar yang diunggah pantas untuk dilihat. Dengan menerapkan etika dalam berinteraksi di media sosial, diharapkan pengguna dapat menciptakan lingkungan yang lebih positif dan bermanfaat bagi semua pengguna media sosial.
5. Apabila seseorang menggunakan media sosial dengan menerapkan etika yang baik, maka beragam informasi yang disajikan di dalamnya akan memiliki nilai yang baik pula. Media sosial merupakan ruang publik di mana banyak orang berinteraksi, sehingga dalam menyebarkan informasi, mengunggah postingan, dan memberikan komentar, penting untuk menggunakan bahasa yang sopan. Adanya batasan dalam bermedia sosial juga sangat penting, terutama bagi generasi Z, agar mereka tidak menyalahgunakan media sosial.
6. Dalam penggunaan media sosial, perlu dijadikan sebagai wadah untuk mencari informasi yang bermanfaat. Dalam ruang publik media sosial, terdapat banyak sumber informasi yang dapat diakses oleh pengguna. Dengan menerapkan etika dalam berinteraksi di media sosial, pengguna dapat memastikan bahwa informasi yang disajikan adalah berkualitas dan bermanfaat bagi pembaca atau pengikutnya.

## V. SARAN

1. Diharapkan agar generasi Z terus menerapkan dan mengamalkan etika yang baik dalam berinteraksi sosial maupun dalam kehidupan sehari-hari.
2. Memanfaatkan media sosial untuk kepentingan dan menyebarkan informasi yang bermanfaat serta memiliki dampak positif.
3. Menggunakan Bahasa yang baik dan sopan dalam berinteraksi di media sosial.
4. Membedakan cara berinteraksi antara ruang privat dan ruang publik dalam penggunaan media sosial.
5. Diharapkan bahwa generasi Z dapat memahami dan mengenal batasan-batasan dalam menggunakan media sosial

**DAFTAR RUJUKAN****Sumber Jurnal:**

Ahmadi, A (2002). *Psikologi Sosial. Edisi Revisi*, Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.

Habermas, J. (2023). *View of Ruang Publik dan Dakwah di Media Sosial / Dinamika Penelitian: Media Komunikasi Penelitian Sosial Keagamaan*. Uinsatu.ac.id.

Sudiby, Agus. (2016). *Etika Bermedia dan Kontroversi Politik*. HU. Kompas. Edisi 18 Oktober 2016.

**Sumber Buku:**

Ginting, Rahmanita, et al. (2021). *Etika Komunikasi Dalam Media Sosial: Saring Sebelum Sharing*. Vol. 1. Penerbit Insania

Sugiyono, P. D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (D. Sutopo, Ir (ed.); Cetakan ke, p. xx + 444). Alfabeta