

## PERSEPSI GEN Z TERKAIT ETIKA PADA UNGGAHAN AKUN

### TIKTOK @ekidarehanf

### GEN Z PERCEPTIONS REGARDING ETHICS IN ACCOUNT UPLOADS

### TIKTOK @ekidarehanf

Saifuddin Zuhri<sup>1</sup>, Tanisya Farah Nabilla<sup>2</sup>, Syalomita Nadia Putri<sup>3</sup>, Nadifa Aprilia Salsabilla<sup>4</sup>

<sup>1</sup>UPN Veteran Jawa Timur, Jl. Rungkut Madya No. 1, Kota Surabaya, Indonesia

<sup>1</sup>saifuddin\_zuhri.ilkom@upnjatim.ac.id; <sup>2</sup>19043010192@student.upnjatim.ac.id;

<sup>3</sup>19043010215@student.upnjatim.ac.id; <sup>4</sup>19043010223@student.upnjatim.ac.id

#### ABSTRACT

*People now have a lot of access to communicate, one of which is to use social media. Social media is often used as a place to express emotions such as anger, insults, insults to cyberbullying, one of which happened to the phenomenon of the @ekidarehanf tiktok content which caused criticism from the public for this content. This study aims to find out how Gen Z perceives ethics in uploading the TikTok account @ekidarehanf. The method used in this study is descriptive qualitative with in-depth interview techniques as a data source. The results of this study are that as a public figure, it is better to reflect good behavior because on social media self-identity can be assessed from the behavior reflected on the social media.*

**Keywords :** Perception, Communication Ethics, Tiktok

#### ABSTRAK

Masyarakat kini mempunyai beragam opsi akses dalam berkomunikasi, salah satunya yakni dengan melalui media sosial. Media sosial seringkali dijadikan sebagai wadah untuk meluapkan emosi seperti amarah, caci maki, penghinaan hingga *cyber bullying*. Salah satunya yang terjadi pada fenomena pada konten tiktok @ekidarehanf yang menyebabkan kencaman dari masyarakat terhadap konten tersebut. Tujuan penelitian ini adalah guna mengetahui bagaimana persepsi gen z terkait etika pada unggahan akun tiktok @ekidarehanf. Metode yang diterapkan pada penelitian ini yaitu kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara mendalam sebagai sumber data. Hasil dari penelitian ini adalah sebagai public figure sudah sebaiknya mencerminkan perilaku yang baik karena pada media sosial identitas diri dapat dinilai dari perilaku yang tercermin pada media sosial tersebut.

**Kata Kunci :** Persepsi, Etika Komunikasi, Tiktok

## 1. PENDAHULUAN

Masyarakat di era ini mempunyai beragam opsi guna berkomunikasi, satu dari sekian opsi yang ada yaitu melalui media sosial. Nyaris seluruh lapisan dalam masyarakat mempunyai akun media sosial. Media sosial mampu menghilangkan kesenjangan kelas sosial sehingga dapat menunjang kegiatan komunikasi lintas negara. Akan tetapi, seiring berjalannya waktu proses komunikasi yang berlangsung melalui media sosial justru berubah menjadi kategori anti komunikasi. Kondisi tersebut dipicu oleh penggunaan media sosial yang umum dijadikan sebagai wadah guna meluapkan emosi seperti amarah, penghinaan, caci maki, sampai dengan *cyber bullying*.

Praktik komunikasi di ruang publik sepatutnya mensyaratkan kemampuan pengendalian diri, sikap dewasa dalam bersikap, serta bertanggung jawab terhadap seluruh ucapan yang akan maupun tengah diutarakan. Meski begitu, hal sebaliknya justru ditemui dalam berbagai media sosial belakangan ini. Dengan mudahnya individu meluapkan amarah maupun opini negatif tanpa memusingkan dampak dari tindakannya terhadap individu lainnya. Dengan begitu seringkali individu terlambat menyadari bila hal yang dikemukakannya di media sosial telah tersebar ke mana-mana, memicu timbulnya kerusuhan publik dan menyebabkan sejumlah pihak tertentu mengalami kerugian (Sudibyo, Kompas, 18/10/2016).

Seiring perkembangan teknologi komunikasi yang hadir guna mendukung dan mempermudah kreativitas manusia, maka muncullah aplikasi Tiktok yang memberikan kemudahan bagi penggunanya dalam menciptakan video dengan berbagai konten yang bervariasi serta efek/filter yang disediakan dalam aplikasi tersebut. Bentuk pengekspresian diri dalam hal ini bisa dijalankan melalui berbagai cara, seperti contoh membuat video *lypsnc* maupun membuat video tantangan (*challenge*) yang dapat menumbuhkan sisi kekreatifitasan pada anak muda. Hasil pengamatan melalui fenomena yang berlangsung sekarang ini dengan keberadaan media sosial mampu menghilangkan rasa lelah dan bosan yang sedang dialami oleh seorang individu. Media sosial yang marak digemari oleh anak muda saat ini salah satunya yakni Tiktok, selain itu Tiktok menyuguhkan media audio visual yaitu dapat dilihat dan didengarkan.

Kemudahan dalam menggunakan aplikasi Tiktok hanya melalui *handphone* relative praktis dikarenakan dapat dibawa kemana saja yang kini bisa digunakan untuk membuka aplikasi Tiktok. Dengan jumlah pengguna yang banyak dapat menyebabkan berbagai persepsi akan muncul dikarenakan manfaat yang diberikan dari aplikasi Tiktok. Dikarenakan masing-masing individu mempunyai persepsi/pandangan yang tidaklah sama. Secara psikis dan biologis, setiap orang dapat mempunyai kesamaan, namun tidak serta merta juga mempunyai persepsi yang sama atas suatu objek terhadap dunia luar.

Salah satu contoh konten yang telah menyalahgunakan Etika dalam berkomunikasi yaitu pada unggahan akun tiktok @ekidarehanf. Dalam konten tersebut terdapat Isi teks yang menyatakan “Mohon maaf, kami sudah berusaha semaksimal mungkin.” Kemudian selain teks dalam konten tersebut juga menampilkan ketiga *content creator* tersebut yang sedang menggunakan atribut kesehatan. Hal tersebut secara tidak langsung melanggar norma dan etika dalam berkomunikasi khususnya pada bidang kesehatan.



Sumber : tiktok @ekidarehanf

Menyikapi fenomena seputar etika komunikasi yang berlangsung dalam media sosial saat ini, berdampak pada kian banyaknya masyarakat yang beranggapan bahwa lebih besar pengaruh negatif yang dihasilkan oleh teknologi dibandingkan dengan pengaruh positifnya. Hal tersebut juga turut memicu penurunan berbagai norma kesantunan dalam berkomunikasi yang ada pada masyarakat sekaligus menghadirkan dampak negatif bagi masyarakat terutama generasi muda. Di samping itu, kemudahan yang diberikan oleh kemajuan teknologi turut menjadi salah satu faktor yang memicu penurunan tingkat etika dan moral yang baik dalam masyarakat. Dengan demikian, alih-alih terjalin

kesantunan berbahasa justru akan melahirkan anti komunikasi yang berpeluang memicu adanya pelanggaran hukum.

Penting dipahami bila etika komunikasi selain berhubungan dengan tutur kata yang baik juga diawali dengan ketulusan dalam niat yang diproyeksikan melalui kesabaran, ketenangan, serta empati individu dalam menjalankan komunikasi (Corry, 2009). Wujud komunikasi tersebut akan menghadirkan komunikasi secara dua arah dengan karakteristik adanya perhatian, penghargaan, serta dukungan secara timbal balik antar masing-masing pihak yang berkomunikasi. Oleh sebab itu, komunikasi yang berlangsung secara bebas tanpa dibatasi tempat maupun waktu sebagaimana yang ada pada era digital seperti saat ini menyebabkan berbagai hal menjadi terabaikan. Masyarakat Indonesia yang sejatinya berpedoman pada adat ketimuran dapat menunjukkan nilai-nilai budaya Indonesia yang telah dikenal dunia seperti keramahan serta kesopanannya. Namun, hal ini nampaknya dilupakan dan diabaikan saat mengakses media sosial di dunia maya. Saat mengakses platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter atau layanan video berbagi seperti YouTube, individu dapat dengan mudah menemukan berbagai konten sensitif seperti konten yang bertemakan politik, suku, agama dan ras, apabila beralih pada kolom komentar tentu juga mudah menemukan berbagai komentar yang melanggar berbagai norma kesopanan sebagaimana yang terkandung dalam budaya Indonesia.

### 1.1. Landasan Teori

#### Persepsi

Menurut Rakhmat menyatakan bahwa persepsi merupakan pengalaman mengenai peristiwa, objek maupun hubungan yang didapatkan melalui kegiatan menyimpulkan informasi dan menerjemahkan pesan (Rakhmat, 2005). Sedangkan Sugihartono mendefinisikan persepsi sebagai sebuah kemampuan panca indera dalam menafsirkan rangsangan maupun proses guna menerjemahkan stimulus yang dirasakan oleh alat indera manusia. Manusia mempunyai perspektif yang berbeda terkait penginderaan yang menilai suatu hal, baik secara positif maupun secara negatif yang dapat berpengaruh terhadap tindakan manusia yang tampak atau nyata (Sugihartono, 2007).

#### New Media (Media Baru)

McQuil menyatakan bahwa media baru atau *new media* ialah sebutan bagi berbagai teknologi komunikasi dengan 24 digitalisasi yang disediakan secara luas dan ditujukan untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi. *New media* memiliki beberapa ciri utama antara lain yakni adanya saling keterkaitan, adanya akses terhadap khalayak sebagai seorang penerima ataupun menerima pesan, adanya interaktivitas, fungsinya yang beragam menjadikannya sebagai karakter terbuka dan tidak terbatas ruang dan waktu (McQuail, 2003).

Flew menjelaskan bahwa media baru juga diistilahkan sebagai *new media* digital. Media digital adalah media yang memuat konten berwujud kolaborasi data, teks, suara, serta bermacam bentuk gambar yang disimpan dengan format digital dan disebarluaskan melalui jaringan berbasis kabel optic broadband, satelit dan sistem gelombang mikro (Flew, 2008). Kemunculan teknologi baru pada media ini telah menghadirkan dampak pada perubahan budaya ditengah masyarakat yang bergantung pada teknologi tersebut, sehingga media saat ini memiliki peran dalam menciptakan dan mengelola suatu budaya.

#### Media Sosial (Tiktok)

Media sosial merupakan medium di internet yang memfasilitasi pengguna untuk mempresentasikan dirinya atau melakukan interaksi, menjalin kerja sama, berbagi, menjalin

komunikasi dengan pengguna lain, serta menjalin ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015). Tiktok merupakan media sosial yang sangat populer saat ini dimana menurut NapoleonCat pada tahun 2021 jumlah penggunanya hingga mencapai 99,1 juta per April 2022. Tiktok adalah platform aplikasi video pendek yang dipadu padankan dengan musik dan memiliki durasi berkisar 15 - 30 detik (Pratama & Muchlis, 2020).

Tiktok adalah media sosial yang berfokus pada video music, media sosial ini diluncurkan oleh Tiongkok pada September 2016 silam (Aji, 2020). Dirujuk dari laman website resmi tiktok [www.tiktok.com](http://www.tiktok.com), tiktok adalah aplikasi yang mudah digunakan (*easy to use*) sebab menyediakan alat guna memotret dan berbagai fitur editing video yang disertai dengan filter, efek spesial, musik dan berbagai fitur lainnya.

### Etika Komunikasi

Menurut Richard J (Karimah dan Wahyudin, 2010) etika berupaya untuk mengkaji tingkah laku manusia yang dinilai menjadi representasi atas apa yang terdapat di dalam jiwa maupun hati nuraninya. Contoh: seseorang dapat tertawa meskipun hatinya tengah bersedih. Berikut merupakan definisi etika terkait urgensi etika komunikasi dalam mengakses media sosial.

- a. Etika Deskriptif adalah etika yang berhubungan dengan nilai dan ilmu pengetahuan yang membahas seputar baik dan buruknya perilaku manusia dalam kehidupan bermasyarakat.
- b. Etika Normatif adalah etika yang banyak dipersepsikan sebagai sebuah ilmu yang menciptakan ukuran atau norma yang bisa digunakan dalam memberikan respon atau penilaian atas tindakan serta perilaku seorang individu dalam bermasyarakat. Etika ini berupaya menemukan ukuran umum perihal baik dan buruknya tingkah laku
- c. Etika Kefilsafatan adalah analisa mengenai apa dampak bila menggunakan berbagai predikat kesusilaan. Etika ini berkaitan dengan norma. Norma merupakan peraturan atau pedoman hidup terkait bagaimana sepatutnya manusia bersikap dan bertindak dalam masyarakat.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif. Cooper & Schindler dalam bukunya yang berjudul *Business Research Methods* mengungkapkan jika penelitian ditujukan guna memahami sebuah fenomena atau kejadian secara kian mendalam serta guna menyusun sebuah teori maka metode yang cocok digunakan yaitu metode kualitatif. Metode kualitatif juga sangat ideal diterapkan bila peneliti hendak melakukan peninjauan lebih mendalam terkait emosi, perasaan, motivasi, serta persepsi seorang individu (Cooper & Schindler, 2014).

Penelitian ini, mengaplikasikan metode pengumpulan data, yaitu:

- 1) Observasi, merupakan pengamatan yang dilangsungkan secara sengaja, sistematis terkait “fenomena sosial dengan gejala – gejala yang terjadi di masyarakat”.
- 2) Metode Wawancara, merupakan percakapan dengan tujuan tertentu.

Dilakukannya wawancara mendalam dengan beberapa pertanyaan terkait dengan menunjukkan fakta yang ada. Wawancara mendalam dilakukan dengan informan masyarakat maupun individu yang lahir di era generasi Z yaitu dengan umur 19 – 22 tahun, bertempat tinggal di Kota Surabaya, dan menggunakan media sosial Tiktok serta mem – *follow* akun @ekidarehanf.

Sedangkan Analisis data dilangsungkan dalam tiga tahapan: Reduksi data, penyajian data, serta verifikasi atau penarikan kesimpulan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Media sosial sebagai sebuah platform dalam dunia teknologi dan informasi yang mempunyai sisi dualisme. Sisi dualisme diantaranya ialah baik dan buruk. Berkenaan dengan hal ini, sosial media dapat mempunyai pengaruh yang baik maupun buruk pada penggunanya. Sama halnya dengan salah satu media sosial yang tengah marak digemari dalam masyarakat saat ini yaitu Tiktok. Tiktok saat ini mengalami perkembangan yang pesat di kalangan gen Z. Tiktok dapat berfungsi sebagai saluran untuk hobi, bakat, salah satu bentuk ekspresi diri yang dituangkan ke dalam konten Tiktok. Aplikasi ini tidak mensyaratkan batas minimal umur bagi penggunanya sehingga anak-anak berusia di bawah umur dapat secara bebas mengakses aplikasi ini tanpa diawasi oleh orang tua. Tik Tok mulai marak penggunaannya pada tahun 2018 yang menjadikannya sebagai salah satu sosial media terpopuler hingga saat ini. Etika sangat diperlukan pada penggunaan media sosial. Manusia cenderung mengabaikan etika atau norma dalam berkomunikasi di media sosial sehingga dapat menyebabkan permasalahan yang dapat mengganggu kesejahteraan masyarakat.

Salah satu bentuk permasalahan etika yang terjadi pada Tiktok berada pada konten Ekida yang menyatakan “Mohon maaf, kami sudah berusaha semaksimal mungkin” dengan atribut kesehatan. Berdasarkan hasil temuan lapangan, bahwasannya banyak ditemukan kecaman dari masyarakat pengguna Tiktok. Hal tersebut dikarenakan konten yang dipublikasi oleh Ekida menyinggung pasien atau korban yang sedang berduka. Meninjau dari beberapa pandangan pro dan kontra dari hasil wawancara. Salah satunya pendapat pro dari Een yang mengatakan “Antara atribut kesehatan dengan joget yang ada di video tidak ada kaitannya. itu hanya sebagai hiburan semata dan secara kebetulan mereka memakai atribut kesehatan” (wawancara pada 30 maret 2023). Berdasarkan pendapat tersebut mewajarkan karena tidak merugikan orang lain hanya sebatas sebagai lelucon. Pada sebagian narasumber memiliki pandangan kontra salah satunya adalah Rahel. Rahel berpendapat bahwa “Menurut saya video tersebut termasuk dalam perbuatan yang tidak terpuji. Konten tersebut memperlihatkan sebuah candaan yang cukup berlebihan sehingga dapat menyinggung berbagai pihak” (wawancara pada 30 maret 2023). Berdasarkan pendapat tersebut cukup relevan dengan salah satu pengertian etika dalam bermedia sosial.

Dalam permasalahan konten Tiktok Ekida cukup menyinggung banyak pihak terlebih lagi pada sebagian masyarakat yang pernah ada di posisi tersebut. Posisi ditinggalkan orang tersayang bukan suatu hal yang mudah. Sebagian masyarakat yang mengalami merasa bahwa konten tersebut menyepelekan keadaan duka. Permasalahan tersebut ramai diperbincangkan oleh masyarakat khususnya Indonesia. Yang mana diketahui oleh Kementerian Kesehatan dan Perwakilan Fakultas Kedokteran Universitas Indonesia. Ekida selaku pembuat konten merupakan mahasiswa kedokteran. Dengan adanya hal ini harusnya Ekida bisa lebih berempati dengan dunia kedokteran. Etika mempunyai fungsi guna membantu manusia dalam bertindak maupun menentukan suatu keputusan secara bebas yang nantinya bisa dipertanggungjawabkan, hal ini sebab seluruh tindakan yang dikerjakan oleh manusia berawal dari keputusan pribadi yang telah dilakukannya seusai mempertimbangkan hal-hal yang berkaitan dengan tindakan tersebut (Prasetyo, 2006).

Konten yang dibuat oleh Ekida membuktikan bila tanpa adanya implementasi etika yang baik perilaku atau tindakan seorang individu dapat memicu timbulnya beragam masalah serta dampak negatif dalam menggunakan sosial media. Konten lelucon yang tak disangka ternyata membawa petaka bagi dirinya sendiri. Tindakan menggunakan atribut kesehatan merupakan salah satu sebuah penghinaan yang menyinggung banyak pihak. Terdapat salah satu dari sisi pihak yang tersinggung dalam kasus ini. Hal ini dapat merusak sebuah hubungan komunikasi dan sosial serta toleransi pada kehidupan bermasyarakat. Setelah melihat kejadian tersebut, terbukti bahwa etika berkomunikasi yang benar adalah termasuk menghargai sesama. Terutama di Negara Indonesia yang memiliki keberagaman dan menjunjung tinggi adat ketimuran. Media sosial dapat difungsikan sebagai wadah guna membentuk identitas diri. Identitas diri di media sosial dapat direpresentasikan melalui perilaku yang diperlihatkan dalam akun individu terkait. Perilaku yang baik dari individu menjadi representasi atas identitas diri yang baik. Ekida merupakan salah satu *public figure* yang dilirik keberadaannya. Jika Ekida mengabaikan etika dalam bermedia sosial maka masyarakat akan dengan mudah memandang rendah. Banyak pula yang berkesimpulan bahwa Ekida orang yang pintar tetapi kurang bijak dalam membuat konten. Maka dari itu sebagai individu sepatutnya senantiasa mematuhi norma dan etika yang berlaku di masyarakat, khususnya etika dalam berkomunikasi saat melakukan suatu tindakan.

Etika normatif menempati posisi yang cukup tepat sebagai penilaian dalam media sosial. Etika normatif selaku ukuran penggunaan norma melalui tingkah laku seseorang. Masyarakat wajib mempunyai kesadaran moral dalam menjalankan interaksi sosial. Kesadaran moral dapat mendorong seseorang guna senantiasa bertindak maupun berperilaku baik dan berupaya untuk menjalankan suatu perbuatan yang bermanfaat bagi sekitarnya sekaligus bagi keberlangsungan hidupnya (Suhartono, n.d.). Melalui adanya kesadaran moral, individu akan

terpacu untuk mengembangkan dirinya untuk menjadi pribadi yang kian baik lagi dan membangun potensi yang dimilikinya guna bekerja sama dengan orang lain sehingga dinamika kehidupan sosialnya turut mengalami peningkatan dan kian berkembang.

Adapun batasan dalam menggunakan media sosial, di antaranya yakni tidak merugikan diri sendiri dan pihak lain, serta tidak melanggar hukum. Sebagaimana sikap manusia yang wajib dijaga saat berinteraksi dengan manusia lainnya dimanapun berada, maka saat menggunakan media sosial juga harus memiliki aturan dalam bersikap. Perkembangan etika berkomunikasi masyarakat di Tiktok belakangan ini masih mengindikasikan adanya bentuk perilaku negatif. Salah satu wujud pelanggaran yang terjadi berkaitan dengan kode etik berkomunikasi di sosial media. Pelanggaran etika berkomunikasi umumnya bisa didapati pada video konten yang dibagikan. Untuk mencegah konten negatif pada media sosial dapat diterapkan etika yang baik dalam penggunaannya, antara lain:

- a) Membuat konten yang berisikan kalimat positif  
Konten yang dibuat menggunakan kalimat yang santun sehingga mudah ditangkap dengan baik bagi pengguna lain. Menampilkan konten yang bermanfaat bagi pengguna lain.
- b) Menyebarkan informasi yang valid  
Tidak menyebarkan informasi yang belum tentu kebenarannya hanya demi menaikkan popularitas semata. Diharapkan mampu memeriksa terlebih dahulu.
- c) Tidak menggunakan atribut yang berkaitan dengan instansi  
Dalam membuat konten hindari penggunaan atribut yang dapat membawa nama baik instansi. Sudah sepatutnya kita sebagai individu dapat menempatkan diri dalam bermedia sosial.
- d) Siap mempertanggung jawabkan konten yang telah disebar  
Tiktok menghadirkan kebebasan bagi para penggunanya, namun kebebasan itu tentu memiliki batasan agar mampu terwujud keharmonisan. Jikalau konten mendapatkan banyak komentar negatif harus siap mempertanggung jawabkannya agar tidak terjadi kontra lebih lama.
- e) Menghindari konten yang dirasa akan menyinggung pihak lain  
Mengikuti tren yang sedang beredar tidak ada salahnya tetapi hindarilah konten yang memicu perdebatan. Pihak lain yang tersinggung dapat melaporkan ancaman kepada konten kreator yang tidak beretika.

Dampak negatif Tiktok bisa diminimalisir melalui penerapan etika komunikasi. Etika komunikasi yang baik akan membangun hubungan yang baik dan harmonis antara sesama manusia. Apabila tidak terdapat pengetahuan etika komunikasi maka akan timbul kesalahpahaman yang berdampak pada terjadinya perselisihan maupun pertengkaran yang berpeluang menyebabkan kehidupan manusia terpecah belah.

#### 4. PENUTUP

Media sosial merupakan sebuah platform dalam dunia teknologi dan informasi yang memuat sisi dualisme. Berkenaan dengan ini, sosial media dapat memberikan dampak yang baik maupun buruk terhadap penggunaannya. Sama halnya dengan salah satu media sosial yang tengah populer digandrungi saat ini yakni Tiktok. Tiktok saat ini mengalami perkembangan yang pesat di kalangan gen Z. Tiktok dapat berfungsi sebagai saluran untuk hobi, bakat, salah satu bentuk ekspresi diri yang dituangkan ke dalam konten Tiktok. Dalam permasalahan konten Tiktok Ekida cukup menyinggung banyak pihak terlebih lagi pada sebagian masyarakat yang pernah ada di posisi tersebut. Posisi ditinggalkan orang tersayang bukan suatu hal yang mudah. Sebagian masyarakat yang mengalami merasa bahwa konten tersebut menyepelkan keadaan duka.

Permasalahan tersebut ramai diperbincangkan oleh masyarakat khususnya Indonesia. Identitas diri di media sosial dapat dicerminkan melalui perilaku yang diperlihatkan dalam akun individu. Perilaku yang baik dari individu menjadi representasi atas identitas diri yang baik pula. Ekida merupakan salah satu *public figure* yang dilirik keberadaannya. Jika Ekida mengabaikan etika dalam bermedia sosial maka masyarakat akan dengan mudah memandang rendah. Banyak pula yang berkesimpulan bahwa Ekida orang yang pintar tetapi kurang bijak dalam membuat konten. Etika normatif menempati posisi yang cukup tepat sebagai penilaian dalam media sosial. Etika normatif selaku ukuran penggunaan norma melalui tingkah laku seseorang. Dalam interaksi sosial pembuat konten juga harus memiliki kesadaran moral.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Atmoko, B. D. (2012). *TiktokHandbook*. Jakarta: Media Kita.
- Cholilah. (2021). Etika Menggunakan Media Sosial Bagi Generasi Milenial. *Universitas 17 Agustus 1945*.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business Research Methods, 12th Edition*. New York: New York The McGraw-Hill Companies, Inc .
- Corry, A. (2009). Etika Berkomunikasi dalam Penyampaian Aspirasi. *Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanegara*.
- Flew, T. (2008). *New Media: An Introduction (3rd Edition)*. South Melbourne: Oxford University Press.
- Ida, R. D. (2006). *Media Massa, Demokratisasi dan Etika Sosial. Masyarakat Kebudayaan dan Politik*.
- Karimah, K. E. (2010). *Filsafat dan Etika Komunikasi: Aspek Ontologis, Epistemologis, dan Aksiologis dalam Memandang Ilmu Komunikasi*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- McQuail, D. (2003). *Teori komunikasi massa*. Jakarta: Erlangga.
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial (perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi)*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.
- Rakhmat, J. (2005). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sudiby, A. (2016, Oktober). *Etika Bermedia dan Kontroversi Politik*. Diambil kembali dari Kompas.
- Sugihartono. (2007). *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Press .
- Suhartono. (t.thn.). *Kesadaran Moral Kehidupan Bermasyarakat: Suatu Pemikiran Kefilsafatan*.