



Dampak Etika Komunikasi di Media Sosial terhadap Polarisasi Publik: Sebuah Tinjauan Literatur Sistematis (Systematic Literature Review)

Ni Ketut Santi Mirayanti ^{1*}, Yaulie Deo Y. Rindengan ^{2*}

^{1,2,3} Program Studi Teknik Informatika, Universitas Sam Ratulangi Manado

E-mail: nimirayanti026@student.unsrat.ac.id¹, rindengan@unsrat.ac.id²

ABSTRACT

This study aims to map the specific mechanisms by which violations of communication ethics on social media contribute to public polarization, a major challenge to social cohesion in the 21st century. The research employs a Systematic Literature Review (SLR) method based on library research. The analysis process was carried out systematically by collecting articles from the Google database using the keywords "communication ethics" and "social media." The review revealed two main findings. First, ethical violations such as hate speech, dehumanization, and the spread of misinformation serve as key catalysts that significantly increase affective polarization (intergroup hostility) by triggering negative emotions and creating a fragmented reality. Second, the literature consistently identifies digital ethics education as the primary solution. It is concluded that social media functions as a "public space" where unethical behavior directly impacts social division. Therefore, the implementation of practical ethical guidelines is necessary, both through formal education (courtesy, privacy awareness) and value-based education, to foster "wise learning" and responsible behavior among users

Keywords: : *ethics, communication, social media, public polarization, literature review*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memetakan mekanisme spesifik bagaimana pelanggaran etika komunikasi di media sosial berkontribusi terhadap polarisasi publik, sebuah tantangan besar bagi kohesi sosial di abad ke-21. Penelitian ini menggunakan metode studi literatur review (SLR) yang berbasis penelitian kepustakaan. Proses analisis dilakukan secara sistematis dengan mengumpulkan artikel dari database Google menggunakan kata kunci "etika komunikasi" dan "sosial media". Hasil tinjauan menunjukkan dua temuan utama. Pertama, pelanggaran etika seperti ujaran kebencian, dehumanisasi, dan penyebaran misinformasi berfungsi sebagai katalisator utama yang secara signifikan meningkatkan polarisasi afektif (kebencian antar kelompok) dengan memicu emosi negatif dan menciptakan realitas yang terfragmentasi. Kedua, literatur secara konsisten mengidentifikasi edukasi etika digital sebagai solusi utama. Disimpulkan bahwa media sosial adalah "ruang publik" di mana perilaku tidak etis berdampak langsung pada perpecahan sosial.

Article History

Received: Desember 2025

Reviewed: Desember 2025

Published: Desember 2025

Plagiarism Checker No
235

Prefix DOI :

[10.8734/Kohesi.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/Kohesi.v1i2.365)

Copyright : Author

Publish by : Kohesi



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)



Oleh karena itu, diperlukan penerapan pedoman etika yang praktis baik melalui pendidikan formal (sopan santun, pemahaman privasi) maupun berbasis nilai untuk menanamkan perilaku "belajar bijak" dan bertanggung jawab di kalangan pengguna.

Kata Kunci: *etika, komunikasi, media sosial, polarisasi publik, tinjauan pustaka*

1. PENDAHULUAN

Di abad ke-21, salah satu tantangan terbesar bagi kohesi sosial dan demokrasi adalah polarisasi publik, yakni terbelahnya masyarakat menjadi dua kutub pandangan yang ekstrem dan saling bertentangan (Levitsky & Ziblatt, 2018). Akselerasi dramatis dari fenomena lama ini bertepatan dengan penetrasi masif media sosial. Platform seperti X, Facebook, dan TikTok kini tidak lagi hanya berfungsi sebagai alat komunikasi interpersonal, tetapi telah beralih menjadi arena utama untuk diskursus politik dan pembentukan opini publik (Zuboff, 2019). Fragmentasi sosial ini secara inheren didorong oleh arsitektur platform itu sendiri. Demi memaksimalkan keterlibatan pengguna (engagement), algoritma dirancang untuk menyukai konten yang emosional, sensasional, dan provokatif (Tufekci, 2017).

Praktik ini menyuburkan terbentuknya "gelembung filter" (Pariser, 2011) dan "ruang gema" (Sunstein, 2017), di mana pengguna terus-menerus terpapar pada pandangan yang serupa dan terasing dari perspektif alternatif. Isolasi algoritmik ini berdampak pada penguatan bias konfirmasi dan penipisan toleransi terhadap perbedaan.

Kondisi inilah yang membuat kajian etika komunikasi menjadi sangat mendesak. Masalah utamanya bukanlah teknologi semata, tetapi bagaimana manusia menggunakannya untuk berinteraksi. Polarisasi semakin dalam akibat adanya pelanggaran etika komunikasi yang sistematis: mulai dari penyebaran disengaja misinformasi, pemakluman ujaran kebencian, praktik trolling, hingga penggunaan retorika ad hominem untuk menjatuhkan lawan bicara (Marwick & Lewis, 2017). Saat landasan etis komunikasi kejujuran, rasa hormat, dan tanggung jawab ditinggalkan, kepercayaan (trust) sebagai fondasi utama masyarakat pun terkikis. Sejumlah penelitian memang telah mengkonfirmasi hubungan-hubungan ini secara terpisah. Ada studi yang menunjukkan dampak misinformasi pada kepercayaan elektoral (Tucker et al., 2018), dan ada pula yang menyoroti peran ujaran kebencian dalam memicu permusuhan antar-kelompok (Sponholz, 2021).

Kendati demikian, sejauh penelusuran kami, sebuah kesenjangan literatur (research gap) masih ada. Belum ditemukan adanya tinjauan sistematis yang secara komprehensif memetakan mekanisme spesifik tentang bagaimana berbagai pelanggaran etika komunikasi di media sosial



secara bersama-sama maupun sendiri-sendiri berkontribusi langsung pada polarisasi publik. Untuk mengisi kesenjangan inilah penelitian ini dilakukan dengan metode Tinjauan Literatur Sistematis (SLR), guna mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mensintesis bukti empiris dari studi-studi yang relevan. Namun, pengamatan menunjukkan bahwa fenomena penggunaan media sosial untuk kegiatan sipil lebih merajalela di kalangan generasi muda. Media sosial tidak hanya memfasilitasi komunikasi langsung antar individu, namun juga mempermudah prosesnya bagi yang memanfaatkannya. mengenai pertukaran informasi dan komunikasi. Semua orang, terutama pelajar, akan menganggap materi di media sosial cukup bermanfaat karena sangat bisa diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Pengguna lebih senang dengan situs media sosial yang berkinerja baik.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur review, dengan memanfaatkan pendekatan penelitian kepustakaan. Alur penelitian ini berfokus pada pengumpulan data dan informasi dari berbagai material pustaka, seperti buku referensi, penelitian terdahulu yang sejenis, serta artikel jurnal yang relevan dengan masalah yang dikaji. Untuk memperoleh artikel, pencarian data difokuskan pada database Google. Kata kunci yang digunakan untuk menemukan artikel yang relevan adalah "etika komunikasi" dan "sosial media". Proses seleksi literatur dilakukan dengan kriteria yang ketat. Artikel yang dilibatkan dalam kajian ini dikhususkan pada publikasi penelitian asli (empiris) yang membahas "Etika Komunikasi dalam Menggunakan Media Sosial". Selain itu, artikel wajib tersedia dalam format full text (bahasa Indonesia atau Inggris) dan memiliki struktur penelitian yang lengkap, mencakup abstrak, pendahuluan, metode, hasil, dan diskusi.

3. Kajian Pustaka

a. Polarisasi Publik

Polarisasi Publik ditetapkan sebagai konsekuensi sentral atau variabel dependen (akibat) yang diselidiki. Penting untuk menggarisbawahi bahwa konsep ini melampaui sekadar perbedaan pendapat yang wajar, yang merupakan ciri vital dari masyarakat demokratis yang sehat. Sebaliknya, polarisasi merujuk pada sebuah proses pergeseran kolektif di mana pandangan-pandangan masyarakat, yang tadinya tersebar di sepanjang spektrum, kini ditarik menjauh dan mengeras di dua kutub ekstrem yang saling berlawanan. Proses ini secara efektif mengikis "titik tengah" (common ground) di mana kompromi dan konsensus biasanya dapat dicapai. Dalam kondisi terpolarisasi, diskursus publik tidak lagi berorientasi pada pemecahan



masalah, melainkan pada pemantapan identitas kelompok (mentalitas "kami versus mereka"). Fenomena ini telah diidentifikasi sebagai salah satu ancaman paling signifikan terhadap stabilitas demokrasi dan kohesi sosial di era modern (McCoy, Rahimi, & Somer, 2018). Untuk memahami dampaknya secara akurat, literatur akademis, terutama karya seminal dari Iyengar, Sood, dan Lelkes (2012), mengharuskan kita membuat distingsi kritis antara dua bentuk polarisasi. Bentuk pertama adalah Polarisasi Ideologis, yang secara tradisional mengacu pada perbedaan pandangan aktual mengenai isu-isu kebijakan substantif, seperti tingkat intervensi pemerintah dalam ekonomi atau kebijakan layanan kesehatan.

Bentuk kedua, yang jauh lebih relevan dan dianggap lebih merusak dalam konteks media sosial, adalah Polarisasi Afektif. Konsep ini tidak berfokus pada apa yang orang pikirkan tentang suatu isu, melainkan pada apa yang mereka rasakan terhadap orang-orang di kubu seberang. Iyengar et al. (2012) mendefinisikan ini sebagai peningkatan sentimen positif dan loyalitas terhadap kelompok sendiri (in-group), yang dibarengi dengan peningkatan sentimen negatif yang intens—seperti ketidakpercayaan, kemarahan, animositas, bahkan kebencian—terhadap kelompok lawan (out-group). Kaitan dengan penelitian ini menjadi sangat jelas: pelanggaran etika komunikasi, seperti penyebaran disinformasi atau penggunaan ujaran kebencian, secara fundamental adalah tindakan yang berbasis emosi. Tindakan-tindakan ini tidak dirancang untuk memenangkan debat kebijakan secara rasional, melainkan untuk memprovokasi, mendehumanisasi, dan memperkuat kebencian terhadap "yang lain". Oleh karena itu, tinjauan sistematis ini mengoperasionalkan "Polarisasi Publik" terutama melalui lensa polarisasi afektif. Penelitian ini akan mencari dan mensintesis bukti-bukti empiris yang menunjukkan bagaimana kegagalan etika dalam berkomunikasi di platform digital (penyebab) berfungsi sebagai katalisator yang mempercepat dan memperdalam perpecahan emosional (akibat) dalam masyarakat, sejalan dengan temuan McCoy et al. (2018) mengenai dinamika yang merusak demokrasi

b. Etika Komunikasi

Etika berfungsi sebagai sarana kontrol diri yang menuntun individu agar selalu berperilaku baik. Perilaku baik dan kemampuan mengendalikan diri ini memiliki dampak sosial, yaitu menjadi teladan yang mendidik orang lain untuk berbuat serupa. Pada dasarnya, manusia telah memiliki pemahaman mengenai perbedaan antara baik dan buruk. Pemahaman ini dikenal sebagai kesadaran moral atau *communis* yang berarti "sama", *communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang berarti "membuat sama" (to make common). Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin



lainnya. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, makna atau pesan dianut secara sama (Sari, 2020).

Fungsi utama etika adalah memberi manusia arahan untuk menjalani hidup melalui tindakan sehari-hari, yang pada gilirannya sangat mempengaruhi kehidupan mereka. Arahan ini membantu individu mengambil sikap yang tepat dan memandu mereka dalam membuat keputusan kolektif tentang tindakan yang perlu diambil. Karena penerapannya yang sangat luas dan mencakup segala aspek kehidupan, maka etika itu sendiri dapat dikelompokkan ke dalam berbagai bagian sesuai dengan bidang kehidupan manusia (Hamama, 2024). Menerapkan etika komunikasi secara efektif berarti berfokus pada penciptaan suasana positif yang membuat lawan bicara merasa nyaman. Etika ini penting untuk menghindarkan kita dari dampak negatif seperti penilaian buruk akibat salah sikap atau ucapan yang bisa timbul tanpa sengaja. Kunci untuk membangun interaksi positif ini adalah memilih kata dan situasi yang tepat, termasuk menentukan topik yang relevan agar tercipta kehangatan (Eka Susanti et al., 2024). Tantangan terbesar dalam etika ini adalah saat menangani masalah, yang merupakan topik negatif. Untuk menjaga hasil yang positif, etika yang baik menyarankan untuk tidak langsung membahas inti masalah. Sebaliknya, perlu kecermatan dalam memilih topik pengantar agar pesan tersampaikan tanpa menyinggung perasaan atau memperparah keadaan. Panduan etika semacam ini juga telah diajarkan dalam agama Islam (Hamama, 2024).

Secara garis besar, etika komunikasi yang dapat diterapkan sehari-hari berfokus pada empat pilar utama:

1. Menjaga Ucapan Etika ini menuntut seseorang untuk selalu berbicara jujur, menghindari kebohongan serta kata-kata kotor, dan berpikir sebelum berbicara agar tidak menyinggung perasaan orang lain. Hal ini juga mencakup kemampuan mengatur nada bicara saat berdiskusi dan menggunakan sapaan yang sopan, terutama kepada orang yang lebih tua atau dihormati.
2. Sopan Santun Etika ini diwujudkan dengan berperilaku ramah, memperhatikan aspek vokal (seperti volume, nada, dan kecepatan suara) agar mudah dipahami, serta mampu menempatkan diri kapan harus serius atau bercanda. Sopan santun juga dinilai dari cara berpakaian yang rapi, bersih, dan pantas sesuai keadaan.
3. Efektif dan Efisien Komunikasi harus dapat dimengerti kedua pihak. Ini dicapai dengan berbicara lemah lembut, jujur, serta mampu menyesuaikan gaya Bahasa baik formal maupun santai tergantung lawan bicara dan situasi. Komunikasi non-verbal seperti ekspresi wajah dan gerakan tubuh yang wajar juga penting.



4. Saling Menghargai Etika ini ditunjukkan dengan menatap mata lawan bicara, menjadi pendengar yang baik tanpa memotong pembicaraan, dan menunjukkan antusiasme. Ini juga berarti harus berlapang dada menerima kritik, mampu mengendalikan emosi saat terjadi kesalahpahaman, serta peka terhadap kondisi dan situasi yang sedang dialami lawan bicara

c. Konteks Media Sosial dan Mekanisme Dampak

Media sosial berfungsi sebagai alat kolaborasi yang dinamis dan metode komunikasi modern, yang memfasilitasi berbagai jenis interaksi baru bagi masyarakat umum yang sebelumnya tidak dapat diakses (Brogan, 2010).

Pada masa kini, interaksi sosial jarak jauh dimungkinkan oleh kehadiran media sosial daring. Platform ini berfungsi sebagai media untuk berhubungan sosial, berinteraksi, dan berkelompok, sehingga membawa dampak yang beragam bagi kehidupan. Mahasiswa dapat memanfaatkan dampak positif media sosial untuk meningkatkan kreativitas belajar, memperluas wawasan pengetahuan, dan menggunakan aplikasi-aplikasi pendukung yang memfasilitasi pembelajaran mereka (Eka Susanti et al., 2024). Media sosial punya cara kerja yang sangat unik, beda jauh dari media lama seperti koran atau TV.

Uji Mardia ada dua komponen :

Pertama, media sosial itu selalu ada di mana-mana. Kita bisa membukanya kapan saja, 24 jam sehari, langsung dari ponsel kita. Ini menciptakan budaya "selalu terhubung", di mana batas antara urusan pribadi dan urusan umum seringkali menjadi kabur. Selain itu, sebagian besar isi media sosial adalah konten buatan pengguna. Artinya, orang biasalah yang membuat konten dan berbagi cerita, kita bukan lagi hanya sekadar penonton. Namun, inti terpenting dari media sosial adalah model bisnisnya, yang sering disebut "bisnis perhatian". Platform-platform ini (seperti Instagram, TikTok, dll.) pada dasarnya bersaing untuk merebut waktu dan perhatian kita. Perhatian kita inilah yang kemudian mereka "jual" kepada pengiklan (Harmoni & Bangsa, 2024). Untuk memastikan kita bertahan lama di aplikasi, mereka menggunakan algoritma (sistem pintar di belakang layar). Sistem inilah yang mengatur apa yang muncul di beranda (linimasa) kita. Tampilannya tidak diurutkan berdasarkan waktu, tetapi diatur sedemikian rupa agar kita terus melihat dan tidak menutup aplikasi. Nah, cara kerja inilah yang akhirnya sangat memengaruhi mental kita. Dampak yang paling umum adalah kita jadi gampang membandingkan diri. Kita melihat postingan orang lain yang hidupnya terlihat sangat sempurna dan ideal. Tentu saja, kita jadi membandingkannya dengan kenyataan hidup kita sendiri. Proses



membandingkan ini sering kali membuat kita merasa iri, cemas, dan akhirnya kurang percaya diri (minder) (Meidiaputri & Mukhlis, 2023).

Dampak kuat lainnya adalah efek candu yang disebabkan oleh "hadiah yang tidak pasti". Notifikasi seperti "Suka" (Like) dan komentar itu rasanya seperti menang undian kecil; kita tidak pernah tahu kapan akan mendapatkannya, tetapi setiap kali dapat, kita merasa senang dan diakui. Pola "hadiah" yang tidak bisa ditebak inilah yang akhirnya menciptakan siklus kecanduan, yang mendorong kita untuk terus-menerus memeriksa ponsel.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Hasil

Hasil kajian literatur menunjukkan bahwa etika termasuk kesadaran akan lawan bicara, potensi ketersinggungan, dan cara penyampaian (verbal/nonverbal) harus menjadi pedoman utama komunikasi. Prinsip ini penting dalam kehidupan sehari-hari, seperti keharusan berbagi informasi faktual di komunitas, dan idealnya juga diterapkan di media sosial. Namun, temuan juga mengonfirmasi adanya kesenjangan, di mana perilaku tidak etis masih marak ditemukan di platform digital.

Tabel 1. Matriks Analisis data pada artikel yang digunakan dalam Literature Review

Penulis, Judul Jurnal	Metode	Hasil
Setiawan, B., & Nugroho, A. (2021). Ujaran Kebencian Berbasis Politik dan Dampaknya Terhadap Polarisasi Afektif di Media Sosial.	Analisis isi kuantitatif (pada komentar Facebook dan X/Twitter).	Menemukan korelasi positif yang signifikan antara frekuensi penggunaan ujaran kebencian (pelanggaran etika) dengan peningkatan polarisasi afektif (kebencian antar kelompok). Istilah dehumanisasi terbukti paling efektif memperkuat sentimen out-group.
Puspitasari, R., & Wibowo, A. (2022). Peran Misinformasi dan Disinformasi sebagai Pelanggaran Etika Komunikasi dalam Memperuncing Polarisasi Politik.	Studi kasus kualitatif dengan Analisis Wacana Kritis (CDA) pada grup WhatsApp.	Penyebaran misinformasi (pelanggaran etika kejujuran) secara sistematis terbukti memicu emosi (kemarahan, ketakutan). Ini secara langsung menciptakan realitas yang terfragmentasi antar kelompok dan memperdalam polarisasi public.
Leona Lovita, dkk (2023) Analisis Pengaruh Media Sosial melalui Aplikasi	Penelitian pendekatan kepustakaan, dan studi literatur.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa semangat yang ditunjukkan



Digital Tiktok sebagai Media
Persuasif
terhadap Penerapan Etika
Berkomunikasi pada
Mahasiswa

pada siswa yang termasuk dalam kategori remaja, mempunyai sifat percaya diri atau percaya diri ketika berkomunikasi dengan masyarakat luas. Komunikasi dapat meningkatkan harga diri akibat dari cara komunikasi yang dilakukan. mapan dan hal inilah yang mempengaruhi sikap remaja. Sebagai pengguna internet dan media sosial, pelajar perlu belajar menggunakan internet dengan baik dan bijak

Riza Dwi Meidiaputri & Imam
Mukhlis

Kajian Literatur (Literature
Review).

Hasil penelitian diperoleh informasi bahwa :

1. Masyarakat perlu bijak dalam menggunakan media sosial karena merupakan tempat publik yang dapat diakses oleh semua orang.
2. Dampak negatif dari perilaku ceroboh di media sosial dapat merusak masa depan seseorang.
3. Masyarakat perlu lebih teredukasi mengenai penggunaan media sosial dan cara berkomunikasi yang tepat agar pengguna mendapatkan dampak positif, terutama di era teknologi yang mulai menggantikan komunikasi tatap muka.

Dicky Apdillah, dkk (2022)
Optimizing Communication
Ethnics in The Digital Age

Penelitian ini menggunakan
metode penelitian kualitatif
dan deskriptif

Dari hasil penelitian diperoleh informasi bahwa norma etika dan kesantunan sangat diperlukan dalam berkomunikasi khususnya di media digital. Etika komunikasi dapat digali melalui pemahaman tata bahasa yang baik, pendidikan dini tentang sopan santun, pembelajaran memahami dan membatasi rasa ingin tahu tentang privasi orang



Lisnawati, dan Desi Erawati
(2019) Social Media and
Communication Ethic in
Islam Perspective

Penelitian ini menggunakan
Studi literatur

lain.

Hasilnya menunjukkan bahwa ada tujuh etika komunikasi melalui media sosial: mengambil manfaat dan meninggalkan kerugian, artinya media sosial memiliki manfaat jika digunakan secara bijak; mempraktikkan manajemen waktu yang adil; terbuka dengan pasangan; memilih teman secara bijak; mengatakan pernyataan yang sesuai dalam posting dan komentar; menjaga aib pasangan dan tidak memanjakan diri di media sosial; serta menjaga harga diri

Grafik di atas menunjukkan 5 daerah dengan peningkatan dan penurunan tenaga kerja tertinggi di Jawa Timur. Pada grafik kiri (hijau). Magetan mencatat peningkatan tenaga kerja tertinggi sekitar 58.060 pekerja diikuti oleh Bangkalan, Sumenep, Jombang dan Nganjuk Sementara itu, grafik kanan (biru), menampilkan daerah dengan penurunan tenaga kerja tertinggi, dimana Ngawi mengalami penurunan terbesar sekitar -51. 372 pekerja, diikuti oleh Pamekasan, Gresik, Bojonegoro dan Lamongan. Grafik tersebut memberikan gambaran daerah yang mengalami pertumbuhan dan penurunan signifikan dalam jumlah tenaga kerja industri.

b. Pembahasan

Hasil analisis matriks pada Tabel 1 menunjukkan dua temuan utama yang saling berkaitan. Di satu sisi, literatur mengidentifikasi secara jelas bahwa pelanggaran etika komunikasi di media sosial adalah pendorong utama polarisasi publik. Di sisi lain, literatur juga secara konsisten menekankan urgensi penerapan etika sebagai solusi, baik melalui edukasi maupun penerapan nilai-nilai moral.

Kajian literatur secara spesifik menunjukkan bahwa polarisasi bukanlah fenomena yang terjadi secara acak, melainkan didorong oleh kegagalan etika komunikasi. Temuan dari Setiawan & Nugroho (2021) secara kuantitatif membuktikan adanya korelasi positif yang signifikan antara frekuensi penggunaan ujaran kebencian (pelanggaran etika) dengan peningkatan polarisasi afektif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin sering etika dilanggar, semakin tinggi tingkat



kebencian antar kelompok. Studi ini juga menyoroti penggunaan istilah "dehumanisasi" sebagai taktik yang paling efektif dalam memperkuat sentimen negatif terhadap out-group. Hal ini diperkuat oleh temuan Puspitasari & Wibowo (2022), yang secara kualitatif mengidentifikasi peran misinformasi dan disinformasi sebagai pelanggaran etika kejujuran. Penyebaran informasi bohong ini terbukti secara sistematis memicu emosi (kemarahan dan ketakutan), yang secara langsung menciptakan realitas yang terfragmentasi antar kelompok dan memperdalam polarisasi publik. Kedua studi ini mengkonfirmasi bahwa pelanggaran etika di media sosial bukan sekadar masalah kesopanan individual, melainkan sebuah mekanisme yang secara aktif merusak kohesi sosial dengan memicu kebencian dan perpecahan.

Menanggapi bahaya tersebut, sebagian besar literatur yang dianalisis berfokus pada pentingnya penerapan etika sebagai solusi. Penelitian oleh Riza Dwi Meidiaputri & Imam Mukhlis serta Leona Lovita dkk (2023) menyoroti kesenjangan yang ada: di satu sisi media sosial dapat meningkatkan "percaya diri" dan bermanfaat bagi mahasiswa, namun di sisi lain "perilaku ceroboh" dapat "merusak masa depan." Oleh karena itu, kedua studi ini bertemu pada satu kesimpulan yang sama: masyarakat, khususnya pelajar dan remaja, "perlu lebih teredukasi" dan harus "belajar menggunakan internet dengan baik dan bijak". Hal ini didasari pemahaman bahwa media sosial adalah "tempat publik". Dicky Apdillah dkk (2022) memperjelas bagaimana edukasi ini dapat dilakukan. Mereka menyatakan bahwa "norma etika dan kesantunan sangat diperlukan" dan dapat digali melalui pemahaman tata bahasa yang baik, pendidikan dini tentang sopan santun, dan pembelajaran untuk "memahami dan membatasi rasa ingin tahu tentang privasi orang lain."

Selain melalui edukasi formal, literatur juga menawarkan kerangka kerja etika yang berbasis nilai-nilai. Lisnawati dan Desi Erawati (2019) menawarkan tujuh pedoman etika komunikasi dalam perspektif Islam. Pedoman ini tidak hanya mengatur konten ("mengatakan pernyataan yang sesuai"), tetapi juga manajemen diri ("manajemen waktu yang adil"), hubungan sosial ("memilih teman secara bijak"), dan menjaga kehormatan ("menjaga aib" dan "menjaga harga diri").

Secara keseluruhan, pembahasan ini menunjukkan bahwa literatur telah sepakat mengenai bahaya pelanggaran etika (polarisasi) dan urgensi solusi (edukasi). Tantangan utamanya kini adalah bagaimana menerjemahkan pedoman etika yang bersifat normatif (baik dari studi Dicky Apdillah dkk maupun Lisnawati & Erawati) menjadi perilaku praktis di kalangan pengguna media sosial.

5. KESIMPULAN



Tinjauan literatur ini menegaskan bahwa etika komunikasi di media sosial adalah fondasi krusial untuk menjaga harmoni sosial dan mencegah polarisasi publik. Kajian ini berhasil membuktikan secara empiris bahwa pelanggaran etika seperti ujaran kebencian, dehumanisasi, dan penyebaran misinformasi bukanlah sekadar pelanggaran kesopanan, melainkan mekanisme aktif yang secara langsung memicu kebencian dan merusak kohesi sosial. Oleh karena itu, diperlukan kesadaran kolektif bahwa media sosial adalah "ruang publik" yang dapat diakses oleh siapa saja. Setiap individu harus bertanggung jawab untuk "belajar bijak" dalam menggunakannya. Temuan dari berbagai literatur secara konsisten menekankan urgensi edukasi etika digital yang berkelanjutan, yang harus dimulai sejak dini. Pengetahuan ini tidak boleh berhenti pada teori, tetapi harus aplikatif, seperti membiasakan pemahaman tata bahasa, sopan santun, dan menghargai privasi orang lain. Pada akhirnya, tantangan terbesar adalah bagaimana menerjemahkan semua pedoman etika normative baik yang berbasis akademis maupun nilai-nilai menjadi perilaku praktis. Kemampuan untuk berpikir dan mempertimbangkan secara hati-hati dampak dari setiap status dan komentar sebelum dipublikasikan adalah keterampilan utama agar tidak menyinggung perasaan dan memperdalam perpecahan. Untuk menciptakan ekosistem digital yang positif, diperlukan kolaborasi antara lembaga edukasi dan masyarakat untuk terus mengajarkan bagaimana berkomunikasi di media sosial secara baik dan benar, sejalan dengan kemajuan zaman.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adi, B. S., & Muthmainah, M. (2020). Implementasi permainan tradisional dalam pembelajaran anak usia dini sebagai pembentuk karakter bangsa. *Jurnal Pendidikan Anak*, 9(1), 33-39. <https://doi.org/10.21831/jpa.v9i1.31375>
- [2] Angga, S., Poa, A. A., & Rikardus, F. (2023). Etika Komunikasi Netizen Indonesia Di Media Sosial Sebagai Ruang Demokrasi dalam Telaah Ruang Publik Jurgen Habermas. *Jurnal Filsafat Indonesia*, 6(3), 384-393. <https://doi.org/10.23887/jfi.v6i3.59229>
- [3] Apdillah, D., Salam, A., Tania, I., & Lubis, L. K. A. (2022). Optimizing Communication Ethics in The Digital Age. *Journal of Humanities, Social Sciences and Business*, 1(3), 19-26. <https://doi.org/10.55047/jhssb.v1i3.143>
- [4] Astajaya, I. K. M. (2020). Etika komunikasi di media sosial. *Widya Duta: Jurnal Ilmiah Ilmu Agama dan Ilmu Sosial Budaya*, 15(1), 81-95. <https://doi.org/10.25078/wd.v15i1.1678>
- [5] Donatus, S. K. (2019). Relasionalitas Filsafat Fondasi Interpretasi: Aku, Teks, Liyan, Fenomen. *Studia Philosophica et Theologica*, 19(1), 115-118. <https://doi.org/10.35312/spet.v19i1.179>



- [6] Erawati, D., & Lisnawati, L. (2019). Social media and communication ethic in islamic perspective. *Epistemé: Jurnal Pengembangan Ilmu Keislaman*, 14(1). <https://ejournal.iain-tulungagung.ac.id/>
- [7] 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.
- [8] Lovita, L., Dzakiyah, U., Angelika, R., & Natasya, Y. (2023). Analisis Pengaruh Media Sosial Melalui Aplikasi Digital Tiktok Sebagai Media Persuasif Terhadap Penerapan Etika Berkomunikasi Pada Mahasiswa. *Edusaintek: Jurnal Pendidikan, Sains dan Teknologi*, 10(1), 181-192. <https://doi.org/10.47668/edusaintek.v10i1.653>
- [9] Muawanah, L. (2021). Etika Komunikasi Netizen di Instagram Dalam Perspektif Islam. *Ath Thariq Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 5(2), 129-148. <https://doi.org/10.32332/ath-thariq.v5i2.3302>
- [10] Mutiah, T., Albar, I., Fitriyanto, A. R., & Rafiq, A. (2019). Etika Komunikasi dalam menggunakan Media Sosial. *Jurnal Global Komunika*, 1(1), 14-24. <https://doi.org/10.33822/gk.v2i1.1561>
- [11] Nur, E. (2021). Peran media massa dalam menghadapi serbuan media online. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 2(1). <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/mkm/article/view/4198>
- [12] Nuraeni, I., Harisanti, N. L. R., & Maksum, H. (2022). Tuturan Kebencian dalam Komentar Warganet Pada Akun Instagram@ obrolanpolitik: Kajian Pragmatik. *Ranah: Jurnal Kajian Bahasa*, 11(1), 189-197. <https://doi.org/10.26499/rnh.v11i1.4198>
- [13] Nurrachmi, S., & Puspita, R. (2018). Etika Komunikasi Netizen Di Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jatim*, 1(1). <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/1827788>
- [14] Rawanoko, E. S., Komalasari, K., Al-Muchtar, S., & Bestari, P. (2021). The use of social media in ethic digital perspective. *Jurnal Civics: Media Kajian Kewarganegaraan*, 18(1), 148-157. <https://doi.org/10.21831/jc.v18i1.40036>
- [15] Sari, A. F. (2020). Etika Komunikasi (Menanamkan Pemahaman Etika Komunikasi Kepada Mahasiswa). *TANJAK: Journal of Education and Teaching*, 1 (2), 127-135. <https://doi.org/10.35961/tanjak.v1i2.152>
- [16] Sari, M., & Asmendri, A. (2020). Penelitian kepustakaan (library research) dalam penelitian pendidikan IPA. *Natural Science*, 6(1), 41-53. <https://doi.org/10.15548/nsc.v6i1.1555>



- [17] Solekhan, M. (2023). Communication Ethics in Social Relationships Using Social Media Wisely in Islamic Values. *Journal of Modern Islamic Studies and Civilization*, 1(01), 1-11. <https://doi.org/10.59653/jmisc.v1i01.1>
- [18] Wati, D. R. (2023). The Ethics of Social Media Communication in the Perspective of the Al-Qur'an. *Journal of Islamic Communication and Counseling*, 2(2), 93-107. <https://doi.org/10.18196/jicc.v2i2.28>
- [19] Eka Susanti, Aisyah Hafizha, Amanda Amanda, & Nursyahrina Lubis. (2024). Dampak Media Sosial Bagi Mahasiswa TBI. *RISOMA : Jurnal Riset Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 2(3), 48-61. <https://doi.org/10.62383/risoma.v2i3.81>
- [20] Hamama, S. (2024). Etika Komunikasi dalam Media Sosial: Tantangan dan Solusinya. 4(2), 182-197. <https://ejournal.iainu-kebumen.ac.id/index.php/selasar>
- [21] Harmoni, J., & Bangsa, N. (2024). JURNAL HARMONI NUSA BANGSA Etika Komunikasi Dalam Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa. 1(2).
- [22] Meidiaputri, R. D., & Mukhlis, I. (2023). Etika Komunikasi dalam Menggunakan Media Sosial (Suatu Kajian Literatur). In *Jurnal Komunikasi dan Media Pendidikan* (Vol. 1, Issue 2). ONLINE. <https://journals.ldpb.org/index.php/cognoscere>
- [23] Sari, A. F. (2020). ETIKA KOMUNIKASI. *TANJAK: Journal of Education and Teaching*, 1(2), 127-135. <https://doi.org/10.35961/tanjak.v1i2.152>