

## ETIKA BERMEDIA SOSIAL: MORALITAS GEN-Z DI DESA DASAN GERES, KECAMATAN LABUHAN HAJI, LOMBOK TIMUR

Nadia Milyani Selian<sup>1</sup>, Ahmad Ashril Rizal<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Islam Negeri Mataram, Mataram, Indonesia

Email: [nadiaselian0702@gmail.com](mailto:nadiaselian0702@gmail.com)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami perilaku dan etika Generasi Z di Desa Dasan Geres, Kecamatan Labuhan Haji, Lombok Timur, dalam menggunakan media sosial berdasarkan perspektif komunikasi Islam. Dengan menggunakan metode gabungan (mix-method) dan pendekatan studi kasus, penelitian ini mengkaji bagaimana nilai-nilai Islam diterapkan dalam interaksi digital Gen Z. Sampel dipilih secara purposive sampling, berfokus pada Generasi Z yang aktif menggunakan media sosial, khususnya Facebook. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyadari pentingnya menjaga etika saat bermedia sosial, dengan 89,7% komunikasi mereka menunjukkan sentimen positif, sementara 10,3% lainnya bersentimen negatif, terutama terkait topik emosional atau provokatif. Meskipun begitu, sebagian responden masih lebih mengutamakan pembuatan konten menarik tanpa mempertimbangkan dampak moralnya. Faktor lain yang memengaruhi perilaku mereka adalah tekanan sosial, sementara penerapan nilai-nilai Islam dalam interaksi digital mereka masih belum maksimal. Penelitian ini menekankan pentingnya edukasi dan pendampingan berkelanjutan mengenai etika bermedia sosial yang sesuai dengan prinsip komunikasi Islam. Peran keluarga, pendidik, dan komunitas sangat penting untuk membantu Gen Z menjadi lebih bijak, bertanggung jawab, dan beretika dalam aktivitas digital mereka.

**Kata Kunci:** Etika bermedia sosial, moralitas, generasi Z, komunikasi Islam, Desa Dasan Geres.

### Abstract

*This study aims to understand the behavior and ethics of Generation Z (Gen Z) in Desa Dasan Geres, Labuhan Haji District, East Lombok, in using social media from the perspective of Islamic communication. Using a mixed-method approach and a case study design, the research examines how Islamic values are applied in Gen Z's digital interactions. The sample was selected through purposive sampling, focusing on Gen Z individuals who are active social media users, particularly Facebook. The findings reveal that most respondents know the importance of maintaining ethics on social media, with 89.7% of their communication displaying positive sentiments, while 10.3% showed negative sentiments, often related to emotional or provocative topics. However, some respondents prioritize creating engaging content over considering its moral impact. Social pressure is identified as a key factor influencing their behavior, while the application of Islamic values in their digital interactions remains suboptimal. This study highlights the need for continuous education and guidance on social media ethics based on the principles of Islamic communication. Families, educators, and communities are crucial in helping Gen Z become wiser, more responsible, and more ethical in their digital activities.*

**Keywords:** social media ethics, morality, Generation Z, Islamic communication, Dasan Geres Village

## Pendahuluan

Di era globalisasi yang disertai kemajuan teknologi informasi, penggunaan media digital sudah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari. Generasi Z, yang lahir pada pertengahan tahun 2000-an hingga awal tahun 2010-an, tumbuh di lingkungan yang dibanjiri informasi digital. Mereka dikenal sebagai kelompok yang mahir memanfaatkan teknologi dan cenderung mengintegrasikannya ke dalam berbagai aspek kehidupan mereka. Dengan kemajuan teknologi menjadi sarana utama untuk berkomunikasi dan berbagi informasi (Maura et al., 2024). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar individu memiliki kebebasan untuk menyebarkan pesan dan berinteraksi secara tidak langsung melalui jejaring sosial. Meskipun demikian, penting untuk diingat bahwa konsep kebebasan ini tidak berarti bahwa tidak ada batasan moral dalam penggunaan media sosial. Prinsip-prinsip etika dalam berkomunikasi melalui jejaring sosial tetaplah krusial, karena seringkali pertimbangan etis diabaikan dalam partisipasi dalam interaksi tersebut. Fenomena ini tercermin dalam banyaknya perkataan yang seharusnya tidak disampaikan, namun dikomunikasikan melalui dialog media sosial, baik disengaja maupun tidak (Gani, 2020).

Media sosial seringkali dijadikan tempat untuk mengungkapkan amarah, kebencian, cacimaki, penghinaan, hingga *cyberbullying*. Permasalahan seperti pornografi, SARA, dan masalah terkait eksistensi diri turut meramaikan media sosial. Penerapan etika sosial pada media sosial kerap kali terabaikan. Pengguna seringkali memposting apapun tanpa batas, bahkan terkadang melupakan bahwa media sosial termasuk pada ruang publik yang akan dilihat oleh khalayak banyak (Febi Apriani, 2016). Pada era ini, generasi Z di Desa Dasan Geres, Kecamatan Labuhan Haji, Lombok Timur, cenderung kurang memperhatikan etika dalam beraktivitas di dunia digital. Di ranah akademis atau kehidupan sehari-hari, penggunaan media sosial menjadi hal umum untuk berkomunikasi, baik itu untuk keperluan yang bersifat formal maupun informal. Pemanfaatan yang bijak dari media sosial dapat memberikan manfaat dalam proses pembelajaran dan memperoleh informasi yang dibutuhkan. Namun, ketidaktepatan dalam menggunakan media sosial, seperti menghina dan menyebarkan ujaran kebencian, dapat berdampak negatif pada individu dan juga menciptakan citra yang buruk terhadap lingkungan setempat (Gani, 2020).

Pentingnya komunikasi yang beretika menjadi dasar yang harus dipegang teguh oleh setiap generasi Z, baik dalam kehidupan sehari-hari maupun di dunia media sosial. Meskipun demikian, sejumlah generasi Z di Desa Dasan Geres masih belum sepenuhnya menginternalisasikan etika bermedia sosial. Terkadang, dalam konteks jejaring sosial, mereka menunjukkan perilaku yang tidak sepenuhnya sesuai dengan nilai-nilai Islam (Rifani, 2021). Jika tidak ada tindakan yang diambil, ini dapat membahayakan reputasi remaja yang seharusnya menjadi teladan etika yang baik. Perlu diakui bahwa kita hidup dalam masyarakat yang beragam dalam sifat dan perilaku. Keberagaman ini membuat sulit untuk mengubah perilaku setiap individu sesuai dengan standar atau penilaian tertentu (Danuri, 2019). Selain itu, apa yang dianggap baik oleh satu orang belum tentu dianggap baik oleh orang lain. Melihat konteks di atas, peneliti tertarik untuk mengkaji “Etika Bermedia Sosial: Moralitas Gen-Z di Desa Dasan Geres, Kecamatan Labuhan Haji, Lombok Timur”.

Penelitian ini berfokus pada dua pertanyaan utama. Pertama, bagaimana perilaku komunikasi Generasi Z di Desa Dasan Geres, Kecamatan Labuhan Haji, Lombok Timur, dalam menggunakan media sosial? Kedua, bagaimana penerapan etika bermedia sosial dalam konteks moralitas di Desa Dasan Geres, jika dilihat dari perspektif komunikasi Islam? Kedua aspek ini menjadi perhatian penting dalam memahami pola interaksi generasi muda di dunia digital sekaligus mengevaluasi penerapan nilai-nilai moral dan agama dalam aktivitas mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap dan menganalisis perilaku komunikasi Generasi Z di Desa Dasan Geres, Kecamatan Labuhan Haji, Lombok Timur, terutama dalam aktivitas bermedia sosial. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memahami penerapan etika bermedia sosial dalam konteks moralitas berdasarkan perspektif komunikasi Islam di desa tersebut. Dalam konteks era digital, perilaku komunikasi generasi Z sering kali mencerminkan adaptasi terhadap perkembangan teknologi, namun tidak selalu disertai dengan kesadaran akan etika dan moralitas. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai pola komunikasi generasi Z serta hubungan mereka dengan nilai-nilai moral dan agama dalam bermedia sosial.

Secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu mengembangkan pemahaman tentang etika bermedia sosial dan pola komunikasi Generasi Z di Desa Dasan Geres, Kecamatan Labuhan Haji, Lombok Timur, dengan fokus pada perspektif komunikasi Islam. Melalui studi kasus ini, penelitian diharapkan dapat menjadi sumber informasi yang relevan bagi masyarakat Desa Dasan Geres, khususnya bagi Generasi Z. Dengan adanya panduan ini, diharapkan masyarakat, terutama generasi Z, dapat lebih memahami pentingnya etika dalam bermedia sosial dan bagaimana nilai-nilai Islam dapat diterapkan dalam interaksi digital mereka. Secara teoritis, penelitian ini berpotensi menjadi rujukan akademis yang berharga dalam mengeksplorasi lebih dalam isu-isu terkait moralitas Generasi Z di era digital, khususnya dalam konteks Desa Dasan Geres. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur yang ada mengenai hubungan antara pola komunikasi digital dan nilai-nilai keislaman, sehingga dapat menjadi landasan bagi studi-studi lanjutan di masa depan. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk memperluas wawasan pembaca mengenai moralitas Generasi Z dalam bermedia sosial, tetapi juga berperan sebagai referensi penting bagi generasi muda dalam memahami dan menerapkan etika bermedia sosial dari perspektif Islam.

Penelitian ini bersifat mikro, dengan objek kajian yang terfokus pada kelompok generasi Z di Desa Dasan Geres, Kecamatan Labuhan Haji, Lombok Timur. Pemilihan objek ini didasarkan pada pentingnya memahami bagaimana Generasi Z, khususnya di wilayah yang dimaksud, mempraktikkan etika bermedia sosial dalam kehidupan sehari-hari. Ruang lingkup yang spesifik ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih rinci dan mendalam mengenai pola komunikasi digital mereka, sekaligus mengidentifikasi nilai-nilai keislaman yang diterapkan dalam aktivitas bermedia sosial.

Penelitian sebelumnya memberikan landasan penting dalam memahami etika komunikasi digital dan perilaku media sosial generasi saat ini. Misalnya, (Fauziyyah, 2019) menemukan bahwa etika komunikasi siswa melalui WhatsApp dipengaruhi oleh usia pendidik, meskipun dengan korelasi yang lemah. Hal ini menunjukkan perlunya eksplorasi lebih lanjut pada media sosial yang lebih beragam. Selain itu, penelitian (Abdillah & Handoko Putro, 2022) menyoroti kemampuan Generasi Z dalam memverifikasi informasi palsu dengan literasi digital yang

tinggi, terutama di platform seperti Instagram dan TikTok. Penelitian ini relevan karena memperlihatkan pola etika digital yang erat kaitannya dengan perilaku sosial.

Lebih jauh, (Magan et al., 2022) mengungkapkan bahwa Generasi Z menggunakan media sosial secara kontekstual, baik untuk pendidikan, komunikasi, maupun aktivisme, sementara menunjukkan bahwa mahasiswa mendukung penerapan etika komunikasi di media sosial, terutama di Facebook. Hal ini menjadi pijakan untuk menilai bagaimana platform lain seperti Instagram memengaruhi pola komunikasi. Terakhir, (Fahrimal, 2018) mengamati bahwa *netiquette* di kalangan generasi milenial menciptakan norma interaksi harmonis yang berbeda dari kehidupan nyata. Namun, fokus penelitian ini pada Generasi Z memberikan perspektif baru, terutama dalam memahami perilaku mereka di media sosial secara lebih spesifik.

Dengan memadukan temuan-temuan tersebut, penelitian ini menyoroti bagaimana Generasi Z memanfaatkan media sosial, baik sebagai sarana komunikasi maupun pembentukan nilai sosial, dalam konteks yang lebih luas dan dinamis. Penelitian ini menyoroti perbedaan dalam pendekatan, media sosial yang dikaji, subjek penelitian, teori yang digunakan, serta fokus analisis yang lebih kontekstual sesuai dengan perilaku Generasi Z di media sosial.

## **Metode**

Penelitian ini menggunakan metode campuran (*mixed-method*) untuk mengkaji perilaku Generasi Z dalam bermedia sosial di Facebook, dengan fokus pada studi kasus di Desa Dasan Geres, Labuhan Haji, Lombok Timur. Pendekatan ini menggabungkan analisis kuantitatif melalui pengumpulan data unggahan story dan status dari 100 pengguna selama periode 1 Juni hingga 28 Oktober 2024 dengan analisis kualitatif melalui wawancara terhadap delapan responden yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Data dari Facebook memberikan wawasan tentang interaksi harian dan preferensi konten Generasi Z, mencakup pola komunikasi dan nilai etika yang mereka terapkan di media sosial. Penggunaan metode berbasis leksikon (*lexicon-based*) memungkinkan klasifikasi konten unggahan untuk mengidentifikasi perilaku berdasarkan kata-kata yang digunakan, seperti tingkat kesopanan, penggunaan bahasa positif atau negatif, serta tema-tema populer dalam aktivitas digital mereka. Wawancara langsung melengkapi analisis ini dengan menggali alasan, motivasi, dan persepsi pribadi responden tentang penggunaan Facebook sebagai sarana pemenuhan informasi. Dengan pendekatan ini, penelitian tidak hanya menggambarkan bagaimana Generasi Z menggunakan Facebook untuk berinteraksi dan berkomunikasi, tetapi juga memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana nilai etika dan norma sosial diterapkan dalam ruang digital secara spontan maupun sadar, sehingga menciptakan gambaran holistik tentang hubungan antara teknologi, komunikasi, dan perilaku sosial Generasi Z.

## **Hasil dan Pembahasan**

Perilaku komunikasi Generasi Z (*Gen Z*) di media sosial menjadi fokus utama dalam penelitian ini, mengingat karakteristik unik yang mereka miliki serta pengaruh signifikan dari kemajuan teknologi digital. *Gen Z* cenderung memiliki gaya komunikasi yang khas, ekspresif, dan mencerminkan identitas digital mereka. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pola komunikasi *Gen Z* dengan menggunakan pendekatan analisis sentimen,

sehingga dapat diidentifikasi bagaimana mereka mengekspresikan emosi dan pendapat mereka di media sosial.

Tabel 1. Sampel Dataset

Nama	URL
Yudy Kancil	<a href="https://www.facebook.com/share/SB3FE1JPVqh92M1o/">https://www.facebook.com/share/SB3FE1JPVqh92M1o/</a>
Putra	<a href="https://www.facebook.com/profile.php?id=100037661323288">https://www.facebook.com/profile.php?id=100037661323288</a>
As	<a href="https://www.facebook.com/share/FvqRJ9mRsq9FR5q/">https://www.facebook.com/share/FvqRJ9mRsq9FR5q/</a>
Deo	<a href="https://www.facebook.com/share/KdLBphyPzY3XR9F9/">https://www.facebook.com/share/KdLBphyPzY3XR9F9/</a>
Atta Aolian Apriadi	<a href="https://www.facebook.com/share/2RiMMNvE5QYYjPc1/">https://www.facebook.com/share/2RiMMNvE5QYYjPc1/</a>

Sumber: Hasil Penelitian

Penelitian ini berfokus pada perilaku komunikasi generasi Z di Desa Dasan Geres, Kecamatan Labuhan Haji, Lombok Timur, yang diidentifikasi melalui aktivitas mereka di media sosial. Dari total 100 akun pengguna media sosial yang berada dalam lingkup penelitian, peneliti memilih lima akun sebagai sampel representatif. Pemilihan sampel ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai pola komunikasi, ekspresi diri, serta penggunaan bahasa yang mencerminkan karakteristik komunikasi Gen Z di desa tersebut. Dengan menggunakan lima akun sebagai sampel, peneliti dapat menganalisis lebih detail dan komprehensif mengenai bagaimana Gen Z di Desa Dasan Geres memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk mengekspresikan perasaan, opini, dan interaksi sosial mereka.

Hasil dari analisis ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang akurat tentang dinamika komunikasi digital di kalangan Gen Z di lingkungan lokal tersebut, serta faktor-faktor yang memengaruhi cara mereka berkomunikasi di *platform digital*.

Tabel 2. Status Dari User

No	Teks
1	Sundal kamu sampai menyebut nama bapak saya demi Allah sampai saya meninggal saya dendam di kamu anjing. sampai manapun kamu
2	Meskipun saya tidak cantik tapi badan saya bagus pepek tidak seperti kamu pepek meskipun kamu cantik, kalau ipar dan suami saya suka dengan saya apalagi tidak seperti kamu yang tidak disukai oleh keluargamu
3	Jangan komen akun orang, itu komen tai di WC itu 🤢
4	Jangan kalian banyak omong kalau tidak suka blok simpel bukan 🙄🙄🙄🔥🔥🔥
5	DiHari nyongkolan Mahesa, ketika merubah semuanya menjadi konten kreator, salah satunya yaitu kaka*ku 🤪🤪🤪
6	Tega banget gini caranya make up in orang, gini sudah jika orang salah pilih MUA #SorotanPublik
7	Org gila mau yg kaloq lagi marah nyalain proxy 🤢
8	Kesana saya nanti pukul kepala kamu lisa greget banget saya 🤢🔥🔥🔥

- 9 Requea jagoan ku tempe kua kuning mau nya, sampai tidak tahu perasaannya makan 🍷🍷🍷 #fyprels
- 10 Kamu ngapain lagi bajingan buka blokiran facebook dan whatsapp aduhh si gratisan 🤔🤔🗨️

Sumber: Hasil Penelitian

Setelah sampel terpilih, dataset akan melalui proses pembersihan data (data cleaning). Dalam tahap ini, hanya data berbentuk teks yang dipertahankan, sementara data dalam bentuk tautan dan gambar akan dihilangkan agar analisis dapat lebih fokus pada aspek tekstual. Gambar yang ditampilkan di atas merupakan hasil pengumpulan unggahan dari lima akun pengguna Gen Z yang digunakan sebagai representasi pola interaksi serta ekspresi emosi mereka di media sosial.

Tabel 3. Kamus Positif dan Negatif

Kolom 1	Kolom 2
Abstrak	Abash
Abuh	Absen
Acap	acak-acakan
acap kali	Acak
Aci	Acuh
Adaptif	Aduh
Adem	Agak
Adidaya	Akut
Adiktif	Alpa
Adikuasa	Amis

Sumber: Hasil Penelitian

Untuk mendukung analisis sentimen, telah disusun sebuah kamus kata yang mencakup kata-kata dengan konotasi positif dan negatif. Kamus ini berfungsi sebagai acuan dalam mengklasifikasikan sentimen dari setiap teks yang diunggah oleh Gen Z di media sosial. Kamus positif terdiri dari 1.852 kata yang memiliki makna positif; dalam penelitian ini, penulis hanya mengambil 10 contoh kata, antara lain: abstrak, adem, adaptif, bagus dan lain sebagainya. Sementara itu, kamus negatif mencakup 883 kata dengan konotasi negatif, seperti absen, acak-acakan, acuh, dan alpa dan lainnya.

Tabel 4. Hasil Sentimen

Sentiment Positif	Sentiment Negatif	Sentiment Score	Hasil Sentiment
0	1	-1	Sentiment Negatif
1	1	0	Sentiment Positif
0	0	0	Sentiment Positif

0	0	0	Sentiment Positif
2	0	2	Sentiment Positif
0	0	0	Sentiment Positif
0	1	-1	Sentiment Negatif
1	0	1	Sentiment Positif
3	0	3	Sentiment Positif

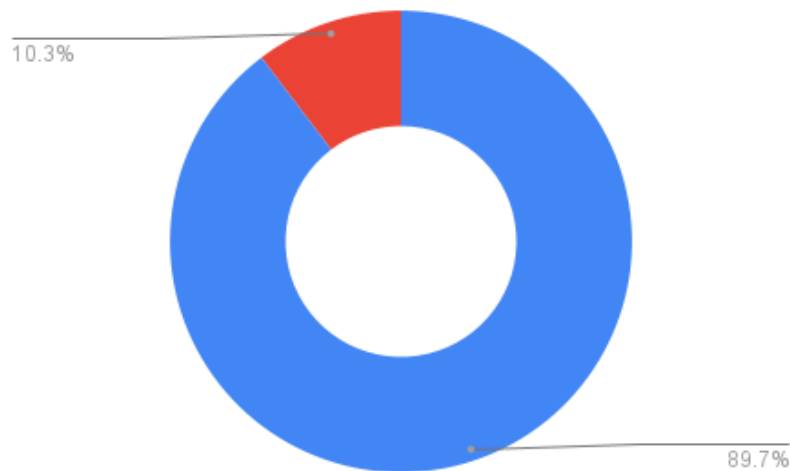
Sumber: Hasil Penelitian

Selanjutnya, analisis sentimen dilakukan untuk mengukur sejauh mana perilaku Gen Z di media sosial, khususnya di Facebook, bersifat positif, negatif, atau netral berdasarkan postingan dan story mereka. Dalam penelitian ini, Google Sheets digunakan sebagai alat bantu utama untuk menganalisis data dan menghitung frekuensi kata-kata yang tergolong positif maupun negatif. Proses ini dimulai dengan menyiapkan kamus kata yang berisi daftar kata-kata positif di kolom A dan kata-kata negatif di kolom B pada sebuah lembar kerja bernama "Kamus."

Setelah itu, teks yang diunggah oleh pengguna dianalisis menggunakan formula spesifik. Untuk menghitung jumlah kata positif dalam sebuah teks, peneliti menggunakan formula `=ARRAYFORMULA(SUMPRODUCT(--ISNUMBER(SEARCH(Kamus!A$1:A$100, A2))))`, sementara formula serupa digunakan untuk kata negatif dengan mengganti referensi kolom menjadi `Kamus!B$1:B$100`. Setelah frekuensi kata positif dan negatif dihitung, skor sentimen kemudian ditentukan dengan mengambil selisih antara jumlah kata positif dan negatif menggunakan rumus `=B2 - C2`.

Berdasarkan nilai dari skor sentimen ini, teks diklasifikasikan menjadi "Positif," "Negatif," atau "Netral" dengan rumus logika `=IF(D2 > 0, "Positif", IF(D2 < 0, "Negatif", "Netral"))`. Pendekatan ini memberikan pemahaman yang lebih terukur dan sistematis tentang pola perilaku Gen Z di media sosial, memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi kecenderungan sentimen yang dominan dalam interaksi mereka secara digital.

Berdasarkan hasil analisis ini, dapat disimpulkan bahwa komunikasi Gen Z di Desa Dasan Geres, Kec. Labuhan Haji, Lombok Timur, di media sosial cenderung memiliki sentimen positif. Meskipun demikian, terdapat juga ungkapan dengan sentimen negatif yang sering muncul dalam konteks emosional atau provokatif. Gen Z menunjukkan ekspresi yang kuat dan cenderung mengungkapkan perasaan mereka dengan kata-kata yang intens. Temuan ini menggambarkan kompleksitas komunikasi digital generasi Z, di mana mereka tidak hanya berperan sebagai konsumen informasi, tetapi juga sebagai produsen konten yang aktif, yang berpengaruh terhadap dinamika sosial di lingkungan mereka.



Gambar 1. Grafik Hasil Sentiment (Sumber: Hasil Penelitian)

Gambar 1 menunjukkan hasil analisis sentimen komunikasi Gen Z di Desa Dasan Geres, Kec. Labuhan Haji, Lombok Timur, yang dilakukan melalui media sosial, khususnya Facebook. Sebagian besar data yang dianalisis menunjukkan sentimen positif, dengan persentase sebesar 89,7%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas Gen Z memberikan respons yang optimis dan mendukung terhadap konten yang dianalisis. Sementara itu, sentimen negatif hanya sebesar 10,3%, yang biasanya muncul dalam konteks emosional atau provokatif. Temuan ini mengindikasikan bahwa Gen Z memiliki pola komunikasi yang kompleks, di mana mereka tidak hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga produsen konten yang aktif, sering kali menggunakan media sosial untuk menyalurkan emosi, opini, dan interaksi sosial. Penelitian ini dilakukan dengan melakukan uji sentimen terhadap 100 pengguna Facebook, yang memberikan data lebih luas untuk memastikan akurasi hasil analisis.

Dalam konteks perkembangan teknologi informasi yang pesat, perilaku komunikasi Generasi Z ditandai oleh keunikan dan kompleksitas yang erat kaitannya dengan penggunaan media sosial. Wawancara dilakukan dengan 8 responden yang aktif menggunakan Facebook, yaitu Silvia Handayani, Alfina Herawati, Dea Santika, Nia Aspari, Aldi Ramdani, Ryan Aditya Anggara, Liana, dan Hera Seftiana. Mereka dipilih sebagai sampel berdasarkan perilaku yang ditunjukkan dalam pengelolaan akun media sosial mereka.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa tingkat pemahaman tentang etika bermedia sosial di antara para responden bervariasi. Responden Silvia Handayani menunjukkan kesadaran yang tinggi mengenai pentingnya etika dalam berinteraksi di media sosial. Ia menyatakan, “Saya menyadari bahwa etika di media sosial sangat penting untuk menjaga hubungan baik dengan orang lain dan untuk menciptakan suasana positif.” Pernyataan ini mencerminkan pemahaman Silvia bahwa etika merupakan bagian integral dari komunikasi yang baik.

Responden pertama menegaskan pentingnya penerapan etika dalam kehidupan sehari-hari. Mereka berpendapat, “Setiap kali mereka memposting sesuatu, mereka selalu berpikir tentang dampaknya terhadap orang lain. Etika itu bukan hanya soal apa yang kita katakan, tetapi juga bagaimana orang lain merasakannya.” Pandangan ini menunjukkan kesadaran yang mendalam akan dampak komunikasi di ruang digital.



Di sisi lain, Responden kedua menyebutkan bahwa banyak pengguna media sosial yang belum sepenuhnya memahami pentingnya etika. Ia menjelaskan, “Banyak teman saya yang menganggap postingan mereka tidak berpengaruh, padahal apa yang mereka bagikan bisa sangat berpengaruh bagi orang lain.” Hal ini mengindikasikan tantangan dalam meningkatkan kesadaran etika di kalangan generasi muda.

Responden ketiga, menunjukkan perilaku kurang etis, mengungkapkan bahwa Ia sering kali lebih tertarik pada konten yang mengundang perhatian tanpa mempertimbangkan aspek etis. dalam salah satu statusnya responden ketiga, menulis, “Sundal kamu sampai menyebut nama bapak saya demi Allah sampai saya meninggal saya dendam di kamu anjing.” Ungkapan ini menampilkan emosi yang kuat dan menunjukkan ketidakmampuan dalam mengelola perasaannya dengan cara yang lebih konstruktif.

Responden keempat menunjukkan perilaku serupa melalui statusnya, “Sampai manapun kamu, meskipun saya tidak cantik tapi badan saya bagus pepek tidak seperti kamu pepek meskipun kamu cantik, kalau ipar dan suami saya suka dengan saya apalagi.” Pernyataan ini mencerminkan sikap defensif dan kompetisi yang tidak sehat, serta penggunaan bahasa yang merendahkan. Contoh tersebut menunjukkan bahwa mereka tidak hanya kurang memperhatikan etika dalam bermedia sosial, tetapi juga cenderung menggunakan platform tersebut untuk menyebarkan pesan-pesan yang emosional dan berpotensi menimbulkan konflik.

Ketika membahas dampak media sosial terhadap perilaku Generasi Z, responden kedepan menyoroti sisi positif dan negatif dari penggunaan platform tersebut. Ia mengatakan, “Media sosial bisa menghubungkan kita dengan banyak orang, tetapi juga bisa menjadi tempat konflik.” Poin ini menunjukkan bahwa meskipun media sosial memberikan kesempatan untuk terhubung, ada risiko yang juga harus dihadapi, seperti cyberbullying dan konflik interpersonal.

Dalam konteks komunikasi Islam, responden sepakat bahwa media sosial dapat digunakan sebagai alat untuk menyebarkan pesan positif dan nilai-nilai keagamaan. Responden keenam berpendapat, “Kita dapat menggunakan media sosial untuk menyebarkan dakwah dan informasi yang bermanfaat.” Namun, Responden kedelapan mengungkapkan bahwa terkadang konten yang dibagikannya tidak sejalan dengan nilai-nilai Islam yang dia pelajari. Hal ini menunjukkan perlunya pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana nilai-nilai Islam dapat diterapkan dalam berkomunikasi di ruang digital.

Tantangan dalam menjaga etika bermedia sosial juga menjadi isu penting. Responden kelima mengungkapkan, “Terkadang sulit untuk tetap berpegang pada etika ketika banyak teman yang berbagi konten provokatif.” Responden ketujuh menambahkan, “Ada tekanan untuk terlihat sempurna di media sosial, yang membuat saya merasa harus mengubah cara saya berkomunikasi.” Ini menunjukkan adanya tekanan sosial yang memengaruhi perilaku dan sikap mereka dalam berinteraksi di media sosial.

Selanjutnya, dalam hal pengaruh pendidikan Islam terhadap etika bermedia sosial, responden memberikan pandangan yang beragam. Responden pertama, yang aktif dalam kegiatan TPQ, menyatakan, “Pendidikan Islam mengajarkan saya untuk selalu berpikir tentang dampak dari setiap tindakan saya.” Sebaliknya, responden ketujuh mengakui bahwa meskipun ia menerima pendidikan agama, sering kali ia merasa sulit untuk menerapkannya dalam praktik sehari-hari.

Responden ketujuh menegaskan pentingnya pendidikan Islam dalam membentuk sikap dan perilaku baik di media sosial. Ia menyatakan, "Pendidikan yang saya terima membantu saya memahami bahwa berperilaku baik di media sosial sama pentingnya dengan di dunia nyata." Namun, responden kedua dan keempat menunjukkan bahwa meskipun mereka memahami nilai-nilai tersebut, mereka terkadang terjebak dalam dinamika media sosial yang tidak etis.

Dalam rangka mengelola etika di media sosial, pengalaman responden menunjukkan variasi dalam pendekatan mereka. Responden keenam menyatakan bahwa ia selalu mempertimbangkan efek dari setiap unggahan sebelum diposting, dengan harapan dapat memberikan nilai positif bagi pengikutnya. Sementara itu, responden ketiga dan keempat berbagi pengalaman bahwa mereka kadang lebih memilih untuk berbagi konten yang menarik perhatian, meskipun tidak selalu sesuai dengan etika.

Penelitian ini menemukan bahwa pemahaman tentang etika bermedia sosial di kalangan Generasi Z di Desa Dasan Geres, Lombok Timur, bervariasi. Sebagian responden menunjukkan pemahaman yang baik tentang pentingnya menjaga etika saat berinteraksi di media sosial. Pendekatan mereka sejalan dengan nilai-nilai dalam komunikasi Islam, yang menekankan adab, tanggung jawab, dan sikap menghargai orang lain. Hal ini menjadi bukti bahwa etika dalam bermedia sosial dapat membantu menjaga suasana yang positif dan saling menghormati di dunia digital.

Di sisi lain, beberapa responden lebih cenderung mengutamakan konten yang menarik perhatian tanpa mempertimbangkan etika atau dampaknya terhadap orang lain. Mereka terkadang memposting konten yang bernada emosional atau bahkan ofensif, yang berpotensi menimbulkan konflik. Fenomena ini menunjukkan bahwa ada tantangan besar dalam menjaga perilaku yang sesuai dengan nilai moral di tengah dinamika dan tekanan media sosial, terutama ketika ada keinginan untuk mendapatkan perhatian lebih.

Pendidikan agama Islam, dalam hal ini, berperan penting dalam membentuk sikap positif di media sosial. Beberapa responden, mengungkapkan bahwa pendidikan Islam mengajarkan mereka untuk selalu mempertimbangkan dampak dari setiap tindakan. Namun, responden lain mengakui bahwa meskipun mereka memahami nilai-nilai Islam, terkadang sulit untuk menerapkannya di ruang digital karena pengaruh dari teman-teman atau konten provokatif yang kerap mereka temui.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyoroti pentingnya pendidikan dan bimbingan berkelanjutan tentang etika bermedia sosial yang sejalan dengan komunikasi Islam. Dengan adanya dukungan dari orang tua, pendidik, dan komunitas, Generasi Z dapat lebih bijaksana dan bertanggung jawab dalam menggunakan media sosial. Hal ini tidak hanya akan membantu mereka menjaga hubungan yang positif di ruang digital, tetapi juga dapat memberikan kontribusi yang baik bagi masyarakat, sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Salah satu kutipan menarik yang menyoroti pentingnya etika dalam bermedia sosial disampaikan oleh responden pertama, yang mengungkapkan, "Saya menyadari bahwa etika di media sosial sangat penting untuk menjaga hubungan baik dengan orang lain dan menciptakan suasana positif." Pernyataan ini mencerminkan pemahaman mendalam tentang peran etika dalam membangun interaksi yang harmonis di dunia digital. Dengan menekankan pentingnya

menjaga hubungan baik dan suasana yang positif, kutipan ini menggarisbawahi bagaimana perilaku yang beretika dapat memperkuat hubungan harmonis dengan lingkungannya.

Tabel 5. Pemahaman dan Penerapan Etika

No	Nama Responden	Perilaku Komunikasi di Media Sosial	Pemahaman tentang Etika Bermedia Sosial
1	Silvia Handayani	Komunikasi positif, menjaga hubungan baik dengan orang lain, dan menciptakan suasana kondusif di media sosial.	Memiliki pemahaman tinggi tentang pentingnya etika dalam berkomunikasi di media sosial untuk menjaga hubungan interpersonal.
2	Alfina Herawati	Menggunakan media sosial untuk berbagi informasi yang bermanfaat dan edukatif.	Memahami bahwa unggahan harus dipertimbangkan dampaknya, baik untuk diri sendiri maupun orang lain.
3	Ryan Aditya Anggara	Sering membuat postingan provokatif dan emosional untuk menarik perhatian.	Kurang menyadari dampak dari komunikasi yang emosional dan kasar terhadap hubungan sosial.
4	Liana	Menggunakan media sosial untuk menegaskan identitas pribadi, tetapi sering kali bersifat defensif dan merendahkan orang lain.	Kurang memperhatikan aspek etis dalam komunikasi, lebih fokus pada kepentingan pribadi.
5	Aldi Ramdani	Menggunakan media sosial untuk berinteraksi dengan cara yang sopan dan menjaga hubungan baik dengan pengguna lain.	Memahami bahwa perilaku baik di media sosial sama pentingnya dengan dunia nyata, berkat pendidikan yang diterima.

Sumber: Hasil Penelitian

Tabel 5 menggambarkan bahwa pemahaman dan penerapan etika bermedia sosial bervariasi dikalangan generasi Z. Perilaku komunikasi Generasi Z di media sosial menjadi fenomena yang menarik untuk diteliti, mengingat karakteristik khas yang dimiliki oleh generasi ini serta dampak signifikan dari kemajuan teknologi digital. Generasi Z, yang terdiri dari individu yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, telah tumbuh dan berkembang di lingkungan yang dikelilingi oleh teknologi dan informasi yang cepat. Hal ini membentuk gaya komunikasi mereka yang ekspresif, terbuka, dan sering kali mencerminkan identitas digital yang kuat.

Dalam konteks etika bermedia sosial, perilaku komunikasi Generasi Z menunjukkan adanya hubungan yang kompleks. Di satu sisi, mereka memiliki kemampuan untuk berkomunikasi secara kreatif dan inovatif melalui berbagai platform digital. Namun, di sisi lain, tingginya tingkat interaksi dan ekspresi diri ini juga menimbulkan tantangan dalam hal kesadaran etis. Dalam penelitian ini, wawancara dengan tujuh responden dari Desa Dasan Geres mengungkapkan variasi pemahaman mereka mengenai etika bermedia sosial.

Sebagian responden, seperti responden pertama dan kedua, menunjukkan kesadaran yang tinggi terhadap pentingnya etika dalam berkomunikasi. Mereka memahami bahwa tindakan dan kata-kata yang diunggah di media sosial dapat memiliki dampak yang luas terhadap orang lain. Responden pertama menegaskan, “Etika di media sosial sangat penting untuk menjaga

hubungan baik dengan orang lain dan menciptakan suasana positif.” Pendapat ini mencerminkan pemahaman bahwa etika bukan hanya soal norma, tetapi juga mengenai bagaimana cara komunikasi dapat mempengaruhi hubungan interpersonal.

Di sisi lain, responden ketiga dan keempat menunjukkan perilaku yang kurang memperhatikan aspek etis dalam komunikasi mereka. Melalui postingan yang provokatif dan emosional, mereka sering kali mengedepankan kepentingan menarik perhatian daripada mempertimbangkan dampak dari komunikasi tersebut. Responden ketiga, mengungkapkan ketidakpuasan dengan ungkapan yang kasar dan penuh emosi, sementara responden keempat bersikap defensif dan merendahkan orang lain dalam upaya untuk menegaskan identitasnya. Hal ini menunjukkan bahwa dalam usaha untuk berkomunikasi secara terbuka, mereka kadang terjebak dalam pola yang tidak etis dan berpotensi merusak hubungan sosial.

Kondisi ini menciptakan dilema bagi Generasi Z, di mana keinginan untuk dieksplorasi dan diterima sering kali berbenturan dengan kewajiban untuk berperilaku etis. Pendidikan tentang etika bermedia sosial menjadi sangat penting untuk membantu generasi ini memahami dan menerapkan prinsip-prinsip komunikasi yang baik. Dengan meningkatkan kesadaran akan dampak dari setiap interaksi, Generasi Z diharapkan dapat menjadi agen perubahan yang tidak hanya cakap dalam berkomunikasi, tetapi juga bertanggung jawab terhadap setiap kata dan tindakan mereka.

Pentingnya pendidikan tentang etika bermedia sosial terungkap dalam pendapat responden kelima, yang menyatakan, “Pendidikan yang saya terima membantu saya memahami bahwa berperilaku baik di media sosial sama pentingnya dengan di dunia nyata.” Pernyataan ini menunjukkan bahwa pemahaman yang mendalam tentang etika dapat membentuk sikap positif di media sosial, serta mengurangi risiko konflik dan kesalahpahaman yang sering terjadi dalam interaksi digital.

Secara keseluruhan, hubungan antara perilaku komunikasi Generasi Z dan etika bermedia sosial menunjukkan bahwa generasi ini memiliki potensi besar untuk berkontribusi positif di ruang digital, asalkan mereka didukung dengan pemahaman yang baik tentang etika komunikasi. Penelitian ini menekankan perlunya pendidikan yang berfokus pada nilai-nilai etika dalam berkomunikasi di media sosial agar Generasi Z dapat mengelola identitas digital mereka dengan bijaksana. Dalam konteks ini, teori *Social Cognitive Theory* yang dikemukakan oleh Albert Bandura sangat relevan, di mana generasi muda, termasuk Gen Z, belajar dan membentuk perilaku mereka melalui observasi dan interaksi sosial di media digital. Selain itu, konsep *Netiquette* atau etika di dunia maya juga penting untuk dipahami oleh mereka agar dapat beradaptasi dengan baik dalam lingkungan media sosial yang semakin kompleks. Konsep ini mengajarkan pentingnya menghormati hak orang lain dalam berkomunikasi secara online, seperti menjaga bahasa yang sopan dan menghindari penyebaran informasi yang tidak benar (Maura et al., 2024).

Dengan demikian, melalui pendidikan yang tepat, Generasi Z dapat lebih memahami bagaimana bertindak secara etis di ruang digital, mengelola identitas mereka, dan berinteraksi dengan sesama pengguna secara positif. Pendidikan tentang etika bermedia sosial, yang mencakup pemahaman akan norma-norma sosial dan tanggung jawab pribadi di dunia maya, akan sangat mendukung terciptanya lingkungan digital yang lebih baik, berkelanjutan, dan penuh penghargaan antar pengguna media sosial. Dengan pemahaman yang mendalam

mengenai teori dan konsep ini, diharapkan Generasi Z dapat memelihara hubungan yang harmonis dan membangun komunikasi yang sehat dalam era digital (Rifani, 2021).

### Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Generasi Z di Desa Dasan Geres, Lombok Timur, memiliki pola komunikasi digital yang didominasi oleh sentimen positif (89,7%) dengan sedikit sentimen negatif (10,3%) yang muncul dalam konteks emosional atau provokatif. Pola komunikasi mereka mencerminkan karakter ekspresif, optimisme, dan peran aktif sebagai konsumen informasi sekaligus produsen konten di media sosial. Namun, terdapat tantangan dalam penerapan nilai-nilai etika Islam dalam komunikasi digital sehari-hari. Beberapa responden menunjukkan kesadaran akan pentingnya etika bermedia sosial, seperti penggunaan media sosial untuk menyebarkan pesan positif dan nilai agama, meskipun konsistensi penerapan masih menjadi kendala. Penelitian ini menegaskan perlunya pendidikan etika bermedia sosial untuk Generasi Z agar mereka dapat memahami dan menerapkan prinsip komunikasi yang baik. Dengan demikian, diharapkan tercipta lingkungan digital yang positif, minim konflik, dan mendukung hubungan sosial yang berkualitas. Penerapan nilai-nilai etis akan memperkuat kontribusi positif Generasi Z di ruang digital.

### Referensi

- Abdillah, F., & Handoko Putro, G. M. (2022). *Digital Ethics: The Use of Social Media in Gen Z Glasses*. Jurnal Komunikasi, 14(1), 158. <https://doi.org/10.24912/jk.v14i1.13525>
- Apriani, A. A. (2016). *Penerapan Etika Komunikasi di Media Sosial: Analisis Pada Grup WhatsApp Mahasiswa PPKn Tahun Mauk 2016 Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang*. Of Civic Education, 3(3).
- Asti, M. N., & Rizal, A. A. (2022). *Lexicon Based Sentiment Analysis pada Trending Topic di Nusa Tenggara Barat*. Jurnal Informatika dan Teknologi Komputer (J-ICOM), 3(2), 93-98.
- Danuri, M. (2019). *Perkembangan dan Transformasi Teknologi Digital*. INFOKAM, 15(2), 120.
- Fahrimal, Y. (2018). *Netiquette: the ethics of millennial-generation social networks in social media*. Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan, 22(1), 69–78.
- Fauziyyah, N. (2019). *Communication Ethics of Digital Natives Students Through Online Communication Media to Educators: Eduvation Perspective*. Jurnal Pedagogik, 06(02), 437–474. <https://ejournal.unuja.ac.id/index.php/pedagogik>
- Fitrah Sugiarto, S., & Subki, M. (2021). *Penafsiran QS. Al-Hujurat [49] Ayat 13 Tentang Kesetaraan Gender Dalam Al-Qur'an Menurut Quraish Shihab dan Sayyid Quthb*. Al Furqan: Jurnal Ilmu Al Quran dan Tafsir, 4(1), 12-28.
- Gani, A. (2020). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perkembangan Anak Remaja*. Mitra, 2(7), 64.
- Magan, R. P., & Anggara, V. (2022). *Etika Bermedia Sosial Bagi Generasi Z*. Praxis: Jurnal Filsafat Terapan, 1(01).
- Maura, T., Ramadhanti, S., Gika Kaban, A., Permata, D., Putri, S. M., Ramadhadi, M. R., & Harahap, N. (2024). *Etika Komunikasi Dalam Bermedia Sosial Bagi Gen Z*. Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora, 2985(8), 252–259. <http://jurnal.kolibi.org/index.php/kultura>
- Murdiyanto, E. (2020). *Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai contoh proposal)*.

- Nia, L., & Loisa, R. (2019). *Pengaruh Penggunaan New Media Terhadap Pemenuhan Kebutuhan (Studi Tentang Media Sosial Facebook Dalam Pemenuhan Informasi di Kalangan Ibu Rumah Tangga)*. Prologia, 3(2), 489-497.
- Purwatiningsih, S. D., Inayah, R., & Gukguk, S. R. (2020). *ETIKA KOMUNIKASI DALAM PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK SEBAGAI SARANA MEDIA INTERAKSI*. IKON, 26(3), 240-261.
- Rifani, E. (2021). *Pentingnya Etika Komunikasi Dalam Menggunakan Media Sosial*. December.
- Subki, M., & Fitrah Sugiarto, S. (2021). *Penafsiran QS. Al-Hujurat [49] Ayat 13 Tentang Kesetaraan Gender Dalam Al-Qur'an Menurut Quraish Shihab dan Sayyid Quthb*. Al Furqan: Jurnal Ilmu Al Quran dan Tafsir, 4(1), 12-28.