

# NETIQUETTE: ETIKA JEJARING SOSIAL GENERASI MILENIAL DALAM MEDIA SOSIAL

## NETIQUETTE: THE ETHICS OF MILLENNIAL-GENERATION SOCIAL NETWORKS IN SOCIAL MEDIA

**Yuhdi Fahrimal**

Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIPOL, Universitas Teuku Umar  
Jl. Alue Peunyareng, Meureubo, Kabupaten Aceh Barat, Provinsi Aceh  
Email: yuhdifahrimal@utu.ac.id

diterima tanggal 19 Januari 2018 | direvisi tanggal 19 April 2018 | disetujui tanggal 31 Mei 2018

### ABSTRACT

High growth internet and Social media users has led to resistance to social values prevailing in society, that is, ethics and morals. The main goals of this research is a to analysis dan descriptived ethical violation in social media, especially from the millennials. This research uses qualitative method with literature review approach. This approach aims to identify netiquette theories and concepts that will be comparable to the various phenomena of ethical violations in social media. Ethics in the netiquette are different from other forms of ethics, just like the rules of ethics in the real world, netiquette also encourages users to obey the ethical and moral rules to create a comfortable, peaceful and peaceful common space. Millennial generations are expected to remain confined to the barrier of values, norms and rules of humanity as they interact in the real world.

**Keywords:** *Netiquette, social media, millennial-generation*

### ABSTRAK

Lompatan tinggi pengguna internet dan media sosial telah menyebabkan resistensi terhadap nilai-nilai sosial yang berlaku di masyarakat, yaitu, etika dan moral. Tujuan utama penelitian ini adalah menganalisis dan mendeskripsikan pelanggaran etika dalam media sosial khususnya yang dilakukan oleh generasi milenial. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan literatur review. Pendekatan ini bertujuan untuk menemukan teori dan konsep netiquette yang akan dikomparasikan dengan beragam fenomena pelanggaran etika di media sosial. Etika di ruang siber (netiquette) berbeda dari bentuk etika lainnya, sama seperti aturan etika di dunia nyata, netiquette juga mendorong para pengguna untuk taat pada aturan etis dan moral untuk menciptakan ruang bersama yang nyaman, tentram, dan damai. Generasi milenial diharapkan tetap harus membatasi diri dengan sekat nilai, norma dan aturan kemanusiaan layaknya berinteraksi di dunia nyata.

**Kata kunci:** *Netiquette, media sosial, generasi milenial*

## I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi internet saat ini sudah sangat pesat. Internet telah menyatukan orang-orang dari berbagai belahan dunia ke dalam sebuah sistem yang besar dan seolah tanpa batas. Internet telah mengubah cara manusia terhubung dan berkomunikasi satu dengan lainnya. Oleh internet, bumi ini –meminjam istilah Friedman (2005) –menjadi sebuah dunia yang datar (*the world is flat*). Terminologi tersebut menunjukkan

perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang kemudian dikenal sebagai internet memungkinkan siapapun, dimana pun, dan kapan pun dapat saling terhubung serta saling bersaing dengan sangat mudah. Keterhubungan ini seolah-olah menjadikan manusia berada dalam “satu piring besar” (Ibrahim dan Akhmad, 2014).

Konsekuensi utama dari kehadiran internet adalah terkoneksi seluruh masyarakat ke dalam ranah maya, atau dalam istilah Christakis dan Flower (2010) dikenal sebagai *hyper-connected*,

yaitu, hubungan yang dibangun dalam mencerminkan relasi yang saling terikat. Orang-orang dari berbagai latar belakang demografi dan geografi dapat saling bertukar informasi, mengetahui perkembangan terkini politik luar negeri, sampai melakukan transaksi jual beli. Semuanya dapat terjadi dalam rentetan *klik* dari tetikus komputer atau telepon genggam mereka. Dalam pandangan yang lebih ekstrim dikatakan bahwa internet membuat dunia berada dalam genggamannya manusia.

Kehadiran internet telah mendorong para pengembang untuk melahirkan inovasi baru. Beragam aplikasi diciptakan untuk memenuhi kebutuhan sosialisasi manusia. Aplikasi-aplikasi jejaring sosial online diciptakan dengan mereplikasi pola jejaring di kehidupan nyata hanya saja dalam cakupan yang lebih luas. Lihat saja bagaimana Facebook, Twitter, Path, Instagram, MySpace, 4Shared, Youtube, dan lain sebagainya membuat manusia saling terhubung satu sama lain. Setiap individu yang memiliki akun media sosial ingin mengetahui kondisi “temannya” di seberang sana.

Tren pengguna internet di Indonesia selama tiga tahun terakhir terus meningkat. Tahun 2015 jumlah pengguna internet di Indonesia adalah 96,5 juta jiwa. Pada 2017 jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat menjadi 112,1 juta jiwa (Statiska.com, 2017a). Data ini menyiratkan bahwa setengah dari jumlah penduduk Indonesia saat ini sudah terkoneksi internet. Mayoritas mereka terkoneksi melalui *smartphone* dengan harga yang terjangkau yang memang didesain mampu menjalankan aplikasi media sosial. Berdasarkan survei Statiska.com tentang tren penggunaan media sosial berdasarkan kelompok umur,

didapatkan data bahwa Facebook masih menjadi primadona sebagai aplikasi jejaring sosial yang diminati oleh penduduk Indonesia. Pengakses Facebook didominasi oleh mereka yang berusia 18-34 tahun (Statiska.com, 2017b). Kelompok umur inilah yang oleh para ilmuwan disebut sebagai *net-generation* (Tapscot, 2009), *digital natives* (Palfrey dan Gasser, 2008), *home zappiens* (Veens, 2006), dan lain sebagainya. Mereka adalah generasi pertama yang bersentuhan dengan teknologi internet. Mereka juga lebih mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan berbagai aplikasi teknologi yang terus berkembang.

Pertanyaannya mengapa internet, khususnya media sosial begitu digandrungi oleh masyarakat? Untuk menjawab hal ini perlu dikemukakan pendapat Riffe *et al* (2008) bahwa setidaknya ada empat karakteristik yang dihadirkan internet dalam komunikasi manusia, yaitu, (1) kecepatan dalam menyampaikan informasi; (2) interaktifitas; (3) multimedia atau konvergensi media; dan (4) kedalaman dan keberlimpahan informasi yang diperoleh dengan biaya yang relatif murah. Hal lainnya yang ditawarkan internet adalah kebebasan dan kustomisasi (Tapscot, 2009). Kebebasan dan kustomisasi ini memungkinkan pengguna internet dan media sosial merasa lebih *private* untuk setiap akun yang mereka punya. Mereka dapat mengubah, meng-*upload*, mengunduh, menulis, dan berbagi apa saja yang mereka sukai. Sederhananya, akun media sosial dianggap sebagai kepunyaan individu yang dapat digunakan untuk apa saja.

Lazimnya hasil perkembangan teknologi, internet dan media sosial memiliki dua sisi. Di satu sisi, kehadiran internet dipandang dapat membantu dan memudahkan terkoneksi masyarakat.

Internet dan media sosial memungkinkan setiap individu untuk saling terhubung dalam sebuah komunitas virtual (*virtual community*) (van Dijk, 2006). Di sisi lain, internet dan media sosial memiliki dampak negatif ketika berhadapan dengan aspek etika dan moral. Meskipun konsep etika dan moral dalam lingkup universal adalah sesuatu yang cair, namun dalam kehidupan masyarakat Indonesia dengan adat dan budaya ketimurannya, etika dan moral merupakan hal yang paling dijunjung tinggi. Sopan santun dan tata krama dalam kehidupan sehari-hari memiliki aturan yang ketat dan tidak dapat ditoleransi jika dilanggar. Namun konsep etika dan moral ini mendapat benturan ketika masuk dalam ranah digital. Dengan konsep kebebasan, kecepatan, interaktivitas, hiper-konektivitas, dan hiper-tekstualitas, pengakses internet membuat para pengguna terjebak dalam realitas virtual dan sulit untuk keluar.

Realitanya, internet dan media sosial banyak digunakan bertentangan dengan nilai etik dan moral. Perilaku-perilaku bertentangan dengan nilai etika dan moral ini didominasi dilakukan oleh remaja. Perilaku melawan nilai etik dan moral yang biasa dilakukan seperti mengakses situs pornografi dan eksploitasi seksualitas (Chase dan Statham, 2005; Dombrowski *et al*, 2007; Andina, 2010), melakukan perundungan siber (*cyber bullying*) (Perren dan Gutzwiller-Helfenfinger, 2012) bahkan perundungan siber yang sering dilakukan menggunakan media sosial (Whittaker dan Kowalski, 2015).

Berbagai fenomena pelanggaran aspek etis di internet dan media sosial tersebut telah menarik peneliti untuk mengemukakan kembali perspektif *netiquette* atau dalam istilah lain sering pula

disebut sebagai *cyber ethic*. Perspektif ini sama-sama memandang bahwa teknologi internet tidak hanya memiliki dampak teknis seperti memudahkan komunikasi manusia namun juga membawa konsekuensi etis dalam transaksi informasi (Tavani, 2013). Etika merupakan aturan yang digunakan oleh manusia dalam hidup yang membantu untuk menentukan apa yang benar dan salah (Magnis-Suseno, 2016). *Netiquette* merupakan kewajiban yang hadir dipatuhi oleh *users* bertindak saat terhubung dengan internet (Baum, 2005; Bailey, 2008; Pręgowski, 2009).

Tujuan utama paper ini adalah menganalisis dan mendeskripsikan pelanggaran etika dalam media sosial khususnya yang dilakukan oleh generasi milenial. Hasil riset ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pemerintah dan masyarakat tentang pola perilaku yang berpotensi melanggar nilai etis di jejaring media sosial. Kajian tentang etika di media siber (*netiquette* atau *cyber-ethic*) saat ini semakin mendapat perhatian oleh berbagai kalangan, khususnya di Indonesia. Kebanyakan pelaku pelanggaran etika siber berasal dari generasi milenial yang dianggap belum dapat mengontrol perilaku mereka di dunia maya. Paper ini diharapkan bermanfaat dalam memberikan sumbangan baik keilmuan maupun aspek praktis dalam mendorong berkembangnya kajian etika siber sehingga melahirkan masyarakat yang *literate internet*.

## II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan *literatur review*. Pendekatan ini bertujuan untuk menemukannya teori dan konsep

*netiquette* yang akan dikomparasikan dengan beragam fenomena pelanggaran etika di media sosial. Pengkajian terhadap aspek etika di media siber (*netiquette*) menjadi sangat penting karena (1) belum memadainya penerapan peraturan sebagai rambu-rambu dalam transaksi informasi di internet dan media sosial; (2) belum banyak pengkajian yang dilakukan terhadap *netiquette* (Tedre *et al*, 2006); serta (3) perkembangan pengguna internet yang semakin tinggi sehingga berkorelasi dengan potensi semakin besarnya pelanggaran etika.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Internet dan Jaringan Komunikasi di Dunia Maya

Kelahiran internet menjadi momentum perubahan besar yang dialami dunia. Internet yang berasal dari dua terminologi *interconetion* dan *net* sudah sangat lazim digunakan oleh masyarakat dunia hingga saat ini. Kebutuhan terhadap internet setiap hari semakin meningkat, hal ini dikarenakan berbagai fasilitas yang disediakan oleh internet. Menurut Saverin dan Tankard (2011) sejarah awal kehadiran internet merupakan jaringan komputer ARPANET, yaitu, suatu sistem komunikasi yang terkait dengan pertahanan-keamanan yang dikembangkan pada tahun 1960an di Amerika Serikat. Sistem komunikasi yang berjaringan ini memungkinkan hampir semua orang di belahan dunia mana pun untuk saling terhubung dan berkomunikasi dengan cepat dan mudah.

Internet adalah revolusi kumpulan jaringan-jaringan yang menghubungkan komputer-komputer dan *server* secara bersama-sama secara lebih terperinci. *Federal Networking Council* yang

dimiliki pemerintah Amerika Serikat menjelaskan bahwa internet mengacu pada sistem informasi global yang (1) secara logis terhubung bersama-sama dengan ruang alamat global unik yang berbasis pada *Internet Protocol* (IP) atau perpanjangan sub-sekuensinya; (2) mampu menyokong informasi dengan protokol kontrol transmisi/*Internet Protocol* (TCP/IP) atau perpanjangan sub-sekuensinya; dan (3) menyediakan, menggunakan atau menghubungkan, baik secara publik atau pribadi layanan tingkat tinggi yang melapisi komunikasi dan infrastruktur terkait (Lister *et al*, 2009).

Penyebaran penggunaan internet telah meningkat sejak 20 tahun terakhir ke seluruh dunia. Pembahasan mengenai internet tidak dapat dilepaskan dari akar perkembangan teknologi. Teknologi merupakan pondasi dimana internet dilahirkan dan dikembangkan mengikuti tuntutan pasar manusia. Salah satu janji utama teknologi adalah kecepatan dalam segala aspek kehidupan. Kecepatan, menurut Supelli (2010) dianggap sebagai daya teknologi yang paling ampuh. Lewat teknologi, slogan Olympiade *citius, altius, dan fortius* (makin cepat, makin tinggi, makin kuat) tidak hanya tinggal sebagai mimpi para atlet, tetapi juga membayangkan-bayangi dunia sehari-hari. Daya itu pada mulanya dipahami secara instrumental, yaitu, bagaimana orang menghasilkan berbagai suku cadang berkualitas baku melalui kerja yang cepat dan murah. Dalam konteks teknologi informasi, daya itu mendorong untuk mendapat binformasi sebanyak mungkin dalam waktu cepat dan dengan biaya yang semurah-murahnya.

Berbeda dengan media yang lebih dulu hadir, internet memiliki karakteristik yang unik. Menurut Wood dan Smith (2005) terdapat dua karakteristik

utama internet, yaitu, (1) *multimedia*, yaitu, internet mengatasi keterbatasan dan kelemahan yang dimiliki oleh surat kabar, radio, dan televisi dalam hal mampu merangkum seluruh media yang ada. Dengan internet, orang bisa memnonton video, membaca teks, dan mendengarkan audio secara bersamaan; dan (2) *interactivity*, yaitu, memungkinkan pengguna untuk membuat pesan mereka sendiri, mempublikasi konten, atau terlibat dalam interaksi online. Saverin dan Tankard (2011) menambahkan konsep *Hypertext* untuk merujuk pada karakteristik internet. *Hypertext* merupakan spot-spot dalam halaman web yang dapat di-klik oleh pengguna untuk berpindah ke spot lain –baik dalam dokumen yang sama, dalam *website* yang sama, maupun dalam situs lain di internet.

Internet merupakan sebuah ruang publik dimana masyarakat saling berhubungan, melakukan diskusi dan pertukaran simbol pesan, serta mengontrol perilaku orang lain. Sebagai ruang publik, internet memungkinkan setiap orang di berbagai belahan dunia ikut serta mendiskusikan banyak perkara sekaligus, tetapi cenderung juga cepat lupa karena setiap perkara segera tertindih; tergulung ke dalam perkara lain. Orang dengan cepat beralih ke topik lain yang menarik minat atau perhatiannya (Supelli, 2010; Carr, 2011). Kosekuensi dari ke-ruang-an yang dimiliki internet adalah adanya masyarakat –dalam istilah Howard Rheingold (sebagaimana dikutip Saverin dan Tankard, 2011) –dikenal sebagai masyarakat virtual atau masyarakat maya (*virtual communities*), masyarakat jaringan (*network society*) (Castells, 2009); atau masyarakat informasi (*information society*) (McQuail, 2011).

Menurut Darin Barney sebagaimana dikutip Andriadi (2016) komunitas virtual merupakan

kumpulan individu yang tidak terikat secara geografis yang interaksinya dilakukan secara eksklusif di dalam jaringan komputer. Dalam pemahaman yang lebih luas untuk aspek sosial, Andrew Ward (dalam Andriadi, 2016) menyatakan bahwa komunitas virtual merupakan suatu kesatuan sosial yang muncul dari jaringan ketika cukup banyak orang melakukan diskusi publik dalam rentang waktu yang cukup lama dan dengan perasaan manusia yang memadai. Tujuannya adalah membentuk jaringan hubungan pribadi dan sosial. Komunitas maya dicirikan dengan relasi-relasi pertukaran dinamis informasi. Individu yang tergabung dalam komunitas virtual atau masyarakat jaringan saling terkoneksi oleh jaringan internet, mereka membentuk koloni, sehingga tidak berlebihan jika McLuhan menyebut internet sebagai *global village* (Carr, 2011).

Bagaimana internet membentuk masyarakat jaringan? Untuk menjawab hal ini perlu kiranya menyitir pendapat Castells (2009). Internet menyediakan *platform* ibarat sebuah rumah bagi hampir seluruh masyarakat dunia. Tidak ada batasan ruang dan waktu dalam internet. Selama ada koneksi jaringan antara komputer dan internet maka setiap individu dapat terhubung. Jaringan di sini merupakan sistem yang saling terkait, saling bertukar data secara selektif, dan dengan tujuan tertentu. Jaringan meruntuhkan pemusatan kekuasaan dan hierarki yang terlembaga. Akses jaringan membutuhkan kemampuan untuk mengurai kode, memahami teknologi, dan aturannya. Pola komunikasi yang terjadi dalam jaringan internet dikenal sebagai *mass self-communication*, yaitu, pola komunikasi yang menghubungkan bukan hanya *person to person* namun juga *many to many*. Oleh karenanya, model

jaringan komunikasi ini mengharuskan setiap pengguna untuk menjaga perilakunya dalam berhubungan dengan orang lain.

Konsumsi internet semakin hari semakin tinggi, terlebih dengan perkembangan *smartphone*. Internet digemari karena ia menjadi media komunikasi yang murah namun dapat menjangkau hampir seluruh manusia dan menghimpun berbagai informasi yang diperlukan manusia. Melalui internet manusia sampai pada apa yang disebut Pascoe (2010) sebagai era Polymedia. Era ini ditandai dengan ketergantungan penuh manusia kepada setidaknya tiga teknologi komunikasi, yaitu, telepon seluler, *instant messenger*, dan situs jejaring sosial atau media sosial. Saat ini, telepon seluler telah berkembang pesat. Telepon seluler tidak hanya menyediakan fasilitas telepon dan *short message service* saja, melainkan telah dipasang oleh jaringan internet. Dengan tambahan koneksi internet, telepon seluler menjadi alat komunikasi yang semakin *mobile*. Internet juga menyediakan produk *instant messenger* dimana memungkinkan individu-individu untuk saling berkiriman pesan teks, foto, bahkan video.

Internet telah membuat perubahan besar-besaran dalam sistem sosial kita. Dalam bidang ekonomi, internet melahirkan *e-commerce* dengan ciri utamanya transaksi elektronik. Para penjual dan pembeli tidak perlu bertemu layaknya pasar tradisional. Internet menyediakan etalase bagi pedagang untuk memajang barang dagangannya. Di lain pihak, melalui *e-commerce*, pembeli dapat melihat *review* para pembeli lainnya terhadap toko online dan kualitas barang yang dijual. Pembeli akan terbantu untuk memilih barang yang ia sukai dengan harga yang bervariasi, tanpa harus lelah pergi ke luar rumah.

Internet juga mengubah praktik politik dunia. Internet menjelma menjadi ruang publik yang memungkinkan seluruh warga negara untuk saling berdialog. Tidak ada sekat dan tidak ada batasan informasi. Warga negara dapat mengkritik pemerintah melalui tulisan-tulisan mereka di *web-blog*, atau menggalang gerakan sosial melalui postingan di media sosial. Potensi internet dalam bidang politik secara maksimal mampu dimanfaatkan oleh Barack Obama saat mencalonkan diri menjadi Presiden Amerika tahun 2008. Dengan bantuan tim yang dikenal sebagai *Triple O* –berisikan anak-anak muda dari generasi milenial –Obama berhasil meningkatkan partisipasi pemilih pemula sebesar 60 persen. Tim kampanye politik Obama memaksimalkan media sosial untuk “menjual” program kerja kepada generasi muda dan pemilih pemula (Tapscot, 2009; Hendrick dan Denton, 2010). Dalam konteks Indonesia, kehadiran Jakarta Media sosial Volunteers (Jasmev) saat Pilkada DKI Jakarta 2010 menjadi fenomena baru dalam praktik politik di negara ini. Relawan yang terdiri atas anak-anak muda ini mampu meningkatkan elektabilitas Jokowi-Ahok dan mengantarkannya menjadi Gubernur DKI Jakarta. Model kampanye via media sosial ini kemudian ditiru oleh berbagai elite politik yang bertarung dalam palagan politik di Indonesia.

Kekuatan internet tidak dapat dibendung. Diskusi-diskusi isu politik di internet dapat menggerakkan massa untuk menggulingkan pemerintahan yang sah. Sebagai contoh, Presiden Tunisia Zine El Abidine Ben Ali yang telah memerintah selama 23 tahun berhasil digulingkan oleh rakyatnya. Proses penggalangan aksi rakyat Tunisia ini dilakukan melalui media sosial. Konsolidasi politik ini sukses menumbangkan

rezim diktator Ben Ali. Tragedi Tunisia ini memantik apa yang kemudian dikenal sebagai gerakan *Arab Spring*. Hampir semua negara di kawasan Timur Tengah mengalami hal serupa. Rezim yang sah ditumbangkan oleh kekuatan rakyat yang dikonsolidasikan melalui internet.

Meskipun kehadiran internet memodifikasi cara manusia berkomunikasi, namun nyatanya pola jaringan komunikasi sosial di dunia nyata tidak diubah internet. Bahkan menurut Castells (2008) internet memperteguh dan memperkuat jaringan komunikasi sosial yang sudah ada di kehidupan nyata masyarakat, serta mereplikasinya ke dalam bentuk digital yang lebih luas jangkauannya. Internet telah menciptakan hubungan abstrak di antara para penggunanya dalam ikatan yang konkret dan membentuk masyarakat seperti sarang laba-laba yang satu tali saling berhubungan sehingga membentuk sebuah masyarakat dalam dunia maya (*cyberspace*) (Subandi dan Akhmad, 2014).

Masyarakat jaringan adalah struktur masyarakat yang terbentuk berdasarkan aktivitasnya menggunakan mikro-elektronik sebagai basis dari digitalisasi teknologi informasi dan komunikasi (Castells, 2009). Menurut Darin Barney sebagaimana dikutip Andriadi (2016) ada dua karakteristik masyarakat jaringan yang membedakannya dengan komunitas atau masyarakat klasik dan tradisional, yaitu, *pertama* masyarakat jaringan atau komunitas virtual didasarkan atas asumsi bahwa tindakan komunikasi tidak hanya penting tetapi merupakan esensi dari masyarakat. Dibutuhkan investasi personal, keakraban, dan komitmen sebagai atribut tambahan untuk mengubah komunikasi menjadi masyarakat. *Kedua*, berkaitan dengan kepentingan

yang sama (*share interest*) sebagai satu-satunya alasan orang berkumpul secara terhubung. Kepentingan inilah yang dimediasikan oleh jaringan.

Terdapat enam alasan mengapa orang ingin terhubung dalam masyarakat jaringan (Turkle, 2011) yaitu, *pertama* pertukaran informasi atau ide. Komunitas virtual menjadi tempat yang strategis untuk saling bertukar berbagai informasi dan ide. Dari berbagai informasi yang ada yang dipertukarkan komunitas virtual, anggota komunitas kemudian saling memberikan tanggapan dan opininya. Menurut Andriadi (2016) diskursus yang terjadi dalam komunitas virtual biasanya melahirkan sebuah sikap moral dan gerakan sosial khususnya untuk merespon isu-isu politik yang berkembang. Masing-masing anggota yang terlibat dalam diskusi politik, misalnya, akan memunculkan ide tertentu untuk menentukan sikap atau tindakan.

*Kedua*, dukungan sosial. Komunitas virtual bisa menjadi ruang dimana seseorang bisa meminta dan mendapatkan dukungan sosial. Masing-masing individu yang terhubung dalam jaringan dapat menyampaikan berbagai masalah yang dihadapi kepada anggota komunitas. Anggota komunitas virtual dapat pula memberikan respons dukungan. *Ketiga*, pertemanan. Komunitas virtual merupakan cara baru masyarakat era digital membangun pertemanan. Komunitas virtual menjadi alternatif dari komunitas konvensional. Salah satunya adalah pertimbangan jarak antara tempat yang luas. Komunitas virtual memiliki kelebihan, yaitu, kemampuannya untuk menghubungkan individu dari berbagai tempat yang berjauhan (Turkle, 2016).

*Ke-empat*, rekreasi. Internet menjadi sarana bagi komunitas virtual untuk melepaskan

ketegangan yang mereka alami di dunia nyata. Komunitas virtual mencari video, menonton film, mendengar musik, membaca artikel ringan, serta bermain game. Pelepasan ini mampu membuat manusia lebih produktif karena beban tekanan yang ada di kepala. *Kelima*, kesamaan minat. Komunitas virtual terkadang terdiri dari individu-individu yang memiliki minat yang sama terhadap suatu objek. Dapat dibayangkan banyaknya kelompok-kelompok virtual yang dibentuk untuk menghimpun setiap individu yang memiliki minat yang sama. Tidak jarang individu yang memiliki kesamaan minat ini tidak saling mengenal bahkan berada dalam jarak geografis yang sangat jauh. *Keenam*, akses mudah. Salah satu keunggulan internet adalah aksesnya yang mudah serta murah. Setiap orang dapat dengan mudah masuk ke internet, lantas berselancar kemanapun ia mau. Internet seperti sebuah ruang yang tidak memiliki batas baik konten, usia, maupun gender (Turkle, 2016).

## **B. Generasi Milenial dan Media Sosial**

Transaksi informasi semakin dinamis sejak adanya internet. Kecepatan, melampaui sekat ruang dan waktu menjadi ciri utama dari internet sehingga ia sangat digemari oleh masyarakat dewasa ini. Perkembangan internet yang semakin luas membuat manusia dapat terhubung dengan masyarakat dunia. Mereka saling berbagi informasi, mencari hal-hal baru terkait berbagai minat, menonton video atau film, mencari dan mengunduh lagu-lagu yang mereka suka, atau sekedar bermain game. Internet telah membawa revolusi besar-besaran terhadap pola komunikasi dan sekaligus konsumsi manusia, meskipun internet kadang membuat *crowded* (Friedman, 2008), mendangkalkan pikiran (Carr, 2011), serta

penuh dengan kegilaan (*schizofrenia cyberspace*) (Piliang, 2011).

Internet bukan hanya menciptakan kebutuhan baru di masyarakat, namun juga turut melahirkan bentuk baru generasi. Banyak pakar yang menggunakan istilah berbeda untuk menyebut generasi ini, Tapscot (2009) menyebut sebagai *Net Generation*, Palfrey dan Gasser (2008) memperkenalkan terminologi *digital natives*, sedangkan Veens (2006) memperkenalkan istilah *home zappiens*. Dalam paper ini peneliti menggunakan istilah generasi milenial untuk menyebut mereka yang lahir dalam era informasi dan digital. Semua terminologi tersebut merujuk pada satu bentuk generasi yang lahir dan tumbuh seiring perkembangan internet. berbeda dengan generasi sebelumnya seperti Generasi *Boomers* atau Generasi X, mereka yang terlahir sebagai generasi milenial sangat akrab dengan berbagai tampilan digitalisasi yang dihadirkan internet.

Tingginya tren penggunaan internet di dunia tidak dapat dipisahkan dari kehadiran generasi milenial. Mereka mampu menguasai berbagai aplikasi, mereka juga memiliki lebih dari satu perangkat *mobile* yang menghubungkan mereka dengan internet. Menurut Tapscot (2009) ada delapan norma utama para generasi milenial ini sehingga berhubungan erat dengan kebutuhan mereka pada internet. Kedelapan norma itu adalah, *pertama*, kebebasan. Generasi milenial adalah generasi yang suka akan kebebasan. Mereka tidak ingin terikat dalam pengekanan. Mereka merasa yakin akan kemampuannya untuk menentukan masa depan. Sebuah ikatan atau kontrak kerja akan membuat mereka jenuh dan secara berani memilih untuk meninggalkan pekerjaan mereka dan beralih pada pekerjaan yang dapat memberi mereka

kebebasan khususnya dalam hal waktu, tempat kerja, dan pola kerja.

*Kedua*, kustomisasi. Hal ini berkaitan dengan personalisasi sebuah produk bagi generasi milenial. Hasrat mereka adalah personalisasi dan aksesoris meskipun hanya untuk kepentingan estetika saja bukan karena aspek fungsional. Generasi milenial menyukai sesuatu yang dapat mereka otak atik dan sesuaikan dengan keinginan mereka. Mereka sangat menyukai proses modifikasi berbagai produk untuk dijadikan bagian dari citra diri mereka. *Ketiga*, penyelidikan. Generasi milenial dianggap sebagai generasi yang memiliki kesadaran yang tinggi terhadap dunia di sekeliling mereka. Mereka punya rasa ingin tahu lebih banyak tentang peristiwa yang terjadi. Kesukaan mereka terhadap internet salah satunya adalah karena norma ini. Internet menyediakan berbagai hal yang dapat mereka cari dan kumpulkan sebagai bahan informasi mereka. Diakui Tapscot (2009) bahwa generasi internet telah mampu menghasilkan informasi lebih banyak dari pada generasi sebelumnya. Dalam hitungan jam, mereka dapat mengumpulkan ratusan informasi tentang suatu peristiwa yang sedang terjadi.

*Ke-empat*, integritas. Generasi milenial peduli terhadap nilai-nilai integritas seperti kejujuran, keprihatinan, transparan, dan setia kepada komitmen mereka. Mereka juga merupakan generasi yang memiliki toleransi yang tinggi. Norma ini mereka miliki karena internet yang menjadi teman hidup mereka menyediakan berbagai informasi yang tidak terbatas. Mereka dapat mencari tahu dan menggunakan komunitas-komunitas sosial seperti Facebook untuk memberitahu semua teman mereka. *Kelima*,

kolaborasi. Generasi milenial adalah kolaborator-kolaborator alami. Mereka adalah generasi untuk hubungan antar-manusia. Generasi milenial berkolaborasi secara online dalam kelompok-kelompok *chat*, bermain video game untuk *multi-user*, menggunakan *miling list*, serta berbagai bahan pelajaran, pekerjaan, atau sekedar mencari hiburan. Mereka saling mempengaruhi melalui yang disebut Tapscot (2009) sebagai *N-Fluence network*, yaitu, tempat generasi milenial membahas merek, perusahaan, produk, dan jasa.

*Ke-enam*, hiburan. Internet memberikan generasi milenial kesempatan yang berlimpah untuk menghibur diri di dunia online. Web menyediakan alat menyenangkan yang dapat dipilih, tempat orang bisa membaca judul-judul berita, mencari sesuatu di Google, memeriksa email, dan berkiriman pesan instan dengan teman-teman. Bagi generasi milenial, bekerja haruslah menyenangkan. Mereka berharap pekerjaan mereka dapat memberikan kepuasan emosi mereka. Mereka dapat berselancar di internet untuk memenuhi kebutuhan ini, atau dalam sebutan Tapscot (2009) bahwa generasi milenial membutuhkan waktu untuk “mendinginkan kepala” setelah lelah bekerja dan internet menyediakan hal ini. *Ketujuh*, kecepatan. Generasi milenial sangat mengandalkan kecepatan. Dalam interaksi di ruang *chat* misalnya, mereka saling berinteraksi dengan kecepatan. Pesan-pesan yang dikirimkan melalui *instan messenger* seketika akan dibalas. *Kedelapan*, inovasi. Generasi milenial lahir dalam kultur yang penuh inovasi dan penemuan. Mereka selalu ingin meng-*update* perangkat mereka tiap tiga bulan. Mereka rela untuk menabung uang belanja sekolah hanya untuk membeli *gadget* atau *game* baru. Mereka sangat

menikmati dan menghargai inovasi yang hadir di tengah mereka.

Kehadiran media sosial juga menjadi faktor pengaruh tingginya konsumsi internet di kalangan generasi milenial. Media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, Path, Youtube, Whatsapp, dan lain sebagainya telah menjadi sarana bagi generasi milenial untuk menjalin dan mengembangkan pertemanan serta saling berbagi minat sesama jejaring mereka (Ito *et al*, 2010). Sistem aktivitas media sosial menyerupai sistem jaringan, dimana tiap individu atau *node* saling terhubung. Hanya saja mereka terhubung dalam bentuk virtual.

Media sosial sangat berpengaruh terhadap kepribadian generasi milenial yang notabeneanya masih remaja. Chambers (2013) secara rapi menghimpun beberapa penelitian yang dilakukan oleh berbagai peneliti terkait pola penggunaan dan pengaruh media sosial terhadap generasi milenial di Amerika Serikat dan Eropa yang berkesimpulan bahwa media sosial menjadi wahana rekreasi bagi generasi milenial. Mereka dapat mengakses media sosial selama 24 jam dalam sehari, dan 7 hari dalam sepekan. Mereka berselancar seperti tidak merasa lelah dan menemukan dunia yang mereka kehendaki. Hasil riset Livingstone *et al* (2008) kepada anak-anak di negara-negara Uni Eropa menemukan bahwa situs jejaring sosial seperti Facebook, MySpace, dan Bebo dianggap sebagai media yang sangat mengasyikkan. Sekitar 60 persen pengguna media sosial yang masih remaja hampir selalu mengakses akun tersebut setiap hari dan 93 persen mengaksesnya setiap akhir pekan. Angka ini tentu akan meningkat seiring dengan hadirnya *smartphone* yang membuat akses ke media sosial menjadi lebih mudah.

Remaja di kawasan Asia Tenggara seperti Malaysia dan Indonesia juga tidak lepas dari aktifitas yang tinggi dalam mengakses media sosial. Riset Mustaffa *et al* (2013) mengkaji ketertantungan terhadap internet dan aktivitas online di kalangan Remaja Lembah Kilang, Malaysia menemukan bahwa internet dimanfaatkan oleh remaja untuk berbagi informasi sesama rekan mereka. Dalam kajian mereka, Facebook menjadi media sosial paling banyak digunakan oleh responden dalam berhubungan dengan teman mereka. Untuk konteks Indonesia, Qomariyah (2009) melakukan riset terhadap remaja di perkotaan terkait pola penggunaan internet mereka. Hasil risetnya mendapati bahwa tujuan utama dari para remaja perkotaan mengakses internet didominasi aktivitas mencari kesenangan dan hiburan. Hal tersebut berimplikasi terhadap aktifitas yang lebih penting bagi mereka, yaitu, belajar. Selain itu, intensitas mengakses internet yang tinggi dapat membuat remaja terlena dan terjebak dalam realitas virtual yang dihadirkan oleh berbagai program di internet. Riset yang dilakukan Suparno (2012) juga memperlihatkan keuntungan dari adanya media sosial. Aspek-aspek pemanfaatan dalam situs jejaring sosial di samping digunakan untuk memastikan dari berbagai hal perubahan yang terjadi pada diri remaja, juga digunakan untuk mengekspresikan gejala-gejala sosial dan psikologis remaja usia SMA. Cara ini dimanifestasikan dengan membuat status, mengomentari status atau menyajikan diri agar diketahui orang lain. Cara lain misalnya dengan mencari dan menambah teman.

Sebagai jejaring sosial virtual, individu-individu yang terhubung dalam media sosial memiliki tipe yang berbeda-beda. Berdasarkan

riset *The Office of Communications* salah satu regulator komunikasi di Inggris kepada 39 pengguna dan 13 non-pengguna situs jejaring sosial dan mendapatkan lima tipe pengguna media sosial, yaitu, (1) *Alpha socializer* (pengguna sosial), yakni pengguna biasa yang sering menggunakan situs jejaring sosial, tetapi hanya untuk bertemu orang-orang baru; (2) *Attention seekers* (pencari perhatian), adalah pengguna yang menunggu perhatian dan komentar dari orang lain dengan sering mem-*posting* foto-foto diri mereka sendiri dan teman-teman; (3) *Followers* (pengikut), pengguna yang mengikuti pengguna lainnya agar tidak ketinggalan perkembangan terhadap apa yang ia ikuti; (4) *Faithfuls* (pengguna setia), pengguna yang ingin menghidupkan kembali persahabatan lama; dan (5) *Functionals* (pengguna fungsional), pengguna yang mengakses internet untuk tujuan tertentu, seperti mengunduh musik dan film. Secara implisit, dari penelitian ini dapat kita ketahui bahwa motivasi yang terhubung untuk menggunakan internet, khususnya jejaring sosial, adalah untuk bersosialisasi, membentuk dan memelihara hubungan, serta mencari informasi atau hiburan (Monggilo, 2016).

Semua riset terdahulu menunjukkan tren media sosial sebagai saluran jejaring sosial virtual semakin hari semakin meningkat. Namun, kecenderungan aktivitas di jejaring sosial tersebut menimbulkan kecemasan karena generasi milenial dianggap lebih narsistik terhadap penampilan mereka saat beraktivitas di media sosial. Media sosial menjelma menjadi buku *diary* online dimana pengguna menumpahkan segala hal yang berkaitan dengan keseharian mereka. Tidak sedikit pula yang menaruh *profile picture* yang kadang 100 persen berbeda dengan realitanya. Hal tersebut dilakukan

semata-mata untuk menarik lebih banyak *viewer* dan *follower* ke akun mereka. Sehingga, tidak jarang berbagai sensasi sengaja dilakukan (Chambers, 2013).

Situs jejaring sosial telah memberikan makna baru dalam komunikasi dan hubungan manusia. Melalui situs jejaring sosial, kita dapat mencari teman masa kecil yang telah lama tidak bertemu. Situs jejaring sosial juga memungkinkan kita untuk mengikuti berbagai informasi terkini seputar tokoh politik, tokoh publik, atau teman-teman kita. Potensi besar yang dimiliki oleh situs jejaring sosial tidak hanya bermanfaat dalam menghubungkan manusia, namun juga telah mendorong terbukanya peluang kerja baru. Mereka yang dapat memanfaatkan potensi besar situs jejaring media sosial telah mendapatkan penghasilan yang besar dari akun-akun media sosial mereka. Maka tidak heran munculnya Selebgram (artis di Instagram) atau Youtuber (pengguna aktual Youtube) menjadi fenomena yang menggiurkan banyak orang. Melalui akun media sosial, mereka tidak hanya terkenal tetapi juga menghasilkan pundi-pundi uang dalam jumlah yang sangat banyak –satu orang Youtuber dengan *subscriber* satu juta memiliki penghasilan Rp 1 milyar – Rp 4 milyar.

Generasi milenial merupakan generasi yang memiliki motivasi tinggi, menjunjung kebebasan individu, lebih kreatif dan inovatif, memiliki jiwa *entrepreneurship*, serta daya kompetitif tinggi (Martin, 2005). Prinsip-prinsip inilah yang dipegang teguh oleh generasi milenial. Karakteristik internet yang memberikan kebebasan kepada setiap penggunanya memiliki keterkaitan dengan norma yang dipegang oleh generasi milenial. Generasi milenial merupakan generasi

yang berbeda dengan generasi sebelumnya, seperti generasi *boomers* dan generasi X. Dalam dunia pekerjaan misalnya, generasi Y atau generasi milenial merupakan generasi pemilih. Mereka masuk ke perusahaan yang mereka sukai. Bukan hanya disesuaikan dengan latar belakang keilmuan mereka, atau harapan akan gaji yang tinggi. Hal yang paling mendasar, mereka menyeleksi tempat kerja yang dapat memberikan kebebasan bagi mereka untuk berkembang sesuai dengan tuntutan zaman yang berkorelasi dengan tuntutan teknologi.

Hal yang tidak kalah penting untuk dipahami adalah generasi Y memiliki karakter manajemen kerja yang berbeda dengan generasi lainnya. Mereka memiliki cara pandang yang unik dan kemampuan jejaring yang kuat dan luas. Mereka cenderung langsung menyampaikan gagasan dan ide secara terang-terangan. Keunikan yang dimiliki generasi Y ini kadang harus bertentangan dengan ekspektasi dari generasi lainnya (Anantatmula dan Shrivastav, 2012). Oleh karenanya, terkadang gesekan –meskipun sifatnya kecil –tidak dapat dihindarkan. generasi Y terkadang menganggap dunia kerja mereka terlalu birokratis, tidak pro pada ide-ide pembaruan, serta menghambat perkembangan potensi yang mereka miliki. Namun, generasi lainnya menganggap generasi Y terlalu ambisius serta tidak mengetahui strategi dalam mewujudkan ide mereka. Gaya komunikasi adalah hal krusial dalam dunia kerja generasi milenial. Mereka tidak suka dengan gaya komunikasi *bossy*. Mereka lebih mementingkan kesetaraan. Manajer yang suka main perintah, sangat tidak disukai oleh generasi milenial. Perintah bukan membentuk kepatuhan bagi mereka, melainkan melahirkan pembangkangan. Generasi milenial membutuhkan teladan dari

generasi sebelumnya. Depan ini mereka dapat termotivasi untuk terus belajar. Mempelajari hal baru dalam dunia kerja adalah keinginan hakiki dari Generasi milenial.

### **C. *Netiquette*: Aspek Etis dan Moral dari Internet**

Revolusi komunikasi dalam perjalanannya mencakup semua dan semakin lama semakin mengintegrasikan layanan yang membuka kesempatan-kesempatan interaksi dari segala penjuru. Jika dulu segalanya berlangsung dengan sederhana, maka sekarang semua berjalan semakin kompleks dengan bantuan teknologi yang semakin cepat. Wolton (2012) mengatakan bahwa dampak yang muncul dari telepon memang berbeda dari yang dimunculkan oleh radio dan televisi, serta beberapa pula dari segala hal yang timbul akibat komputer. Berbagai terminal yang berbeda-beda mengacu pada kultur yang berbeda-beda pula. Sebaliknya kelak di kemudian hari, segalanya akan tersedia di terminal semacam itu pula. Perubahannya bukan hanya bersifat teknik, namun juga kultural karena kita tidak akan melihat lagi perbedaan antara berbagai aktivitas sebelumnya yang terpisah-pisah selama berabad-abad.

Di tengah banyaknya manfaat yang diberikan oleh internet kepada peradaban manusia, namun aspek etis selalu menjadi permasalahannya. Di satu sisi, internet membuka jalan bagi terciptanya hubungan baru serta jaringan tidak langsung antar-individu yang menyatu dan lebih mengikat (Slevin dikutip McQuail, 2011). Di sisi lain, internet dan sifat penggunaannya mengarah pada menciptakan perpecahan sosial (Sunstein, 2006). Internet mengubah secara radikal cara manusia berkomunikasi dan berpikir. Dalam pemahaman

Carr (2010) internet telah mendangkalkan cara berpikir manusia. Kecepatan yang dihadirkan internet justru membuat kita semakin mencintai sesuatu yang instan, malas untuk bergerak, dan merasa banyak tahu.

Kepopuleran media sosial di kalangan generasi milenial telah meningkatkan resistensi dalam dunia nyata. Generasi milenial menggunakan media sosial untuk mengekspresikan eksistensi mereka. Dalam konstruksi pikiran mereka, sehari saja tidak mengakses media sosial seperti tercabut dari peradaban (Boyd, 2010). Eksistensi ini ditunjukkan melalui mengunggah gambar, video, komentar, ucapan, kata-kata penghiburan, kutipan inspirasional dan gambar yang diambil dari situs web seperti *Photobucket* di profil mereka (Martinez 2010). Kebanyakan di antara mereka melakukan *stalking* ke setiap akun yang menarik perhatian mereka. Beberapa pengguna media sosial bahkan mencari tahu informasi tentang teman mereka meskipun mereka sudah tidak bicara untuk waktu yang lama (Gershon, 2010).

Menurut data yang dihimpun dreamgrow.com, terdapat empat media sosial yang paling populer dan banyak digunakan oleh masyarakat di tahun 2017, yaitu, (1) Facebook, pengguna media sosial yang dibangun oleh Mark Zuckerberg ini melonjak sebesar 60 juta pengguna aktif bulanan dari 1,94 milyar pada maret 2017 menjadi 2,00 milyar pada Juni 2017. Tingkat pertumbuhan tampaknya berlanjut pada 20 juta pengguna aktif per bulan; (2) Youtube; (3) Instagram; dan (4) Twitter. Menurut laporan smartinsights.com (2017) para pengguna media sosial ini didominasi oleh mereka yang berada dalam rentang usia 18-34 tahun.

Situs jaringan sosial kerap disalahkan karena menyebabkan kecanduan remaja dan mengisolasi remaja dari teman sebaya dan keluarga mereka. Dengan demikian, teknologi digital baru telah menjadi situs pertentangan utama –melibatkan orang tua, guru, media dan negara –tentang bagaimana penggunaan teknologi digital oleh kaum muda harus diatur (Thorne 2009). Oleh karenanya, kecanduan tersebut telah membawa konsekuensi pelanggaran etika dan moral di media sosial. Kondisi ketiadaan etika dalam ruang virtual ini dikarenakan euforia manusia dalam menyambut teknologi media baru ini. Euforia ini malah berlangsung hanya pada sifat operasional teknologi tersebut dan tidak ambil pusing dengan isi atau makna di balik teknologi (Piliang, 2011).

Media sosial menjadi ruang tempat manusia menarik dirinya dari realitas, menarik diri dari tubuhnya, menarik diri dari kenyataan dan problem sosial untuk kemudian masuk ke dalam realitas-realitas yang bersifat halusinasi. Di dalam ruang itu peran, ego, dan identitas dibangun dalam wujud artifisial dan virtual. Secara kritis Piliang (2011) menyebut kondisi ini sebagai *disorder*, yaitu, era dimana kegilaan atau *skizofrenia* manusia atas pemujaan berlebihan kepada ruang virtual. Di dalam ruang virtual terjadi pengingkaran akan setiap batas, hambatan, aturan, dan ideologi yang notabenenya sebagai perekat atau gravitasi sosial. Oleh karenanya, manusia dapat mengembara secara bebas di dalam dunia fantasi, halusinasi, dan ilusinya tanpa perlu ada pengendalian sosial, moral, spiritual, dan etika. Maka tidak heran jika media sosial sangat lekat dengan hal-hal berkaitan dengan pelanggaran etika, moral, dan nilai-nilai spiritual yang bersifat universal,

Etika secara sederhana dapat dimaknai sebagai aturan baik dan buruk yang harus dipatuhi oleh setiap individu dalam kehidupan sosialnya. Dalam kaitannya dengan komunikasi, Cappuro (2008) menyebut etika sebagai proses asosiatif diri, yaitu, proses pencarian tanpa akhir dengan menggunakan berbagai aturan moral baik secara eksplisit maupun implisit. Etika berkaitan dengan penghormatan, kepedulian, serta berkaitan dengan komunikasi baik individu maupun sosial. Dengan kata lain, etika mengatur cara kita berkomunikasi satu sama lain sebagai manusia yang bermoral.

Terdapat dua pandangan etika, yaitu, fundamentalisme dan relativitas. Dalam pandangan fundamentalisme, etika adalah sesuatu yang absolut (Samovar *et al*, 2010). Artinya sistem etika dan moral mutlak berlaku kepada semua orang, di manapun dan tidak bergantung dari konvensi budaya seseorang. Para pengikut pendapat ini percaya bahwa ada peraturan moral yang pasti dan benar serta kode yang diterapkan oleh semua orang sepanjang waktu. Peraturan-peraturan ini membentuk standar moral yang objektif dan tidak ada pengecualian. Di sisi lain, pandangan relativisme memandang bahwa etika dan moral berhubungan dengan budaya dan tergantung hanya pada perspektif masing-masing budaya. Robertson dan Crittenden (2003) menyatakan bahwa standar etika dan moral bervariasi dari satu budaya ke budaya yang lain, terlebih dalam aspek etika individu.

Menurut Magnis-Suseno (2016) etika dapat dibagi ke dalam beberapa bentuk, yaitu, (1) etika umum yang mempertanyakan prinsip-prinsip dasar yang berlaku bagi segenap tindakan manusia; (2) etika khusus yang membahas prinsip-prinsip itu dalam hubungan dengan kewajiban manusia dalam

berbagai lingkup kehidupannya; (3) etika individu yang mempertanyakan kewajiban manusia sebagai individu, terutama terhadap dirinya sendiri dan melalui suara hati terhadap Yang Ilahi; dan (4) etika sosial yang mengatur kewajiban manusia bergandengan dengan kenyataan bahwa ia merupakan makhluk sosial.

Pengguna internet dan media sosial adalah manusia, maka seluruh transaksi informasi yang terjadi di media sosial tidak dapat dipisahkan dari aspek etika. Oleh karenanya, *netiquette* atau *cyber-ethic* menjadi hal yang sangat penting untuk dikaji lebih lanjut. Etika di ruang siber (*netiquette*) berbeda dari bentuk etika lainnya dan perlu mendapat kajian khusus karena proses komunikasi yang terjadi menggunakan teknologi untuk berkomunikasi –meskipun proses komunikasi di media siber mereplikasi bentuk komunikasi di dunia nyata. Ini merupakan sebuah fenomena baru yang tidak selalu dipahami dengan baik karena institusi utama pendidikan etika (sekolah, institusi agama, dan keluarga) belum mengajarkan sepenuhnya etika dalam dunia siber yang termediasi komputer ini (Vesna dan Niveditha, 2012). *Netiquette* merupakan aturan dan tata cara penggunaan internet sebagai alat komunikasi atau pertukaran data antar-sekelompok orang dalam sistem yang termediasi internet (Tedre *et al*, 2006).

Sama seperti aturan etika di dunia nyata, *netiquette* juga mendorong para pengguna untuk taat pada aturan etis dan moral –yang meskipun tidak tertulis –untuk menciptakan ruang bersama yang nyaman, tentram, dan damai. Namun, aturan-aturan ini terkadang sengaja diabaikan khususnya oleh generasi milenial. Mereka merasa ingin bebas dan menjadikan ruang siber sebagai ruang privasi –alih-alih ruang publik. Pelanggaran etika di ruang

siber dapat berupa penyebaran informasi palsu, transaksi ilegal, penipuan, penyedotan data, *cyberbullying*, pronografi, *human trafficking*, ujaran kebencian, dan lain sebagainya (Monggilo, 2016).

Riset Andina (2010) menemukan bahwa Facebook sebagai salah satu media sosial yang paling banyak digunakan oleh generasi milenial dan menjadi aplikasi paling berdampak negatif terhadap mereka. Transaksi informasi di Facebook menyebabkan konflik karena perbedaan pendapat, prostitusi dan perjudian online, serta meningkatnya penipuan dan penculikan. Hasil penelitian Whittaker dan Kowalski (2015) mendapatkan bahwa tren *cyberbullying* sangat tinggi di media sosial. Pelaku didominasi oleh remaja yang sering menyerang teman sebaya mereka dalam ruang-ruang komentar. Kedua riset ini menunjukkan pada kita bahwa remaja yang notabene sebagai generasi milenial sangat mudah melakukan pelanggaran etika siber yang dapat sangat berbahaya bagi perkembangan mental baik individu maupun sosial.

Generasi milenial lahir dan berkembang dalam kepuangan teknologi. Mereka mungkin tidak sadar pentingnya etika dalam ber-media sosial (Tedre, 2006; Vesna dan Niveditha, 2012). Internet sebagai kendaraan media sosial memiliki kecepatan dalam menyebarkan informasi kepada seluruh orang yang terkoneksi. Sehingga apa yang kita unggah ke akun media sosial, bukan hanya orang-orang dalam jaringan kita yang akan melihat namun dapat di-*share* oleh teman kita sehingga dapat dilihat oleh orang lain yang tidak berteman dengan kita namun menjadi jaringan komunikasi teman kita. Polanya seperti kita mengikat dan menghubungkan 500 kancing baju dengan benang lalu setelah setiap kancing baju terhubung maka

kita akan melepaskannya ke lantai, sehingga kita akan melihat jaringan yang terbentuk (Christakis dan Flower, 2009).

Di antara berbagai potensi besar yang dimiliki generasi milenial, sebagai manusia yang hidup dalam kepuangan teknologi maka ia memiliki sisi lemah. Sama dengan produk teknologi yang sering digunakannya –internet dan media sosial –generasi milenial mempunyai segi negatif yang membuat mereka tidak lepas dari kritik tajam. Aspek yang paling sering disoroti dari generasi milenial adalah etika dan moral yang mereka tampilkan di ruang publik virtual. Untuk adat timur seperti Indonesia, etika dan moral merupakan hal yang sangat krusial. Pelanggaran terhadap etika dan moral sosial berbarti mengingkari sistem sosial yang ada.

Dengan norma kebebasan yang dibawa oleh generasi milenial (Tapscot, 2009), mereka sering abai terhadap etika dan moral dalam kehidupan bermasyarakat. Hal-hal tidak etis seperti, ujaran kebencian, *bullying*, akses konten pronografi, menyebar berita palsu (*hoax*), judi online, penipuan, dan lain sebagainya sering dilakukan saat berselancar di internet. Karakteristik lain yang mungkin juga dilupakan generasi milenial adalah setiap *posting*-an di media sosial dapat terdokumentasikan baik secara sengaja atau pun tidak. Ia mirip dengan album foto atau buku diary yang setiap saat dapat kita lihat. Kenyataannya, bukan hanya kita yang dapat melihat kembali dokumentasi yang ada di media sosial, orang lain juga dapat melihat kenangan yang pernah diunggah tersebut.

Terdapat beberapa panduan yang perlu diperhatikan saat mengakses internet dan media sosial (uncw.edu), yaitu, (1) *be constuctive*, tunjukkan sikap dan komentar yang bersifat

konstruktif kepada orang lain sehingga ananda akan mendapatkan umpan balik yang bersifat konstruktif pula; (2) *be safe*, pastikan setiap postingan anda tidak membuat orang lain merasa tidak nyaman baik secara fisik maupun emosional; (3) *Remember, we're all human*, meskipun tidak ada kontak langsung dengan orang lain, ingatlah bahwa jejaring anda adalah manusia yang memiliki perasaan; (4) *Avoid flame*, jangan membuat ketegangan dengan orang lain, kalau pun terjadi debat maka diskusikan gagasan dan idenya bukan menyerang orangnya; (5) *Choose your words carefully*, sebelum mengomentari atau membuat postingan di internet dan media sosial maka pilihlah kata-kata atau kalimat yang tepat; (6) *Avoid "death by emoticons"*, gunakan *emoticon* yang tepat untuk mengungkapkan ekspresi anda dan jangan berlebihan menggunakannya; (7) *Accept the views of others*, interaksi di media sosial adalah proses pertukaran ide dan gagasan, maka hargai setiap pendapat yang diberikan oleh pihak-pihak yang berbeda; (8) *Freedom of speech may not exist*, tidak ada kebebasan berpendapat mutlak di internet, maka batasi diri untuk memilih mana yang akan ditampilkan atau di-*posting* dan mana yang perlu diabaikan.

*Netiquette* harusnya dipegang teguh oleh setiap individu khususnya generasi milenial dalam interaksi dan transaksi di internet dan media sosial. Kebebasan yang ditawarkan oleh internet adalah kebebasan terbatas. Batasan paling nyata adalah sistem sosial dan tata kehidupan dalam lingkungan dimana kita berada. Apa lagi internet juga telah dimasuki oleh sistem ekonomi dan politik kapitalis, sehingga kebebasan dan produksi konsumsi semakin tinggi dilakukan (Piliang, 2011). Kecerdasan ber-media sosial memungkinkan kita

untuk tidak menciptakan resistensi yang semakin runcing dengan lingkungan sekitar. Sistem komunikasi sosial yang ada di media sosial, sama persis dengan sistem komunikasi dalam lingkungan sehari-hari. Oleh karenanya, tata krama dan sopan santun serta nilai-nilai etis lainnya perlu dijunjung tinggi. Meskipun disadari pula, perilaku non-etis di internet dan media sosial sangat sulit dikendalikan karena setiap orang bisa memiliki lebih dari satu akun dengan avatar-avatars yang dapat dipaksakan. Namun, setidaknya pemahaman *netiquette* menjadi panduan bagi generasi milenial untuk lebih *literate* internet.

#### IV. KESIMPULAN DAN SARAN

##### A. Kesimpulan

Internet dan media sosial tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Ia telah melekat dan menjadi sistem yang menyatu dengan kehidupan itu sendiri. Lompatan yang tinggi dari internet telah menciptakan resistensi dalam aspek etika sosial. Kecepatan dan kebebasan dari internet membuat pengguna lupa bahwa ia dibatasi oleh sistem etika dan moral yang berlaku di masyarakat. Sebagai pengguna aktif media sosial, generasi milenial perlu menyadari bahwa sistem jaringan sosial dalam internet dan media sosial sama dengan sistem sosial di kehidupan nyata. Kebebasan yang ada di internet dan media sosial bukanlah kebebasan yang tak terbatas. Interaksi di Internet dibatasi oleh sekat niali, norma, dan aturan kemanusiaan lainnya.

Internet dan media sosial mengambil sistem kerja komputer yang dapat terdokumentasikan dan tersampaikan. Setiap *posting*-an di media sosial akan dengan mudah disebar, di-*screenshot*, dan

disimpan oleh orang lain meskipun bukan orang yang kita kenal. Kehati-hatian dalam mengunggah atau mem-*posting* segala sesuatu di akun media sosial sangat diperlukan sehingga tidak terjebak dalam *cyber crime* serta pelanggaran norma dan etika.

## B. Saran

Pemerintah perlu lebih mengintensifkan edukasi literasi digital masyarakat sehingga potensi pelanggaran etika, norma, dan nilai kebangsaan dapat diminimalisir. Di samping merancang berbagai produk kebijakan yang berguna sebagai sistem aduan konten pelanggaran transaksi di dunia siber. Dari sisi masyarakat sebagai *users*, dibutuhkan kontrol individu dan keluarga dalam akses internet. Batasi penggunaan internet bagi anak-anak baik dari segi waktu akses maupun aplikasi yang dapat mereka akses.

Kita tidak dapat menggunakan akun media sosial dengan sesuka hati meskipun itu adalah akun pribadi. Oleh karenanya, *netiquette* menjadi semacam *guideline* bagi *netizen* khususnya generasi milenial dalam interaksi di internet dan media sosial. Norma, etika, dan aturan-aturan di sistem sosial juga berlaku di dunia virtual meskipun hal itu tidak tertulis. Oleh karenanya, diperlukan penghargaan dan kepatuhan yang tinggi terhadap nilai-nilai etika tersebut.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih ditujukan kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu atas bantuannya sehingga riset ini dapat diselesaikan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anantatmula, V. S., dan Shrivastav, B., 2002. Evolution of project teams for Generation Y workforce. *International Journal of Managing Projects in Business*, 5(1), 9-26.
- Andina, E., 2010. Studi Dampak Negatif Facebook terhadap Remaja Indonesia. *Aspirasi. Jakarta: Pusat Pengkajian, Pengolahan Data dan Informasi Sekretariat Jenderal Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia*, hal, 119-120.
- Andriadi, F., 2016. *Demokrasi di Tangan Netizen: Tantangan dan Prospek Demokrasi Digital*. Jakarta: RMBooks.
- Bailey, D., 2008. *Cyber Ethics: Cyber Citizenship and Cyber Safety*. New York: The Rosen Publishing Group.
- Baum, J. J., 2005. CyberEthics: The new frontier. *TechTrends*, 49(6), 54-55.
- Boyd, D., 2010. Friendship. Dalam Mizuko Ito *et al* (ed.). *Hanging Out, Messing Around, and Geeking Out: Kids Living and Learning with New Media*. Cambridge, MA: MIT Press, hal. 79–116.
- Capurro, R., 2008. Information ethics for and from Africa. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 59(7), 1162-1170.
- Carr, N., 2010. *The Shallows: Internet Mendangkalkan Cara Berpikir Kita?*. Penj. Rudi Atmoko. Bandung: Mizan.
- Castells, M., 2008. The new public sphere: Global civil society, communication networks, and global governance. *The aNNals of the american academy of Political and Social Science*, 616(1), 78-93.
- Castells, M., 2009. *Communication Power*. New York: Oxford University Press.
- Chase, E., dan Statham, J., 2005. Commercial and sexual exploitation of children and young people in the UK—A review. *Child Abuse Review*, 14(1), 4-25.
- Chambers, D., 2013. *Social Media and Personal Relationships: Online Intimacies and Networked Friendship*. London: Palgrave MacMillan.

- Christakis, N. A. dan James H. F., 2009. *Connected: Dahsyatnya Kekuatan jaringan Sosial Mengubah Hidup Kita*. Penj. Zia Anshor. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Dreamgrow, 2017. Top 15 Most Popular Social Networking Sites and Apps (July 2017). Tersedia dalam <https://www.dreamgrow.com/top-15-most-popular-social-networking-sites/>. Diakses 7 Juli 2017.
- Dombrowski, S. C., Gischlar, K. L., dan Durst, T., 2007. Safeguarding young people from cyber pornography and cyber sexual predation: A major dilemma of the Intefrnet. *Child abuse review*, 16(3), 153-170.
- Friedman, T. L., 2005. *The World is Flat: a Brief History of the Twenty-First Century*. New York: Picador.
- Friedman, T. L., 2008. *Hot, Flat, and Crowded: Why We Need a Green Revolution and How it Can Renew America*. New York: Farrar, Straus, dan Giroux.
- Gershon, I., 2010. *The Break Up 2.0: Disconnecting over New Media*. New York: Cornell University Press.
- Hendrick, J. A., & Robert E. D., 2010. *Communicator in Chief; How Barack Obama Used New Media Technology to Win the White House*. New York: Lexington Books.
- Ibrahim, I.S., & Akhmad, B. A., 2014. *Komunikasi dan Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Internetworldstas, 2017. Top 20 countries with the highest number of internet users. <http://www.internetworldstats.com/top20.htm>. Diakses 7 Juli 2017.
- Ito, M., et al., 2010. *Hanging Out, Messing Around, and Geeking Out: Kids Living and Learning with New Media*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K., 2009. *New Media: a critical introduction, Second Edition*. New York: Routledge.
- Livingstone, S., 2008. Taking Risky Opportunities in Youthful Content Creation: Teenagers Use of Social Networking Sites for Intimacy, Privacy and Self-Expression. *New Media and Society* 10(3): 393-411.
- Magnis-Suseno, F., 2016. *Etika Politik: Prinsip Moral Dasar Kenegaraan Modern*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Martinez, K. Z., 2010. Sharing snapshots of teen friendship and Love. Dalam Mizuko Ito et al (ed.). *Hanging Out, Messing Around, and Geeking Out: Kids Living and Learning with New Media*. Cambridge, MA: MIT Press, hal. 85-88.
- McQuail, D., 2011. *Teori Komunikasi Massa, Edisi 6 Buku 1*. Terj. Putri Iva Izzati. Jakarta: Salemba Humanika.
- Monggilo, Z. M., 2016. Kajian Literatur Tentang Tipologi Perilaku Berinternet Generasi Muda Indonesia. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 13(1), 31-48.
- Mustaffa, N., Mahbob, M. H., Mahmud, W. A. W., Ahmad, F., dan Rahim, H. A., 2013. Kebergantungan internet dan aktiviti online remaja di Lembah Kelang. *Jurnal Komunikasi, Malaysian Journal of Communication*, 29(1).
- Palfrey, J., & Gasse, U., 2008. *Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Nativesi*. New York: Basic Books.
- Pascoe, C. J., 2010. Intimacy. Dalam Mizuko Ito, et al (ed.). *Hanging Out, Messing Around, and Geeking Out: Kids Living and Learning with New Media*. Cambridge, MA: MIT Press, hal. 117-148.
- Perren, S., dan Gutzwiller-Helfenfinger, E., 2012. Cyberbullying and traditional bullying in adolescence: Differential roles of moral disengagement, moral emotions, and moral values. *European Journal of Developmental Psychology*, 9(2), 195-209.
- Piliang, Y. A., 2011. *Dunia yang Dilipat: Tamasya Melampaui Batas-Batas Kebudayaan*. Bandung: Matahari.

- Pręgowski, M. P., 2009. Rediscovering the netiquette: the role of propagated values and personal patterns in defining identity of the Internet user. *Observatorio (OBS\*)*, 3(1)
- Qomariyah, A. N., 2009. Perilaku penggunaan internet pada kalangan remaja di perkotaan. *Universitas Airlangga Surabaya*.
- Riffe, D., Lacy, S., dan Varouhakis, M., 2008. Media system dependency theory and using the Internet for in-depth, specialized information. *Web Journal of Mass Communication Research*, 11(1), 1-14.
- Robertson, C.J. dan Crittenden, W. F., 2003. Mapping Moral Philosophies: Strategic Implication for Multinational Firms. *Strategic Management Journal*, 24(4), 385-392.
- Samovar, L. A., et al, 2010. *Komunikasi Lintas Budaya*. Terj. Indri Margaretha Sidabalok. Jakarta: Salemba Humanika.
- Saverin, W. J., & Tankard, J. W., 2011. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa, Edisi Kelima*. Terj. Sugeng Hariyanto. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Smartinsight, 2017. Global social media research summary 2017. <http://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media-research/>. Diakses 7 jui 2017.
- Statiska, 2017a. Number of internet users in Indonesia from 2015 to 2021. <https://www.statista.com/statistics/254456/number-of-internet-users-in-indonesia/>. Diakses 5 Juli 2017.
- Statiska, 2017b. Most popular social media of mobile internet users in Indonesia as of January 2016, by age group. <https://www.statista.com/statistics/279776/preferred-netizen-social-media-in-indonesia-by-age/>. Diakses 5 Juli 2017.
- Sunstein, C. R., 2006. *Republic.com 2.0*. Princeton, NJ: Princeton Univeristy Press.
- Suparno, B. A., 2014. Computer Mediated Communication Situs Jejaring Sosial dan Identitas Diri Remaja. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JIK)*, 10(1).
- Supelli, K., 2010. Ruang Publik Dunia Maya. Dalam F. Budi Hardiman (Ed.). 2010. *Ruang Publik; Melacak "Partisipasi Demokratis" dari Polis sampai Cyberspace*. Yogyakarta: Kanisius, hal. 329-246.
- Tapscot, D., 2009. *Grown up Digital: yang Muda yang Mengubah Dunia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Tavani, H. T., 2013. *Ethic and Technology: Controversies, Qeustions, and Strategies for Ethical Computing, Fourth Edition*. MA: John Wiley and Son Inc.
- Tedre, M., Kamppuri, M., dan Kommers, P., 2006. An approach to global netiquette research. In *IADIS International Conference on Web Based Communities* (pp. 367-370).
- Thorne, B., 2009. Childhood: Changing and Dissonant Meanings. *International Journal of Learning and Media*, 1(1): 19-27.
- Ting-Toomey, S., 1999. *Communicating Across Cultures*. New York: Guilford.
- Turkle, S., 2011. *Alone Thogether; Why We Expect More From Technology and Less From Each Other*. New York: Basic Books.
- van Dijk, J., 2006. *The Netwrok Society*. London: Sage Publications.
- Veen, W., & Ben V., 2006. *Homo Zappiens: Growing up in a Digital Age*. Continuum International Publishing Group.
- Vesna, J. L., dan Niveditha, D., 2012. Ethics in cyberspace-a philosophical approach. *International Journal of Advancements in Research & Technology*, 1(3), 58-62.
- Whittaker, E., dan Kowalski, R. M., 2015. Cyberbullying via social media. *Journal of School Violence*, 14(1), 11-29.
- Wolton, D., 2012. *Kritik Atas Teori Komunikasi; Kajian dari Media Konvensional Hingga Era Internet*. Terj. Ninik Rochani Sjams. Bantul: Kreasi Wacana.
- Wood, A. F., & Smith, M. J., 2005. Online communication: Linking technology,

identity, and culture. London: Lawrence  
Erlbaum Associates.