

Hubungan Etika Komunikasi dengan Perilaku Remaja Generasi Z

Muhammad Dhia Luthfi Ramadhan*, Tresna wiwitan

Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*luthfidhia09@gmail.com, tresna@unisba.ac.id

Abstract. According to data collected by the Ministry of Information and Information Technology of the Republic of Indonesia, 99.79 million Indonesians have used social media touch as their means of communication. This study aims (1) to find out the relationship between the ethics of communication and the behaviour of the Z-generation teenager on the social media, to know the connection between keeping speech with the behavior of generation Z teenagers on the ticker, (2) to learn the relationship of politeness and decency with the conduct of the generation Z-adolescent on the ticker, (3) to learn about the relation between the effective and efficient use of language and the conductedness of the generation Z teenager in the ticquer, (4) to know about the connection of mutual appreciation and behaviours of the youth of the Generation Z on a ticker. Social learning theory is used as a platform in punishment. Quantitative research using correlational approaches. The population in this study is the z generation of the youth in the city of Bandung who use social media ticking a total of 397,000 people and the sample in this research uses the Slovin calculation formula using the error rate of 10% then obtained a sample of as much as 97 people. The correlation test results showed a positive result of 0.577 of the 1,000 coefficient intervals, so it can be found that the ethical relationship of communication has a positive influence on the behavior of the z-generation youth in social media. Human behaviour in the context of the continuing interaction of cognitive, behavioral and environmental influences.

Keywords: *Communication Ethics, Generation Z, TikTok.*

Abstrak. Media sosial yang menjadi populer di Indonesia dengan jumlah pengguna lebih dari 167 juta orang di semua platform media sosial. Berdasarkan data yang telah diambil oleh kementerian informasi dan informatika Republik Indonesia 99,79 juta penduduk Indonesia telah menggunakan media sosial tiktok sebagai alat komunikasi mereka. Penelitian ini bertujuan (1) untuk mengetahui hubungan antara etika komunikasi dengan perilaku remaja generasi Z di media sosial tiktok, Untuk mengetahui hubungan antara menjaga ucapan dengan perilaku remaja generasi Z di tiktok (2) Untuk mengetahui hubungan antara sopan dan santun dengan perilaku remaja generasi Z di tiktok (3) Untuk mengetahui hubungan antara penggunaan bahasa yang efektif dan efisien dengan perilaku remaja generasi Z di tiktok (4) Untuk mengetahui hubungan antara rasa saling menghargai dengan perilaku remaja generasi Z di tiktok (5) Untuk mengetahui hubungan emosional dengan perilaku remaja generasi Z di tiktok. Teori belajar sosial digunakan sebagai landasan dalam penelitian. Penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan korelasional. Populasi pada penelitian ini yaitu mahasiswa remaja generasi z di Kota Bandung yang menggunakan media sosial tiktok berjumlah 397.000 orang dan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus penghitungan slovin dengan menggunakan tingkat error 10% maka diperoleh sampel sebanyak 97 orang. Dengan teknik pengambilan sampel yaitu simple random sampling. Hasil uji korelasi menunjukkan hasil positif 0.577 dari interval koefisien 1,000 maka dapat diketahui bahwa hubungan etika komunikasi memiliki pengaruh positif dengan perilaku remaja generasi z di media sosial tiktok. Perilaku manusia dalam konteks interaksi timbal balik yang berkesinambungan antara kognitif, perilaku dan pengaruh lingkungan.

Kata Kunci: *Etika komunikasi, Generasi Z, TikTok.*

A. Pendahuluan

Di periode zaman yang sudah serba digital dengan kemudahan teknologi serta didukung dengan adanya sosial media. Media sosial telah menjadi sebuah keperluan yang sangat penting bagi Sebagian kebanyakan orang. Secara tidak sadar kita selalu terkoneksi dengan lingkungan sosial di media sosial. Koneksi yang dijalin beragam yang telah dibangun dengan orang yang sudah saling mengenal maupun yang baru dikenal dan dapat diketahui melalui cyberspace. Kemajuan teknologi yang cukup pesat membangun gagasan dan inovasi terbaru, ide dengan tujuan untuk proses komunikasi manusia sebagai makhluk hidup sosial dapat lebih efektif. Komunikasi melalui media sosial dapat memudahkan dalam komunikasi dan memperluas relasi hingga tak terbatas (Zis *et al.*, 2021).

C. widyo hermawan menjelaskan, bahwa pemakaian internet menggunakan media sosial sudah melahirkan forum online yang dapat membentuk sebuah organisasi secara online. Seperti forum diskusi, forum web dapat mawadahi gagasan, opini dan semua informasi dari semua anggota agar dapat saling bertukar pikiran dan berkomunikasi antar setiap anggota. Forum web online umumnya mempunyai inti pembahasan tertentu dan tidak menutup sebuah kemungkinan juga bisa meluas menuju berbagai bidang.

Media sosial yang menjelma dapat merupakan sebuah instrumen komunikasi dan informasi yang berpengaruh dan berpotensi di Indonesia aplikasi yang selalu digunakan di negara Indonesia merupakan aplikasi online, web pertemanan juga sebagai alat komunikasi sebagai sarana informasi. Dengan kata lain mayoritas penduduk Indonesia menggunakan dan dapat mengakses sosial media online yang tersedia. Beragam sosial media muncul dan menjadi sebuah pilihan Masyarakat luas, contohnya media sosial twitter, Instagram, facebook, tiktok, dan lain-lain.

Tiktok adalah media sosial yang sangat didunia. Platform ini berhasil mencuri hati Masyarakat lantaran menyajikan konten buatan pengguna yang unik dan menarik, berdasarkan We Are Social, pengguna tiktok didunia diperkirakan mencapai 1,08 miliar pada bulan juli 2023. Mayoritas Masyarakat pengguna berusia 18-24 tahun. Pengguna tiktok terbanyak berasal dari negara amerika dengan jumlah 122.05 juta pengguna aktif di media sosial tiktok pada bulan juli 2023. Dan negara Indonesia menyusul dengan berada pada peringkat ke dua dunia dengan pengguna tiktok sebanyak 99.79 kemudian jumlah pengguna tiktok di brazil dan meksiko masing-masing sebanyak 83,33 juta dan 62,78 juta.

Generasi Z menggunakan tiktok cenderung lebih menyukai konten yang informal dan lebih menyukai konten berbentuk video pendek, sedangkan generasi Z yang menggunakan Instagram lebih cenderung menyukai konten yang lebih formal. Perbandingan generasi Z dan Generasi Millennial yaitu generasi Z lebih nyaman menggunakan komunikasi visual dan singkat, contohnya melalui emoji, meme, dan video pendek. Sementara generasi milenial lebih menyukai teks dan komunikasi yang lebih formal seperti instagram yang didominasi dengan konten berbasis tulisan.

Etika berasal dari bahasa Yunani “ethos” memiliki arti tempat tinggal, padang rumput, kandang, adat istiadat, akhlak, watak, perasaan, dan cara berpikir. Adapun dalam bentuk jamak “etha” artinya adat kebiasaan. Etika berasal dari kata etikus yang berarti kebiasaan norma-norma, nilai-nilai, kaidah-kaidah, dan ukuran-ukuran baik dan buruk tingkah laku manusia. Dalam filsafat etika adalah ilmu yang bisa disebut sebagai ilmu mengenai adat kebiasaan mengenai hal yang biasa dilakukan. Etika sering disebut dengan eting yang merupakan mengenai suatu hal yang dianggap baik dan buruk dan mengenai pula perbuatan yang dapat diterima maupun tidak dapat diterima. Rahmanita Ginting, 2021 (3)

Dari definisi di atas, dapat diketahuibahwa “etika” berhubungan dengan tiga hal sebagai berikut:

1. Dilihat dari segi objek pembahasannya, etika berupaya membahas perbuatan yang dilakukan oleh manusia
2. Dilihat dari segi sumbernya, etika berawal dari pikiran atau filsafat sebagai hasil pemikiran, maka etika tidak bersifat mutlak dan tidak pula universal. Ia terbatas, dapat berubah, memiliki kekurangan, kelebihan dan sebagainya. Selain itu, etika juga memanfaatkan berbagai ilmu yang membahas perilaku manusia seperti ilmu antropologi,

psikologi, sosiologi, ilmu politik, ilmu ekonomi dan sebagainya.

3. Dilihat dari segi fungsinya, Etika berperan sebagai evaluator, penentu dan penentu tindakan yang dilakukan oleh seseorang, yaitu. haruskah perbuatan itu tetap dinilai baik, buruk, mulia, terhormat, tercela, dsb. Dengan cara ini, etika berfungsi sebagai konsep berbagai perilaku manusia.

Bentuk komunikasi tersebut dapat menghasilkan komunikasi yang positif. Komunikasi positif adalah komunikasi yang tidak menimbulkan dampak negative. Fitria Sari 2020 (1) menjelaskan terdapat beberapa etika dalam berkomunikasi yakni menjaga ucapan, sopan santun, efektif dan efisien, saling menghargai, emosi.

Tujuan penelitian di penelitian ini adalah “Bagaimana hubungan antara etika komunikasi menjaga ucapan, sopan santun, bahasa yang efektif dan efisien, saling menghargai, emosional dengan perilaku remaja generasi Z di tiktok.

B. Metodologi Penelitian

Peneliti menggunakan metode teknik studi korelasional dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang dipilih penelitian ini dalah generasi Z pengguna media sosial tiktok di Kota Bandung.

Dengan teknik pengambilan sampel yaitu random sampling dengan jumlah populasi 397.000 dengan menggunakan rumus slovin terdapat jumlah sampel penelitian sebanyak 97 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deksriptif.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Tabel 1. Koefesien Korelasi antar Variabel

Correlations				
			etika	perilaku
Spearman's rho	etika	Correlation Coefficient	1.000	.576**
		Sig. (2-tailed)	.	<,001
		N	96	97
	perilaku	Correlation Coefficient	.577**	1.000
		Sig. (2-tailed)	<,001	.
		N	96	96

Tabel diatas menunjukkan koefesien korelasi antar variabel, yakni kekuatan antar variabel yang digunakan dalam penelitian. Koefesien korelasi dikatakan kuat jika mendekati nilai 1 atau -1, sedangkan korelasi rendah jika nilai koefesien mendekati nilai 0. Dapat dilihat pada tabel diatas bahwa koefesien korelasi antar variabel bebas terhadap variabel dependent secara umum bernilai 0.577 yang artinya koefesien korelasi antara variabel etika komunikasi dengan perilaku memiliki hubungan sedang. Hubungan antar variabel memiliki arah hubungan positif, arah hubungan positif menunjukkan hubungan searah antar 2 variabel, dimana kenaikan nilai X akan diikuti oleh kenaikan nilai Y. Nilai p-value memiliki signifikansi 0,000 < dari alpha (0,05) yang artinya dalam rentang kepercayaan 95% komunikasi partisipatif memiliki hubungan yang signifikan dengan kesejah terasaan masyarakat. Etika komunikasi (X) dalam penelitian ini meliputi mejaga ucapan, sopan santun, efektifitas dan efisiensi, saling menghargai, emosional. Sedangkan perilaku (Y) meliputi berkata kasar, provokatif, porno, SARA. Hasil dari penelitian

ini terlihat bahwa terdapat hubungan antara etika komunikasi dengan perilaku remaja generasi Z di media sosial. Dari hasil penyebaran angket kuisisioner responden setuju bahwa terdapat hubungan antara etika komunikasi dengan perilaku remaja generasi Z di media sosial tiktok. Remaja generasi z pengguna media sosial tiktok setuju bahwa etika komunikasi penting dalam penggunaan media sosial. Karena etika komunikasi dapat mempengaruhi perilaku yang terjadi. Dan memiliki hubungan antara etika komunikasi dengan perilaku remaja generasi z kota bandung di media sosial tiktok. Dengan menggunakan kriteria pengujian berikut:

Kriteria Pengujian

Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka tolak H_0 atau terima H_1

Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka terima H_0 atau tolak H_1

Tabel 2. Korelasi X1 dengan Y1

			ETIKA	PERILAKU
Spearman's rho	ETIKA	Correlation Coefficient	1.000	.248*
		Sig. (2-tailed)	.	.014
		N	97	97
	PERILAKU	Correlation Coefficient	.248*	1.000
		Sig. (2-tailed)	.014	.
		N	97	97

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Interpretasi :

Hasil korelasi antara menjaga ucapan dalam etika komunikasi dengan perilaku berkata kasar mendapatkan hasil 0.248 dengan taraf sig 2-tailed 0.014 maka kesimpulan pada uji hipotesis yang diambil adalah Tolak H_0 . Dengan hasil ini didapatkan kesimpulan bahwa terdapat hubungan antara menjaga ucapan dalam etika komunikasi dengan perilaku berkata kasar remaja generasi z di media sosial.

Tabel 3. Korelasi X2 dengan Y2

			ETIKA	PERILAKU
Spearman's rho	ETIKA	Correlation Coefficient	1.000	.247*
		Sig. (2-tailed)	.	.015
		N	97	97
	PERILAKU	Correlation Coefficient	.247*	1.000
		Sig. (2-tailed)	.015	.
		N	97	97

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Interpretasi :

Hasil korelasi antara sopan santun dalam etika komunikasi dengan perilaku berkata kasar mendapatkan hasil 0.247 dengan taraf sig 2-tailed 0.015 maka kesimpulan pada uji hipotesis yang diambil adalah Tolak H_0 . Dengan hasil ini didapatkan kesimpulan bahwa terdapat

hubungan antara sopan santun dalam etika komunikasi dengan perilaku provokatif remaja generasi Z di media sosial.

Tabel 4. Korelasi X3 dengan Y3

Correlations

			ETIKA	PERILAKU
Spearman's rho	ETIKA	Correlation Coefficient	1.000	.434**
		Sig. (2-tailed)	.	<.001
		N	97	97
	PERILAKU	Correlation Coefficient	.434**	1.000
		Sig. (2-tailed)	<.001	.
		N	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Interpretasi :

Hasil korelasi antara efektifitas dan efisien dalam etika komunikasi dengan perilaku berkata kasar mendapatkan hasil 0.434 dengan taraf sig 2-tailed < 0.001 maka kesimpulan pada uji hipotesis yang diambil adalah Tolak H0. Dengan hasil ini didapatkan kesimpulan bahwa terdapat hubungan antara efektifitas dan efisiensi dalam etika komunikasi dengan perilaku porno remaja generasi Z di media sosial.

Tabel 5. Korelasi X4 dengan Y4

Correlations

			ETIKA	PERILAKU
Spearman's rho	ETIKA	Correlation Coefficient	1.000	.308**
		Sig. (2-tailed)	.	.002
		N	97	97
	PERILAKU	Correlation Coefficient	.308**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.002	.
		N	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Interpretasi :

Hasil korelasi antara saling menghargai dalam etika komunikasi dengan perilaku berkata kasar mendapatkan hasil 0.308 dengan taraf sig 2-tailed 0.002 maka kesimpulan pada uji hipotesis yang diambil adalah Tolak H0. Dengan hasil ini didapatkan kesimpulan bahwa terdapat hubungan antara saling menghargai dalam etika komunikasi dengan perilaku SARA remaja generasi Z di media sosial.

Tabel 6. Korelasi X5 dengan Y1

		Correlations		
			ETIKA	PERILAKU
Spearman's rho	ETIKA	Correlation Coefficient	1.000	.445**
		Sig. (2-tailed)	.	<,001
		N	97	97
	PERILAKU	Correlation Coefficient	.445**	1.000
		Sig. (2-tailed)	<,001	.
		N	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Interpretasi :

Hasil korelasi antara emosional dalam etika komunikasi dengan perilaku berkata kasar mendapatkan hasil 0.445 dengan taraf sig 2-tailed < 0.001 maka kesimpulan pada uji hipotesis yang diambil adalah Tolak H0. Dengan hasil ini didapatkan kesimpulan bahwa terdapat hubungan antara emosional dalam etika komunikasi dengan perilaku berkata kasar remaja generasi Z di media sosial.

D. Kesimpulan

Pada penelitian ini peneliti memiliki tujuan untuk melihat apakah terdapat hubungan antara etika komunikasi dengan perilaku generasi z di media sosial tiktok. Etika komunikasi diukur melalui 5 indikator yaitu menjaga ucapan, sopan santun, efektif dan efisien, saling menghargai, emosional. Dan perilaku diukur melalui 4 indikator yaitu berkata kasar, provokatif, porno, SARA. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner secara online kepada 97 sampel responden remaja generasi z di kota bandung yang menggunakan media sosial tiktok. Berdasarkan hasil dari hasil penelitian yang telah dijabarkan sebelumnya, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan antara etika komunikasi menjaga ucapan dengan perilaku remaja generasi Z di media sosial tiktok
2. Terdapat hubungan antara etika komunikasi sopan santun dengan perilaku remaja generasi Z di media sosial tiktok
3. Terdapat hubungan antara etika komunikasi efektif dan efisien dengan perilaku remaja generasi Z di media sosial tiktok
4. Terdapat hubungan antara etika komunikasi saling menghargai dengan perilaku remaja generasi Z di media sosial tiktok
5. Terdapat hubungan antara etika komunikasi emosional dengan perilaku remaja generasi Z di media sosial tiktok

Daftar Pustaka

- [1] Sari, A. F. (2020). Etika Komunikasi: Menanamkan Pemahaman Etika Komunikasi kepada Mahasiswa. *TANJAK: Journal of Education and Teaching*, 1(2), 127–135.
- [2] Mutiah, T., Albar, I., Fitriyanto, A. R., & Rafiq, A. (2019). Etika Komunikasi dalam menggunakan Media Sosial. *Jurnal Global Komunika*, 1(1), 14-24.
- [3] Ginting, R., Yulistiyono, A., Rauf, A., Manullang, S. O., Siahaan, A. L. S., Kussanti, D. P., ... & Effendy, F. (2021). *Etika Komunikasi dalam Media Sosial: Saring Sebelum Sharing* (Vol. 1). Penerbit Insania.
- [4] T. P. Dzahabiyah, T. Nur, and A. Noviar, “Beauty Standard dalam Komunitas : Sudut Pandang Remaja Berniqab dalam Memandang Body Goals,” *Jurnal Riset Public Relations*, vol. 4, no. 1, pp. 23–30, 2024, doi: 10.29313/jrpr.v4i1.3761.
- [5] R. Naufal and A. Maryani, “Komunikasi Antarpribadi Orang Tua dan Anak dalam Mengatasi Kecanduan Game Online,” *Jurnal Riset Public Relations*, vol. 4, no. 1, pp. 71–78, 2024, doi: 10.29313/jrpr.v4i1.4015.
- [6] M. R. A. Siregar, A. S. Salsabila, S. H. Mutmainah, and K. W. Inzaghi, “Memahami Perilaku Generasi Z di Kedai Kopi Bogor Timur,” *Jurnal Riset Public Relations*, pp. 1–6, Jul. 2023, doi: 10.29313/jrpr.v3i1.1720.