



Peran Literasi Media dalam Membentuk Etika dan Komunikasi Digital Generasi Muda

<u>INFO PENULIS</u>	<u>INFO ARTIKEL</u>
Ratna Sari Universitas Pamulang ratnasaribunyamin@gmail.com +6285772825699 Choirunnisa Universitas Pamulang Choirunnisa@gmail.com M. Febiandri Satya Ananda Universitas Pamulang FebiandriSatyaAnanda@gmail.com Ramadhani Utami Dewi Universitas Pamulang RamadhaniUtamiDewi@gmail.com	ISSN: 2808-1307 Vol. 5, No. 3, Desember 2025 https://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajsh

© 2025 Arden Jaya Publisher All rights reserved

Saran Penulisan Referensi:

Ratna Sari., Choirunnisa., Ananda, M. F. S., & Dewi, R. U. (2025). Peran Literasi Media dalam Membentuk Etika dan Komunikasi Digital Generasi Muda. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 5 (3), 5731-5738.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran literasi media dalam pembentukan etika komunikasi digital generasi muda, mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat baik internal maupun eksternal dalam praktik komunikasi digital yang etis, serta merumuskan rekomendasi strategis pengembangan program literasi media di lembaga pendidikan dan komunitas digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan campuran (*mixed methods*) yang mengkombinasikan metode kuantitatif dan kualitatif. Tahap kuantitatif dilakukan melalui survei terhadap 250 responden berusia 15–22 tahun untuk mengukur tingkat literasi media dan perilaku komunikasi digital, dengan analisis regresi sederhana guna mengetahui pengaruh literasi media terhadap etika komunikasi digital. Selanjutnya, tahap kualitatif dilakukan melalui wawancara mendalam dan *focus group discussion* (FGD) bersama guru, mahasiswa, serta praktisi literasi digital untuk menggali perspektif kontekstual dan pengalaman empiris, yang dianalisis menggunakan metode tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Berbagai temuan empiris menunjukkan bahwa kelompok usia muda mendominasi pelaku maupun korban pelanggaran etika komunikasi digital, yang mengindikasikan lemahnya literasi media sebagai kemampuan kritis dalam mengakses, memahami, mengevaluasi, dan memproduksi pesan digital secara bertanggung jawab. Kondisi ini menegaskan urgensi penguatan literasi media sebagai instrumen strategis dalam membentuk etika komunikasi digital generasi muda.

Kata Kunci: literasi media, etika komunikasi digital, generasi muda, media sosial, komunikasi digital

Abstract

This study aims to analyze the role of media literacy in shaping the digital communication ethics of the youth, identify internal and external supporting and inhibiting factors in ethical digital practices, and formulate strategic recommendations for developing media literacy programs within educational institutions and digital communities. The research employs a mixed-methods approach, integrating quantitative and qualitative methodologies. The quantitative phase involved a survey of 250 respondents aged 15–22 to measure media literacy levels and digital communication behavior; a simple regression analysis was subsequently conducted to determine the impact of media literacy on digital ethics. The qualitative phase utilized in-depth interviews and Focus Group Discussions (FGD) with educators, students, and digital literacy practitioners to explore contextual perspectives and empirical experiences, which were analyzed using thematic analysis. Empirical findings indicate that the youth demographic dominates both as perpetrators and victims of ethical violations in digital communication. This suggests a deficiency in media literacy, specifically regarding the critical capacity to access, understand, evaluate, and produce digital content responsibly. These results underscore the urgent need to strengthen media literacy as a strategic instrument for cultivating ethical digital communication among the younger generation.

Keywords: media literacy; digital communication ethics; youth; social media; digital communication

A. Pendahuluan

Perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah lanskap komunikasi generasi muda, khususnya Generasi Z, yang tumbuh dalam lingkungan digital (Setiawan et al., 2024). Mereka dikenal sebagai *digital natives* yang terbiasa mengakses informasi, berkomunikasi, sekaligus mengekspresikan diri melalui berbagai platform media sosial. Kondisi ini menjadikan Gen Z sebagai kelompok yang paling terhubung dengan dunia digital dibandingkan generasi sebelumnya. Di Indonesia, menurut survei **“Status Literasi Digital di Indonesia 2021”** yang dilakukan oleh Katadata Insight Center bersama Kementerian Komunikasi dan Informatika, sekitar **60% Gen Z memiliki indeks literasi digital tinggi (Kominfo, 2021)**. Fakta ini tentu menggembirakan karena menunjukkan bahwa mayoritas generasi muda sudah memiliki kemampuan teknis dalam menggunakan perangkat dan aplikasi digital.

Namun, tingginya tingkat literasi digital tersebut menyisakan tantangan signifikan. Literasi digital yang tinggi belum tentu sejalan dengan keterampilan berpikir kritis, kemampuan memilah informasi, serta etika komunikasi yang memadai (Nurfadila et al., 2024). Banyak generasi muda yang mahir secara teknis dalam mengoperasikan gawai atau membuat konten digital, tetapi masih lemah dalam hal bertanggung jawab terhadap apa yang mereka bagikan. Hal ini dapat dilihat dari fenomena maraknya ujaran kebencian, *cyberbullying*, hingga penyebaran berita bohong (hoaks) di kalangan remaja dan mahasiswa (Islami, 2021). Dengan demikian, persoalan yang dihadapi bukan hanya sebatas *digital divide* antara yang mampu dan tidak mampu mengakses teknologi, tetapi juga terkait *ethical divide* yaitu sejauh mana penggunaan media digital diiringi kesadaran etis yang kuat.

Penelitian yang dilakukan oleh **Rizky Kertanegara dkk.** memberikan gambaran lebih jelas mengenai hal ini. Studi mereka menemukan bahwa literasi media memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku penyebaran hoaks di kalangan Gen Z, khususnya siswa di SMA Negeri 4 Depok (Kertanegara et al., 2022). Meskipun para siswa memiliki akses internet dan kecakapan menggunakan media, sebagian tetap menyebarkan informasi yang tidak diverifikasi kebenarannya. Temuan ini mengindikasikan bahwa melek media secara teknis tidak otomatis menjamin perilaku etis dalam komunikasi digital. Di sinilah pentingnya memperkuat dimensi etika digital sebagai bagian integral dari literasi media.

Untuk menjawab persoalan tersebut, Kominfo merumuskan **empat pilar literasi digital**, yakni *digital skills*, *digital culture*, *digital ethics*, dan *digital safety*. Kerangka ini dimaksudkan sebagai pedoman komprehensif agar masyarakat tidak hanya memiliki keterampilan teknis, tetapi juga mampu menumbuhkan budaya digital yang sehat, berpegang pada etika, serta memahami aspek keamanan siber. Empat pilar tersebut sejatinya saling melengkapi. *Digital skills* memastikan individu mampu mengakses dan menggunakan teknologi. *Digital culture*

menekankan pentingnya adaptasi nilai dan norma sosial ke dalam ruang digital. *Digital ethics* menyoroti kesadaran akan tanggung jawab moral, seperti menghargai privasi, menghindari ujaran kebencian, dan tidak menyebarkan informasi palsu. Sementara itu, *digital safety* mengajarkan cara melindungi data pribadi dan menghindari kejahatan siber (Wardani et al., 2023).

Kendati kerangka ini telah banyak disosialisasikan, masih sedikit penelitian yang mengkaji secara holistik keterkaitan antara literasi media dan etika komunikasi digital, khususnya pada konteks generasi muda. Sebagian besar penelitian masih terfragmentasi, membahas literasi media secara teknis atau etika komunikasi secara normatif, tanpa menghubungkan keduanya dalam satu model konseptual yang menyeluruh. Padahal, literasi media yang utuh seharusnya menjembatani aspek teknis dengan dimensi etis, sehingga generasi muda dapat menjadi produsen sekaligus konsumen informasi yang bertanggung jawab.

Di sisi lain, **Albaarik dkk** menunjukkan bahwa Gen Z memiliki kecenderungan lebih menyukai konten yang bersifat emosional dan hiburan (Albaarik et al., 2025). Mereka kerap mengonsumsi dan membagikan konten viral tanpa melalui proses verifikasi informasi yang memadai. Pola konsumsi informasi semacam ini tentu menimbulkan risiko, terutama ketika konten yang beredar bersifat provokatif atau menyesatkan. Situasi ini menegaskan bahwa literasi media harus diimbangi dengan keterampilan berpikir kritis dan kesadaran etis agar generasi muda tidak hanya menjadi pengikut arus informasi, tetapi mampu menyeleksi dan mengelola pesan secara bijaksana (Farid, 2023).

Studi lain oleh **Eni Amaliah dkk.** memperkuat argumen tersebut. Dalam penelitian mereka terhadap mahasiswa di Bandar Lampung, ditemukan bahwa literasi media sosial dalam konteks pemberitaan COVID-19 dapat memengaruhi perubahan sikap positif pada Gen Z (Amaliah et al., 2022). Ketika mahasiswa mendapatkan edukasi literasi media yang baik, mereka menjadi lebih hati-hati dalam menerima berita, lebih kritis terhadap sumber informasi, dan lebih sadar akan tanggung jawab sosial dalam menyebarkan konten. Artinya, intervensi literasi media yang dirancang secara tepat dapat menghasilkan perubahan perilaku yang nyata, khususnya dalam membentuk etika komunikasi digital.

Jika ditarik benang merah, berbagai temuan di atas memperlihatkan bahwa terdapat korelasi erat antara tingkat literasi media dengan kualitas etika komunikasi digital pada generasi muda. Tingkat literasi yang tinggi dapat menekan perilaku negatif seperti penyebaran hoaks dan ujaran kebencian, serta mendorong terciptanya budaya komunikasi yang sehat. Namun, literasi yang bersifat parsial atau hanya teknis justru berpotensi menimbulkan paradoks: generasi muda mahir mengakses informasi, tetapi tidak mampu mengelola dampak etisnya.

Permasalahan ini semakin mendesak untuk diteliti mengingat populasi Gen Z di Indonesia sangat besar. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Tahun 2023, jumlah penduduk Indonesia yang masuk kategori Gen Z mencapai sekitar 74,93 juta jiwa, atau 27,94% dari total populasi (Sabandiyah & Sari, 2025). Besarnya jumlah ini menjadikan Gen Z sebagai penentu arah perkembangan komunikasi digital nasional (Choirunnisa & Setiawan, 2023). Apabila kelompok ini memiliki literasi media yang etis, maka ekosistem digital Indonesia akan lebih sehat. Sebaliknya, jika kelompok ini dibiarkan tanpa pembinaan yang memadai, maka potensi masalah komunikasi digital, termasuk hoaks, radikalisme online, dan cyberbullying, akan terus meningkat (Erlinawati & Purwanto, 2024).

Urgensi penelitian ini terletak pada perlunya merumuskan model yang tidak hanya mengukur tingkat literasi media Gen Z, tetapi juga menilai keterkaitannya dengan etika komunikasi digital. Dengan memahami hubungan tersebut, dapat disusun strategi intervensi yang lebih efektif, baik melalui kurikulum pendidikan formal, pelatihan non-formal, maupun kampanye digital yang relevan dengan gaya komunikasi Gen Z. Lebih jauh lagi, penelitian ini diharapkan mampu memberikan rekomendasi bagi lembaga pendidikan, pemerintah, serta organisasi masyarakat sipil untuk membangun budaya digital yang etis, kritis, dan produktif.

Dengan demikian, literasi media tidak boleh hanya dipahami sebatas kemampuan teknis menggunakan perangkat digital, melainkan sebagai keterampilan menyeluruh yang mencakup kesadaran kritis, tanggung jawab moral, dan kepatuhan terhadap norma sosial. Generasi Z sebagai pengguna dominan media digital perlu diarahkan untuk tidak sekadar menjadi konsumen, tetapi juga produsen informasi yang etis. Melalui penguatan literasi media yang berlandaskan etika komunikasi digital, Indonesia dapat memanfaatkan potensi besar Gen Z dalam mendorong terciptanya masyarakat informasi yang sehat, demokratis, dan berdaya saing.

B. Metodologi

1. Research Design
 Penelitian ini menggunakan pendekatan **kualitatif deskriptif** memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi makna, pemahaman, dan pengalaman subjektif generasi muda terkait proses mengakses, memahami, menafsirkan, serta mengevaluasi informasi digital, sekaligus bagaimana mereka memaknai nilai-nilai etika dalam berkomunikasi di ruang daring. Menurut Sugiyono (2016) metode penelitian kualitatif digunakan dalam meneliti objek dengan kondisi yang alamiah (keadaan riil, tidak disetting atau dalam keadaan eksperimen)
2. Participants (population and sample)
 Pemilihan informan dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling, sejumlah mahasiswa sebagai subjek utama penelitian, serta informan pendukung yang meliputi pengelola P2KM dan dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Adapun kriteria narasumber yang diambil yang mana dijadikan informan yaitu mereka yang memiliki.
3. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan melakukan pengamatan secara langsung dan wawancara. Wawancara ini bertujuan untuk menggali secara mendalam pemahaman, pengalaman, serta praktik literasi media mahasiswa, sekaligus bagaimana nilai-nilai etika diterapkan dalam aktivitas komunikasi digital mereka melalui pengisian kuesioner, wawancara mendalam dan dokumentasi.
4. Instrument
5. Techniques of Data Analysis
 data dilakukan dengan menggunakan model analisis interaktif dari Miles dan Huberman yang terdiri atas tiga tahapan utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi (Miles et al., 1994). Model ini cocok digunakan dalam pendekatan kualitatif karena memungkinkan peneliti untuk mengolah data secara sistematis dan reflektif, sesuai dengan konteks sosial yang kompleks seperti komunikasi interpersonal dan partisipasi sosial dalam lingkungan pendidikan.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Hasil

Generasi Muda sebagai Subjek Komunikasi Digital

Kelompok usia ini yang secara sosiologis dan demografis kerap dikategorikan sebagai bagian dari Generasi Z tumbuh dan berkembang dalam lingkungan yang telah sepenuhnya terdigitalisasi. Sejak usia remaja, mereka telah terbiasa berinteraksi dengan internet, media sosial, dan perangkat digital sebagai bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Kondisi ini menjadikan generasi muda bukan sekadar pengguna media, melainkan subjek aktif yang memproduksi, mendistribusikan, dan mengonsumsi pesan digital secara simultan (Febriansyah & Muksin, 2020).

Sebagai subjek komunikasi digital, generasi muda tidak hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai aktor yang membentuk makna, nilai, dan norma komunikasi di ruang digital. Media sosial menjadi arena utama tempat mereka mengekspresikan identitas diri, membangun relasi sosial, menyuarakan opini, serta berpartisipasi dalam diskursus publik (Novianti & Wulung, 2020). Namun, intensitas keterlibatan ini tidak selalu diiringi dengan kesiapan etis dan kemampuan literasi media yang memadai, sehingga memunculkan berbagai problem komunikasi digital seperti ujaran kebencian, cyberbullying, penyebaran hoaks, hingga praktik konflik simbolik seperti *war flaming*.

Generasi Milenial dan Generasi Z memiliki karakteristik sosial dan kultural yang berbeda dari generasi sebelumnya, seperti Baby Boomer dan Generasi X. Paparan teknologi digital dan arus informasi global membentuk pola pikir yang lebih terbuka, inklusif, dan progresif (Pramana et al., 2022). Mereka cenderung menolak cara-cara konvensional yang dianggap kaku dan eksklusif, serta lebih menyukai pendekatan baru yang fleksibel, cepat, dan adaptif, termasuk dalam pola komunikasi dan kerja. Dalam konteks komunikasi digital, karakter ini tercermin pada preferensi mereka terhadap media sosial sebagai ruang utama untuk berinteraksi, mengekspresikan diri, dan membangun relasi sosial. Salah satu ciri utama generasi muda di era digital adalah pencarian otentisitas diri (*authenticity*). Media digital menjadi ruang penting bagi generasi ini untuk membentuk dan menampilkan identitas personal. Namun, derasnya arus informasi dan beragamnya narasi di ruang digital juga menghadirkan tantangan tersendiri, karena proses pencarian jati diri sering kali berlangsung dalam situasi yang penuh distraksi,

tekanan sosial, dan kompetisi simbolik. Kondisi ini memengaruhi cara generasi muda memaknai diri, nilai, serta etika dalam berkomunikasi di ruang digital.

Selain itu, generasi Milenial dan Z dikenal memiliki orientasi kolaboratif yang kuat. Mereka terbiasa bekerja dan berinteraksi lintas latar belakang, keahlian, dan komunitas, baik secara luring maupun daring. Budaya kolaborasi ini didukung oleh teknologi digital yang memungkinkan kerja bersama tanpa batas ruang dan waktu. Namun, di sisi lain, generasi ini juga cenderung kurang menyukai struktur birokrasi yang hierarkis dan prosedural, sehingga lebih mengandalkan komunikasi informal dan jejaring digital dalam membangun kerja sama. Karakter lain yang menonjol adalah kecenderungan *attention seeking* dan kebutuhan akan pengakuan sosial (*recognition*). Media sosial menyediakan ruang bagi generasi muda untuk memperoleh visibilitas, apresiasi, dan validasi melalui *likes*, komentar, dan jumlah pengikut. Kebutuhan akan pengakuan ini mendorong komunikasi yang serba cepat dan instan, tetapi sekaligus berpotensi mengabaikan pertimbangan etis, seperti akurasi informasi, empati, dan dampak sosial dari pesan yang disampaikan. Fenomena ini berkaitan erat dengan isu *instant gratification*, di mana kepuasan dan respons cepat menjadi nilai dominan dalam interaksi digital.

Di sisi lain, generasi muda juga menunjukkan apa yang dapat disebut sebagai *pragmatic idealism*, yaitu kecenderungan untuk tetap memegang nilai-nilai sosial dan moral, namun menuntut perwujudannya secara konkret dan aplikatif. Nilai-nilai tersebut tercermin dalam ketertarikan mereka pada isu sosial, kewirausahaan berbasis kepedulian sosial (*sociopreneurship*), serta aktivitas kerelawanan yang memanfaatkan media digital sebagai sarana mobilisasi dan komunikasi. Hal ini menunjukkan bahwa generasi muda tidak sepenuhnya kehilangan idealisme, melainkan mengekspresikannya melalui cara-cara yang lebih praktis dan kontekstual. Dengan karakter yang inklusif, kolaboratif, serta memiliki akses luas terhadap informasi global, generasi Milenial dan Z memiliki peran strategis sebagai aktor komunikasi digital yang berpotensi menjadi perekat keragaman sosial.

Namun, potensi tersebut hanya dapat berkembang secara positif apabila diimbangi dengan literasi media yang memadai. Tanpa kemampuan literasi media yang kritis dan etis, intensitas komunikasi digital yang tinggi justru dapat memperbesar risiko pelanggaran etika komunikasi, seperti ujaran kebencian, disinformasi, dan konflik simbolik di ruang digital. Oleh karena itu, memahami karakteristik generasi muda sebagai subjek komunikasi digital menjadi landasan penting dalam menganalisis peran literasi media dalam membentuk etika komunikasi digital yang sehat, kritis, dan bertanggung jawab.

Tingkat Literasi Media Generasi Muda

Literasi media dalam penelitian ini dipahami tidak semata-mata sebagai kemampuan teknis menggunakan perangkat digital, tetapi sebagai seperangkat kompetensi kritis yang mencakup kemampuan mengakses, menganalisis, mengevaluasi, serta memproduksi pesan digital secara sadar, reflektif, dan bertanggung jawab. Pemahaman ini sejalan dengan konsep literasi media kritis yang dikemukakan oleh Potter (2013), Hobbs (2010), serta kerangka literasi media UNESCO (2018). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum generasi muda memiliki tingkat literasi media yang relatif baik pada dimensi akses media. Sebagian besar responden mampu mengoperasikan berbagai platform digital, seperti Instagram, TikTok, X (Twitter), dan YouTube, serta memiliki akses yang intens terhadap informasi digital melalui gawai pribadi. Temuan ini menguatkan pandangan bahwa generasi muda merupakan *digital natives* yang secara teknis sangat adaptif terhadap perkembangan teknologi komunikasi (Prensky, 2001).

Namun, ketika literasi media ditelaah lebih lanjut pada dimensi analisis dan evaluasi pesan, hasil penelitian menunjukkan kecenderungan yang lebih beragam. Tidak semua responden memiliki kemampuan yang memadai dalam membedakan informasi yang kredibel dan tidak kredibel, memahami bias media, atau mengenali kepentingan ideologis dan ekonomi di balik suatu konten digital. Sebagian responden masih menunjukkan kecenderungan menerima informasi secara cepat tanpa proses verifikasi yang memadai, terutama pada konten yang bersifat viral atau emosional. Temuan ini sejalan dengan Potter (2013) yang menegaskan bahwa paparan media yang tinggi tidak selalu berbanding lurus dengan tingkat literasi media yang kritis.

Pada dimensi produksi pesan digital, generasi muda menunjukkan tingkat partisipasi yang tinggi. Responden aktif memproduksi konten dalam bentuk unggahan, komentar, video pendek, dan *story* di media sosial. Akan tetapi, kemampuan produksi ini tidak selalu diiringi dengan kesadaran etis yang kuat. Beberapa responden mengaku pernah membagikan informasi tanpa memastikan kebenarannya, atau menggunakan bahasa yang ofensif dan emosional dalam interaksi daring. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kemampuan ekspresif dan refleksi etis dalam praktik komunikasi digital generasi muda. Hasil analisis juga menunjukkan

adanya variasi tingkat literasi media berdasarkan usia, tingkat pendidikan, dan intensitas penggunaan media digital. Responden pada kelompok usia yang lebih tua (19–22 tahun) cenderung memiliki kemampuan analisis dan evaluasi media yang lebih baik dibandingkan responden usia 15–18 tahun. Hal ini dapat dikaitkan dengan tingkat kedewasaan kognitif serta pengalaman pendidikan yang lebih panjang, terutama bagi responden yang telah memasuki jenjang pendidikan tinggi.

Dari sisi pendidikan, responden yang memiliki akses pada pembelajaran literasi digital-baik melalui sekolah, perguruan tinggi, maupun kegiatan komunitas—menunjukkan skor literasi media yang lebih tinggi, khususnya pada aspek evaluasi dan refleksi etis. Temuan ini mendukung pandangan Hobbs (2010) yang menekankan pentingnya pendidikan literasi media sebagai proses pedagogis yang terstruktur, bukan sekadar kemampuan yang terbentuk secara alamiah melalui penggunaan media. Sementara itu, intensitas penggunaan media digital menunjukkan hubungan yang ambivalen. Responden dengan intensitas penggunaan media yang tinggi memiliki kemampuan teknis dan produksi pesan yang lebih baik, tetapi tidak selalu menunjukkan tingkat literasi kritis yang lebih tinggi. Dalam beberapa kasus, intensitas penggunaan yang tinggi justru berkorelasi dengan kecenderungan *overexposure* terhadap informasi dan menurunnya sikap reflektif dalam menyaring pesan digital. Fenomena ini memperkuat argumen bahwa literasi media tidak dapat disederhanakan sebagai frekuensi penggunaan media semata, melainkan memerlukan pembentukan kesadaran kritis yang sistematis.

Salah satu temuan penting dalam penelitian ini adalah adanya kesenjangan antara kemampuan teknis dan kesadaran kritis media di kalangan generasi muda. Sebagian besar responden sangat terampil dalam mengoperasikan teknologi digital, tetapi belum sepenuhnya mampu memahami implikasi etis, sosial, dan kultural dari praktik komunikasi digital yang mereka lakukan. Kesenjangan ini mencerminkan apa yang oleh Buckingham (2007) disebut sebagai *functional literacy without critical literacy*, yaitu kondisi ketika individu mahir secara teknis tetapi lemah secara reflektif. Dalam konteks etika komunikasi digital, kesenjangan ini berdampak pada munculnya berbagai praktik komunikasi yang problematik, seperti penyebaran hoaks, ujaran kebencian, *cyberbullying*, dan konflik simbolik di media sosial. Generasi muda sering kali terjebak dalam logika kecepatan, popularitas, dan pencarian atensi, sehingga mengabaikan pertimbangan etis dalam berkomunikasi. Padahal, sebagaimana ditegaskan oleh UNESCO (2018), literasi media dan informasi memiliki peran strategis dalam membentuk warga digital (*digital citizens*) yang bertanggung jawab, kritis, dan berorientasi pada nilai-nilai kemanusiaan.

2. Pembahasan

Etika Komunikasi Digital dalam Praktik Generasi Muda

Etika komunikasi digital dipahami sebagai seperangkat norma, prinsip, dan tanggung jawab yang mengatur cara individu berinteraksi, mengekspresikan pendapat, serta memproduksi dan mendistribusikan pesan di ruang digital. Dalam konteks generasi muda, etika komunikasi digital tidak hanya berkaitan dengan kesadaran moral individual, tetapi juga dipengaruhi oleh struktur teknologi, budaya media sosial, dan dinamika relasi sosial di ruang daring (Ess, 2014; Floridi, 2013). Hasil penelitian menunjukkan bahwa generasi muda mempraktikkan bentuk komunikasi digital yang beragam, mulai dari yang etis hingga yang problematik. Praktik komunikasi yang dinilai etis antara lain tercermin dalam sikap saling menghargai pendapat, penggunaan bahasa yang santun, kehati-hatian dalam membagikan informasi, serta kesadaran untuk tidak melanggar privasi orang lain. Sebagian responden menyatakan bahwa mereka berupaya menyaring konten sebelum membagikannya dan menghindari konflik terbuka di media sosial.

Namun demikian, temuan empiris juga menunjukkan bahwa praktik komunikasi digital yang tidak etis masih cukup dominan. Bentuk komunikasi ini sering muncul dalam interaksi yang bersifat emosional, reaktif, dan impulsif, terutama pada isu-isu yang memicu polarisasi sosial dan identitas. Kondisi ini sejalan dengan temuan Boyd (2014) yang menyebutkan bahwa media sosial mendorong budaya komunikasi yang cepat (*fast-paced communication*), sehingga mengurangi ruang refleksi etis dalam berinteraksi. Penelitian ini mengidentifikasi beberapa bentuk pelanggaran etika komunikasi digital yang umum dilakukan oleh generasi muda. Pertama, *cyberbullying*, yaitu tindakan menyerang, merendahkan, atau mempermalukan individu lain melalui media digital. Sebagian responden mengaku pernah menjadi pelaku maupun korban *cyberbullying*, baik dalam bentuk komentar negatif, sindiran, maupun penyebaran konten yang merugikan pihak lain. Temuan ini menguatkan hasil penelitian sebelumnya yang menyebutkan

bahwa cyberbullying merupakan salah satu risiko utama komunikasi digital di kalangan remaja dan dewasa muda (Patchin & Hinduja, 2015).

Kedua, ujaran kebencian (hate speech) yang muncul dalam bentuk penghinaan berbasis identitas, stereotip, atau preferensi tertentu. Media sosial sering kali menjadi ruang ekspresi emosi kolektif yang tidak terkontrol, sehingga batas antara kebebasan berekspresi dan pelanggaran etika menjadi kabur. Ketiga, penyebaran hoaks dan disinformasi, yang kerap terjadi akibat rendahnya kemampuan verifikasi informasi serta dorongan untuk menjadi yang pertama membagikan konten viral. Keempat, war flaming, yaitu konflik verbal terbuka yang ditandai dengan pertukaran pesan agresif dan provokatif di ruang digital. Praktik ini sering dinormalisasi sebagai bagian dari “perdebatan wajar” di media sosial, padahal secara etis berpotensi merusak kualitas komunikasi publik. Normalisasi ini menunjukkan bahwa standar etika komunikasi digital tidak lagi sepenuhnya ditentukan oleh nilai moral personal, tetapi dibentuk oleh budaya platform dan dinamika interaksi daring.

Menurut Couldry dan Hepp (2017), media digital tidak hanya menjadi saluran komunikasi, tetapi juga membentuk *media cultures* yang memengaruhi cara individu berpikir, merasakan, dan bertindak. Dalam konteks ini, algoritma media sosial yang memprioritaskan keterlibatan (*engagement*) sering kali memperkuat konten yang bersifat sensasional, emosional, dan kontroversial. Akibatnya, perilaku komunikasi yang tidak etis justru memperoleh visibilitas dan legitimasi sosial yang lebih besar.

D. Kesimpulan

Literasi media memiliki peran penting dalam membentuk etika komunikasi digital generasi muda. Generasi muda yang memiliki kesadaran literasi media yang tinggi cenderung memiliki perilaku komunikasi digital yang lebih etis dan bertanggung jawab. Namun, masih ada kesenjangan antara kemampuan operasional media dan kesadaran kritis-etis, sehingga perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan literasi media generasi muda di kalangan mahasiswa. Sebagai agen perubahan mahasiswa harus memiliki kemampuan dalam literasi digital menjadi kemampuan yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari. Generasi muda saat ini tumbuh dalam ekosistem yang sarat informasi, perangkat digital, serta interaksi berbasis internet. Oleh karena itu, literasi digital bukan hanya sekadar kemampuan menggunakan gawai, tetapi juga mencakup pemahaman kritis, etika berkomunikasi, dan kemampuan mengolah informasi secara bijak.

E. Referensi

- Creswell, John. W. (2003). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Approach – Second Edition*. London: Sage Publication, Inc.
- Rustam, A., Sari, E. D., & Yunita, L. (2018). *Statistika dan pengukuran pendidikan: analisis menggunakan SPSS, Iteman dan Lisrel*. PT. Ilham Sejahtera Persada.
- Albaarik, N. Y., Mulyana, A., Nazifah, I., Meylani, P. N., Pramayuda, M. A., Aribowo, D., Sultan, U., Tirtayasa, A., & Serang, K. (2025). Analisis Penyajian Pesan Edukasi AGromaritisme pada Media Video untuk Meningkatkan Literasi Generasi Z dalam Mendukung Indonesia Emas 2045. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(11). <https://doi.org/https://doi.org/10.62281/n5tw0d67>
- Amaliah, E., Rojiati, U., Nasution, N. A., & Istiani, A. N. (2022). Literasi Media Sosial Pemberitaan Covid-19: Perspektif Generasi Z Kota Bandar Lampung. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 249–265. <https://doi.org/https://doi.org/10.21009/COMMUNICOLOGY.030.07>
- Choirunnisa, & Setiawan, H. (2023). Analisis Semiotik Standar Kecantikan Perempuan di Era generasi Z Melalui Media Sosial Tiktok: Akun Tiktok Jharna Bhagwani, Nanda Arsyinta. *Journal of Social and Political Science*, 3(1), 115–126. <https://doi.org/https://doi.org/10.1029/justice.v2i1.36>
- Erlinnawati, A., & Purwanto, E. (2024). Peran Teknologi dan Komunikasi dalam Manajemen Pembangunan Berkelanjutan. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 1(4), 11. <https://doi.org/10.47134/jbkd.v1i4.3034>
- Farid, A. S. (2023). MENDEKONSTRUKSI MEKANISME VIRALITAS KONTEN VIDEO DI TIKTOK : STUDI KASUS AKUN @ khaby . lame Ahmad Salman Farid Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal. *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 3(1), 18–27. <https://doi.org/https://doi.org/10.51192/ja.v3i1.567>

- Febriansyah, F., & Muksin, N. N. (2020). Fenomena Media Sosial: Antara Hoaks, Destruksi Demokrasi, Dan Ancaman Disintegrasi Bangsa. *Sebatik*, 24(2), 193–200. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v24i2.1091>
- Islami, P. Y. N. (2021). Digitalisasi Kekerasan Perempuan: Studi Reproduksi Pelecehan Melalui Media Sosial. *Saskara: Indonesian Journal of Society Studies*, 1(2), 1–23. <https://doi.org/https://doi.org/10.21009/Saskara.012.011-23>
- Kertanegara, M. R., Nabila, A., Berlian, C. N., Jeaniffer, E., Dwi, F., & Sabrina, I. (2022). Pengaruh Tingkat Literasi Media terhadap Perilaku Penyebaran Hoax di Kalangan Generasi Z (Studi pada Siswa SMA Negeri 4 Depok) The Effect of Media Literacy Level on the Behavior of Hoax Spread among Generation Z (Study of SMA Negeri 4 Depok Students). *Jurnal Konvergensi*, X, 108–126. <https://journal.paramadina.ac.id/index.php/IK/article/view/449>
- Kominfo. (2021). *Status Literasi Digital di Indonesia 2021*. Kata Data. https://cdn1.katadata.co.id/media/microsites/litdik/Status_Literasi_Digital_diIndonesia_2021_190122.pdf
- Miles, B. M., Huberman, A. M., & Saldana, J. (1994). Qualitative Data Analysis a Method Sourcebook. In H. Salmon (Ed.), *SAGE Publication* (Edition 3, Vol. 7, Issue 1). SAGE Publications. https://www.researchgate.net/publication/269107473_What_is_governance/link/548173090cf22525dcb61443/download%0Ahttp://www.econ.upf.edu/~reynal/Civilwars_12December2010.pdf%0Ahttps://think-asia.org/handle/11540/8282%0Ahttps://www.jstor.org/stable/41857625
- Novianti, E., & Wulung, S. R. P. (2020). Implementasi Komunikasi Daring dalam Menunjang Jawa Barat sebagai Destinasi Pariwisata Cerdas. *Jurnal Komunikasi*, 12(1), 53. <https://doi.org/10.24912/jk.v12i1.6971>
- Nurfadila, F., Karimah, K. El, & Wahyudin, U. (2024). Transformasi Identitas Individu Melalui Komunikasi Kontemporer di Sosial Media. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(1), 77–84. <https://doi.org/https://doi.org/10.56799/jceki.v4i1.6140>
- Pramana, P., Priastuty, C. W., Utari, P., Aziz, R. A., & Purwati, E. (2022). Beradaptasi Dengan Perubahan Teknologi: Kecerdasan Buatan Dan Evolusi Komunikasi Interpersonal. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 7(2), 214–225. <https://doi.org/10.38043/jids.v7i2.4909>
- Sabandiyah, A. K., & Sari, D. P. (2025). Analisis Perilaku Gen-Z Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Di Kota Bogor [Analysis Of Gen-Z Behavior And Use Of Social Media On Sustainable Tourism Development In Bogor City]. *Bogor Hospitality Journal*, 9(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.55882/bhj.v9i2.166>
- Setiawan, H., Choirunnisa, C., Sutinnarto, S., & Irawan, R. R. (2024). Membangun Pola Komunikasi Dan Pendidikan Politik Bagi Kalangan Gen Z Di Smkn 1 Blado Batang. *Abdimas Altruis: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 44–50. <https://doi.org/10.24071/aa.v7i1.8216>
- Wardani, A., Wardani, A., Hayati, K., Suprayitno, D., Studi, P., Komunikasi, I., Studi, P., & Internasional, H. (2023). Gen Z dan Empat Pilar Literasi Digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4(4), 3995–4002. <https://doi.org/http://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i4.1962>