



Relevansi Karakter dalam Masyarakat Modern Abad ke-21 dalam Etika Berbahasa di Media Sosial

Rama Wijaya Abdul Rozak

Universitas Pendidikan Indonesia

Surel: ramawijaya@upi.edu

Ahmad Fuadin

Universitas Pendidikan Indonesia

Surel: ahmadfuadin@upi.edu

Agustian Rahmat Sesar

Universitas Pendidikan Indonesia

Surel: agustian.23@upi.edu

Dea Nida Nabila

Universitas Pendidikan Indonesia

Surel: deanidanabila@upi.edu

Jane Saura Mullashadra Agatha

Universitas Pendidikan Indonesia

Surel: janesaura02@upi.edu

Jenita Margaretha

Universitas Pendidikan Indonesia

Surel: jenitabangun@upi.edu

Siti Rohimah

Universitas Pendidikan Indonesia

Surel: sitirohimah169@upi.edu

ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan analisis data primer melalui pengisian kuesioner untuk mengevaluasi respons masyarakat terhadap etika berbahasa di media sosial. Tujuannya adalah menganalisis relevansi karakter masyarakat dalam bersikap etis, dengan fokus pada variabel usia, jenis kelamin, dan profesi. Hasil menunjukkan bahwa sebanyak 80% responden menunjukkan sikap bijak, sementara 12% bersikap biasa saja. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 31 Oktober sampai 3 November 2022 dengan pengumpulan data menggunakan metode statistik. Hasilnya disajikan melalui tabulasi silang dan tabel frekuensi, menggambarkan kesadaran masyarakat Indonesia terhadap etika berbahasa yang sesuai dengan tuntutan zaman modern.

INFORMASI ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Dikirim/Diterima 08 Nov 2022

Revisi Pertama 14 Des 2022

Diterima 06 Feb 2023

Tersedia Daring 09 Feb 2023

Tanggal Penerbitan 01 Apr 2023

Kata Kunci:

Relevansi Karakter, Masyarakat Modern, Etika Berbahasa, Media Sosial.

1. PENDAHULUAN

Karakter bangsa yang mulai pudar karena pengaruh dari berbagai aspek salah satunya yaitu faktor masalah nasional karena budaya-budaya asing yang mulai masuk ke Indonesia menyebabkan banyak penyimpangan-penyimpangan moral yang terjadi dalam berbagai hal seperti kesantunan berbahasa dari ketikan maupun verbal, gaya hidup, dan sebagainya (Kembara et al., 2022; Liah et al., 2023). Maka, hal ini menjadi sebuah urgensi untuk menanamkan kembali nilai-nilai karakter dengan mengimplementasikan kesantunan berbahasa yang merupakan aspek terpenting dalam kehidupan sehari-hari karena bahasa merupakan bentuk alat ekspresi diri, dengan demikian bahasa memiliki peran dalam membentuk sebuah karakter seseorang (Beniati Lestyarini, 2012). Manusia tidak akan terlahir langsung memiliki kesantunan berbahasa, namun manusia akan menemukan kesantunan seiring berjalannya waktu dengan berkomunikasi. Berbagai macam kesantunan yang ditemukan di media sosial memiliki tujuan yang beragam kesantunan berbahasa itu merupakan hal yang penting untuk diperhatikan setiap individu (Tyas, n.d.). Kesantunan berbahasa berpengaruh juga terhadap interaksi seseorang (Tipa Uswatun et al., 2019). Maka dari itu, Pembentukan karakter sangatlah penting di era zaman modern dengan karakter yang mumpuni maka sebagai masyarakat Indonesia tidak mudah terpengaruh paham dan budaya luar bahkan lebih bisa mencintai negara sendiri. Selain itu, Penuh kesantunan dan penggunaan bahasa yang baik menjadi bagian dari citra diri berbanding terbalik apabila bahasa yang digunakan tidak memenuhi etika berbahasa santun maka diri kita dipandang menjadi pribadi yang buruk (Mustika, 2008).

Berkembangnya teknologi secara pesat telah banyak memengaruhi hal-hal yang ada dengan menunjukkan kurangnya pemahaman tentang bagaimana berbahasa dan beretika yang seharusnya baik dalam media sosial atau pun lainnya (Firasanto, n.d.). Tentu dengan adanya teknologi berhubungan erat dengan suatu hal yang bernama internet yang mencakup segala hal. Salah satu contoh perkembangannya yaitu di bidang komunikasi menciptakan beragam gagasan, ide, dan inovasi untuk memudahkan proses komunikasi sehingga media sosial sekarang menjelma sebagai alat informasi yang berpotensi di Indonesia (Dewi, 2019). Keberadaan internet dan media sosial juga memiliki dampak negatif jika dihadapkan dengan aspek etika dan moral karena kedua konsep ini berbenturan ketika memasuki ranah digital (Fahrimal, 2018). Aspek internet dan media sosial tentu memerlukan suatu etika dan norma yang digunakan untuk memuat batasan terhadap perilaku yang terjadi dalam ranah digital maupun tidak digital karena sangat penting dalam kehidupan bermasyarakat.

Demikian, Bahasa berperan penting dalam kehidupan aspek manusia. Penggunaan bahasa harus dikaitkan dengan satu kesatuan yang hierarki, yang mana harus tersusun secara rapi dan baik, mengingat persepsi tiap seseorang berbeda-beda (Nuralifa et al., 2021). Penggunaan bahasa di media sosial memiliki pengaruh besar terhadap karakter masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Namun, Masih banyak masyarakat Indonesia mengabaikan nilai-nilai etika bahasa di media sosial, sehingga Indonesia dikenal sebagai negara yang kurang sopan dalam berbahasa (Putra, 2008). Sebabnya, penggunaan bahasa yang kurang santun dan sarkasme banyak ditemukan di media sosial contohnya

berisi caci-maki, cemooh, umpatan, dan hal-hal yang bersifat merendahkan (Nugrahani, 2017). Dengan begitu bahasa dapat digunakan sesuai kebutuhan dan tujuannya maka pelanggaran yang terjadi dalam penggunaan bahasa Indonesia dipahami melalui konteksnya (Nugrahani, 2018).

2. METODE PENELITIAN

DESAIN

Metode penelitian dilakukan dengan studi kasus kuantitatif dengan judul Relevansi Karakter dalam Masyarakat Modern Abad ke-21 dalam Etika Berbahasa di Media Sosial. Metode kuantitatif menurut ahli Sugiyono (2016) kuantitatif merupakan dasar penelitian yang menggunakan dasar filsafat positivisme untuk mendapatkan gambaran dan pengujian secara hipotesis (Misrawati & Suryana, 2021). Bahkan, dalam telaah kuantitatif, ukuran banyaknya responden yang mengisi dan jumlah pertanyaan yang diajukan berpengaruh kepada hasil analisis yang meliputi ketelitian dan keakuratan (Alwi, 2015).

Penelitian ini ditujukan guna mengetahui respon para masyarakat Indonesia melewati kuisisioner yang telah disebar melalui aplikasi media sosial seperti *Whatsapp* dan Instagram agar mengetahui perilaku etika berbahasa di media sosial terhadap relevansi karakter masyarakat di abad ke-21. Tanpa niat mengurangi, mengubah, dan menambahkan data yang terdata dalam kuisisioner.

SAMPEL

Dalam penelitian terakit judul yang diambil maka melibatkan para masyarakat di Indonesia sekitar dari kalangan remaja-dewasa. Sebanyak 100 responden sebagai tolak ukur minimal dilibatkan dalam kegiatan pengisian kuisisioner *link g-form* karena didasarkan pada aspek luas dan utama yang bersifat objektif terhadap masyarakat di Indonesia yang berhubungan dengan relevansi karakter pada masyarakat di abad ke-21 dalam etika berbahasa di media sosial. Para masyarakat Indonesia yang ikut andil diklasifikasikan berdasarkan umur yang tertera yaitu sebagai berikut.

No.	Umur	Jumlah Responden		Profesi
		Laki-laki	Perempuan	
1	14-18 tahun			Siswa/i
2	19-22 tahun	37	70	Mahasiswa/i
3	23-27 tahun			Bekerja
4	28-32 tahun			Bekerja

Tabel 1. Karakteristik Responden

Para responden memiliki karakteristik yang sama dalam segi umur dan mereka juga berasal dari asal yang berbeda-beda karena cakupan penyebaran kuisisioner ini

sangatlah luas. Remaja sampai menginjak dewasa merupakan kalangan yang paling mendominasi dalam kesediaan kegiatan pengisian *link g-form*.

Data yang diperoleh dari responden dibedakan berdasarkan rentan umur melalui cara peneliti menyebarluaskan kuisisioner yang berisikan 20 pertanyaan dengan perantara aplikasi sosial media seperti *Whatsapp* dan *Instagram* dengan begitu sasaran minimal responden dengan jumlah minimal 100 lebih mudah, efisien, dan tidak menyita banyak waktu.

PENGUMPULAN DATA

Peneliti melakukan penyiapan pertanyaan dari mulai pertanyaan nama, umur, serta profesi hingga inti pertanyaan yang berisikan 1-20 pertanyaan yang dapat mendukung penguatan hasil penelitian akhir sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan dalam penelitian.

Pelaksanaan pembuatan pertanyaan untuk kuisisioner *link g-form* memakan waktu selama 2-3 hari dengan tujuan dan sasaran yaitu masyarakat yang dikhususkan berdasarkan kategori guna mendukung hasil dan pembahasan penelitian, kemudian *link* disebarkan kepada masyarakat luas dari mulai tanggal 30 Oktober 2022 dan berhasil mencapai target dengan minimal 100 responden yang ternyata diisi oleh 107 responden pada 2 November 2022. Secara umum, kuisisioner pertanyaan berisikan perihal; 1) tanggapan dan pendapat masyarakat secara umum terhadap etika berbahasa di media sosial; 2) etika berbahasa; 3) etika bermedia sosial; 4) faktor komentar negatif; 5) dampak internet; 6) keikutsertaan generasi muda; dan 7) pengetahuan masyarakat tentang netizen Indonesia yang kurang ramah.

Pengumpulan data juga selain mengacu kepada hasil jawaban dari responden kami membaca dan mempelajari buku teks bahkan jurnal artikel ilmiah dari situs-situs web tertentu guna mengidentifikasi materi yang berkaitan dengan etika berbahasa dalam bermedia sosial yang relevan dengan karakter.

ANALISIS DATA

Analisis penelitian dilakukan dalam bentuk tabel yang berisikan 3 tabel sekaligus dan dikategorikan secara khusus sesuai masing-masing pertanyaan dan jawaban sesuai dengan konteks yang dibutuhkan dalam penelitian. Dalam menganalisis jawaban, kami melakukan dengan metode pendekatan teori dari jurnal artikel ilmiah yang didapatkan untuk mengetahui dan mengidentifikasi pertanyaan dan jawaban serta kesesuaian etika berbahasa di media sosial dalam kehidupan sehari-hari yang berpengaruh pada karakter untuk mengetahui respon kepedulian masyarakat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil kuisisioner *link g-form* yang telah diisi oleh 107 responden yang meliputi masyarakat Indonesia, jawaban dari setiap responden dikategorikan dan diklasifikasikan berdasarkan soal dan jawaban kriteria ide yang disajikan dalam tabel sebagai berikut.

No	Pertanyaan	Kategori	F	%
1.	Apa tanggapan anda terhadap netizen yang sering berkomentar kasar di media sosial?	a. Memprihatinkan	94	87,9%
		b. Biasa saja	13	12,1%
2.	Bagaimana pendapat Anda mengenai negara Indonesia, yang dinobatkan sebagai negara paling buruk dalam berkomentar di sosial media?	a. Memprihatinkan	101	94,4%
		b. Biasa saja	5	4,7%
		c. Bangga	1	0,9%
3.	Menurut Anda, berapakah rata-rata umur dari orang yang sering berkomentar kasar di sosial media?	a. 7-15 tahun	26	24,3%
		b. 16-23 tahun	66	61,7%
		c. 24-40 tahun	15	14%
4.	Menurut Anda, etika apa yang perlu kita terapkan dalam bersosial media?	a. Menjaga ketikan	92	86%
		b. Men- <i>judge</i> orang	15	14%
5.	Menurut Anda, faktor apa yang membuat generasi kita dapat berkomentar negatif?	a. Kurang didikan	92	86%
		b. Merasa bosan	15	14%
6.	Menurut Anda etika berbahasa apa saja yang harus kita terapkan dalam bersosial media?	a. Sopan	106	99,1%
		b. Memaki	0	0,9%
		c. Provokatif	1	
7.	Apakah menurut Anda keberadaan internet sekarang dapat berdampak buruk bagi generasi sekarang dan masa depan?	a. Iya	67	62,6%
		b. Tidak	40	37,4%
8.	Apakah Anda setuju dengan pendapat bahwa masyarakat Indonesia masih mudah terpengaruh oleh hoax?	a. Setuju	103	96,3%
		b. Tidak setuju	4	3,7%
9.	Menurut Anda, apakah penting kita beretika dalam bermedia sosial?	a. Penting	106	99,1%
		b. Tidak penting	1	0,9%
10.	Apakah Anda setuju dengan pendapat masyarakat Indonesia mudah berkomentar negatif dalam bersosial media?	a. Setuju	89	82,2%
		b. Tidak setuju	18	16,8%
11.	Menurut Anda, opini yang kita <i>posting</i> di media sosial dapat memberikan pengaruh terhadap etika bahasa?	a. Ya	94	87,9%
		b. Tidak	13	12,1%
12.	Menurut Anda, apakah berkata kasar dapat membuat kita terlihat keren di sosial media?	a. Ya	4	96,3%
		b. Tidak	103	3,7%

Tabel 2. Tabulasi Data Kategori Pendapat Masyarakat Indonesia Terhadap Etika Berbahasa dalam Media Sosial

Berdasarkan data responden yang diperoleh menunjukkan bahwa etika bermedia sosial masyarakat Indonesia saat ini memprihatinkan, dengan dampak penggunaan media sosial yang terus berkembang mengikuti perubahan zaman sehingga dapat berpengaruh negatif terhadap etika dan moral dalam berbahasa serta berkomunikasi (Kardiana et al., 2021). Alhasil, banyak berita dan sumber informasi yang tersebar secara luas serta cepat tanpa dapat di kontrol.

Banyak pula berita hoax yang tersebar tanpa diketahui informasi valid siapa pengirim dan kebenaran informasi tersebut. Yang pada akhirnya dapat menggiring opini masyarakat dengan mudahnya, sesuai dengan data yang telah di peroleh bahwasanya masyarakat Indonesia masih dengan mudahnya terpengaruh oleh berita hoax (Al-Ayyubi, 2019). Berdasarkan data yang diperoleh menunjukkan bahwa netizen Indonesia suka berkomentar negatif di media sosial, faktor-faktor yang menyebabkan netizen suka berkomentar negatif karena kurangnya didikan dan sebagian kecil nya karena merasa bosan.

Etika merupakan hal yang patut diperhatikan. Dikarenakan berkomentar buruk tidak akan membuat kita terlihat keren, namun mirisnya menurut pendapat responden, masyarakat yang berkomentar kasar di sosial media merupakan remaja hingga orang dewasa, yang mana seharusnya di umur itu mereka mengetahui etika berkomunikasi yang menggunakan bahasa yang sopan, santun, serta sesuai dengan kajian KBBI, tanpa membangkitkan rasa emosi serta unsur SARA (Nuralifa et al., 2021).

Etika berbahasa dipengaruhi oleh media sosial yang semakin berkembang, terlebih jika memakai media sosial untuk hal yang negatif. orang indonesia masih sering termakan oleh berita berita hoax di media sosial yang membuat warga Indonesia dengan gampang nya menghilangkan sifat etika yang pernah mereka punya dengan etika negatif di media sosial. bahkan beberapa di antaranya merasa bangga dan terlihat keren ketika berkata kasar di media sosial.

Masyarakat juga dapat dengan mudah berkomentar kasar dan meninggalkan jejak opini negatif yang mereka dapatkan dengan mudah tanpa berfikir terlebih dahulu akan komentar yang mereka sebar. Orang yang mengunggah pun bisa terkena imbas karena unggahan dengan opini mereka yang menarik perhatian netizen untuk mengeluarkan kata kata kasar (Sa'idah et al., 2021).

No	Pertanyaan	Kategori	F	%
1.	Faktor negatif apa saja yang sering Anda temukan di sosial media?	a. Penipuan	11	10,3%
		b. Bullying	58	54,2%
		c. Hoax	38	35,5%
2.	Apakah kita sebagai generasi muda dapat turut ikut serta dalam membantu memperbaiki karakter masyarakat dalam bersosial media?	a. Iya dapat	96	89,7%
		b. Tidak dapat	2	1,9%
		c. Ragu-ragu	9	8,4%
3.	Apakah Anda sudah menerapkan etika berbahasa saat bersosial media sehari-hari?	a. Sudah	98	91,6%
		b. Belum	9	8,4%

4.	Seberapa sering Anda menggunakan media sosial?	a. Setiap waktu	41	38,3%
		b. Sering	60	56,1%
		c. Jarang	6	5,6%
5.	Apakah etika berbahasa dalam bersosial media itu penting?	a. Penting	104	97,2%
		b. Tidak penting	3	2,8%
6.	Apakah Anda tahu bahwa Indonesia tercap sebagai negara yang tidak sopan dalam bersosial media?	a. Tahu	81	75,0%
		b. Tidak tahu	26	24,3%
7.	Kesenjangan bahasa mempengaruhi etika berbahasa di sosial media.	a. Ya	103	96,3%
		b. Tidak	4	3,7%
8.	Perluakah dilakukan sosialisasi tentang etika berbahasa dalam bersosial media?	a. Ya	102	95,3%
		b. Tidak	5	4,7%

Tabel 3. Tabulasi Data Kategori Etika Berbahasa dalam Media Sosial

Sumber: Data diolah 2022

Dari data yang telah diperoleh, persentase masyarakat cenderung peduli atas dampak buruknya etika berbahasa di media sosial. Sehingga dapat dianalisis bahwa, frekuensi positif jawaban yang telah diperoleh memicu dampak perubahan yang telah dilakukan oleh masyarakat, perubahan ini menyangkut atas kepedulian masyarakat dalam bertindak menggunakan media sosial yang berdampak pada hal negatif seperti terpapar hoax, konten negatif, bullying, dan dapat memicu kejahatan (Prakoso & Ramadhan, 2022). Oleh karena itu, peran dalam etika sangat diperhitungkan karena peran yang diberikan akan mengenai status dalam orang yang berkomentar tersebut, yang mana interaksi etika berbahasa harus dipertimbangkan baik secara langsung atau pun dalam media sosial (Ramadhani, 2019). Kesenjangan bahasa di media sosial memengaruhi etika berbahasa itu benar adanya. Kesenjangan berbahasa dapat disebabkan karena suatu faktor sebab media sosial merupakan aplikasi berbasis internet sehingga komunikasi cenderung cepat dan penggunaanya dapat memilih menggunakan kosakata yang cepat (Mulyaningsih, 2023)

Tindakan ini sangat akan memengaruhi generasi ke depannya karena etika berbahasa dalam media sosial merupakan suatu hal penting yang bersinggungan dengan moral, semakin tinggi kepedulian dari masyarakat dalam bersosial media maka akan semakin tinggi nilai luhur yang akan dicerminkan bagi generasi ke depannya dan dipastikan tidak ada kesenjangan dalam berbahasa secara langsung maupun melalui media sosial. Tentunya proses pembentukan etika berbahasa di media sosial tidak bisa dilakukan secara cepat sebab tak bisa dipungkiri keberadaan media sosial dan perkembangannya telah memasuki semua lapisan masyarakat dari kalangan menengah hingga atas (Eka Septiani, Sri Mulyani, 2020). Dengan demikian, harus ada kesadaran dari masyarakat dalam bertindak melakukan proses tersebut salah satu prosesnya bisa dilakukannya suatu sosialisasi yang berkaitan dengan etika bahasa di media sosial. Dengan begitu, proses yang dihasilkan bisa berjalan dengan baik dan sesuai yang kita harapkan.

Pada dasarnya, etika berbahasa di media sosial sudah menjadi tumpu dalam pokok berbahasa dalam komunikasi. Kita sebagai manusia harus membiasakan menggunakan bahasa yang baik dan benar antar sesama. Dengan begitu, manusia dapat bertukar pikiran secara verbal saat berkomunikasi yang dapat mempermudah aspek kegiatan berkomunikasi yang berbau positif. Sehingga itu akan menjadi suatu nilai luhur yang perspektif dengan memikirkan dan memahami perasaan orang lain dan tentunya akan berdampak pula bagi diri kita sendiri, kebiasaan memahami sebelum berpendapat akan merubah diri kita menjadi makhluk sosial yang memiliki karakter luhur dan bermoral yang itu sudah seharusnya dimiliki setiap manusia.

PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan yang berjudul relevansi karakter dalam masyarakat modern abad ke-21 dalam etika berbahasa di media sosial menunjukkan bahwasanya masyarakat tidak begitu mengetahui tentang Indonesia yang di cap sebagai negara paling tidak sopan dalam berkomentar di media sosial. Hal ini tentu berpengaruh terhadap moral dan karakter yang mengindikasikan jika berkomentar negatif yang meliputi bahasa-bahasa kasar itu sungguh memprihatinkan terutama dilihat dari data jika kebanyakan komentar berbau bahasa kasar atau tidak senonoh berasal dari generasi muda, sedangkan harapan besar masyarakat dan bangsa Indonesia terhadap generasi muda sangatlah besar.

Media sosial merupakan aplikasi yang kerap kali digunakan masyarakat karena memudahkan komunikasi secara luas hal ini karena media sosial bersinggungan keras dengan keberadaan internet dari masa ke masa yang semakin canggih. Para masyarakat berpendapat bahwa etika dalam bermedia sosial haruslah sopan secara langsung maupun tidak, meski keberadaan media sosial tak dapat dipungkiri membawa dampak negatif juga.

Hal tersebut membuat masyarakat mementingkan etika berbahasa itu sangatlah penting sejalan dengan yang dikatakan Sumarni, 2019 dalam (Liah et al., 2023) karena kepengaruhannya media sosial terhadap penggunaannya mempengaruhi kehidupannya menyebabkan sosialisasi terhambat dan ketidakstabilan emosi. Jika masyarakat kita tidak memperhatikan hal ini dalam berkomentar maka dapat dengan mudah menggiring opini negatif terhadap sesuatu yang dapat merugikan banyak orang bahkan diri sendiri (Purnama et al., 2023). Dengan demikian, dapat dilihat bahwa bahasa Indonesia berkembang dan mengalami perubahan sehingga wawasan tentang berbahasa Indonesia harus diberikan wawasan kepada masyarakat (Rozak et al., 2021).

Dengan begitu keberadaan internet dan media sosial yang semakin maju membutuhkan sebuah tindak lanjut dengan cara sebuah sosialisasi yang berkaitan erat dengan etika berbahasa melihat dari segi moral agar relevansi karakter sejalan dengan kehidupan. Kejadian degradasi moral karena pengaruh etika berbahasa perlu mengutamakan nilai-nilai kesantunan (Kembara et al., 2021).

4. KESIMPULAN

Karakteristik bangsa saat ini dapat dipengaruhi juga oleh berbagai aspek, kita dapat menyadari perkembangan zaman yang selalu berkembang setiap harinya, dengan

teknologi yang kian pesat dapat mempermudah mobilitas masyarakat saat ini. Namun, dengan berkembangnya teknologi saat ini dapat memberikan nilai negatif terhadap karakteristik bangsa. Salah satunya dalam berkomentar dalam bermedia sosial. Saat ini etika berbahasa dalam media sosial masyarakat Indonesia sangat memprihatinkan, masih banyak netizen Indonesia yang aktif berkomentar kasar dengan berbagai kalangan usia, baik itu perempuan maupun pria. Bangsa kita yang dikenal ramah dalam kancah dunia seakan tidak nyata ketika masyarakat Indonesia sendiri dinobatkan sebagai negara yang buruk dalam berkomentar di media sosial.

Berbahasa seringkali menghadapi tantangan untuk menjaga kesinambungan terhadap budaya bangsa. Berkomentar negatif semakin tinggi dengan semakin meningkatnya media sosial, dan juga berdampak pada karakter bangsa. (HC, 19 Tahun) Salah satunya karakter bangsa yang pudar dan terjadinya penyimpangan moral dalam berkomunikasi dalam media sosial. Karena etika merupakan hal yang sangat penting, etika merupakan hal dasar bagi kita untuk berkomunikasi.

Namun masih banyak masyarakat yang masih peduli terhadap moral, etika, dan karakteristik dalam berkomentar di media sosial, karena jika terjadinya kesenjangan sosial maka akan berpengaruh terhadap status bagi orang yang berkomentar. Kesenjangan bahasa dalam media sosial dikarenakan beberapa faktor salah satunya seperti kurangnya didikan dan perhatian dari orang tua serta dapat dikarenakan rasa bosan. Maka sangat penting untuk kita menanamkan nilai moral sejak dini agar generasi selanjutnya dalam masyarakat, kita dapat berkomentar sesuai dengan kajian KBBI, tanpa membangkitkan rasa emosi serta unsur SARA.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Al-Ayyubi, M. Z. (2019). Etika Bermedia Sosial Dalam Menyikapi Pemberitaan Bohong (Hoax) Perspektif Hadis. *Jurnal Studi Ilmu-Ilmu Al-Qur'an Dan Hadis*, 19(2), 148. <https://doi.org/10.14421/qh.2018.1902-02>
- Alwi, I. (2015). Kriteria Empirik dalam Menentukan Ukuran Sampel Pada Pengujian Hipotesis Statistika dan Analisis Butir. *Formatif: Jurnal Ilmiah Pendidikan MIPA*, 2(2), 140–148. <https://doi.org/10.30998/formatif.v2i2.95>
- Beniati Lestyarini. (2012). Penumbuhan Semangat Kebangsaan untuk Memperkuat Karakter Indonesia Melalui Pembelajaran Bahasa. *Jurnal Pendidikan Karakter*, 2(3), 341–354. <https://journal.uny.ac.id/index.php/jpka/article/view/1250/1051>
- Dewi, M. S. R. (2019). Islam dan Etika Bermedia (Kajian Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial Instagram Dalam Perspektif Islam). *Research Fair Unisri*, 3(1), 139–142.
- Eka Septiani, Sri Mulyani, dan N. I. A. (2020). Kemampuan Orang Tua dalam Menanggapi Bahasa Pesan Singkat Anak-anak Terhadap Etika Berbahasa. *Jurnal Pujangga*, 6(1), 16–29. <http://journal.unas.ac.id/pujangga/article/view/850/700>
- Fahrimal, Y. (2018). Netiquette: Etika Jejaring Sosial Generasi Milenial Dalam Media Sosial. *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 22(1), 69–78. <https://doi.org/10.46426/jp2kp.v22i1.82>

- Firasanto, G. (n.d.). *Pengaruh Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Etika Berbahasa dalam Media Sosial*.
- Kardiana, G. T., Zahwa, M. N., Istifayza, N., Aprilia, V., Devi, W. T., Sari, D. M., & Yuniar, A. D. (2021). Kesadaran mahasiswa terhadap etika berbahasa. *Jurnal Integrasi Dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(5), 605–613. <https://doi.org/10.17977/um063v1i5p605-613>
- Kembara, M. D., Rozak, R. W. A., Hadian, V. A., Nugraha, D. M., Islami, M. R. F., & Parhan, M. (2021). Etnisitas dan Kearifan Lokal: Penerapan Nilai-Nilai Budaya Sunda dalam Pembentukan Karakter Generasi Milenial. *El-Wasathiya: Jurnal Studi Agama*, 9(1), 1–17.
- Kembara, M. D., Rozak, R. W. A., Maftuh, B., & Hadian, V. A. (2022). Research Based Learning to Improve Students 6C Skills During the Pandemic. *Proceedings of the 4th Social and Humanities Research Symposium (SoRes 2021)*, 658(SoRes 2021), 107–111. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220407.020>
- Liah, A. N., Maulana, F. S., Aulia, G. N., Syahira, S., & Nurhaliza, S. (2023). Pengaruh media sosial terhadap Degradasi Moral Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(1), 68–73.
- Misrawati, M., & Suryana, D. (2021). Bahan Ajar Matematika Berbasis Model Pembelajaran Tematik terhadap Kemampuan Berhitung Anak Usia Dini. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 6(1), 298–306. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v6i1.1249>
- Mulyaningsih, I. (2023). Kebiasaan Berbahasa di Media Sosial: Kajian Psikolinguistik. *Aksara*, 35(1), 106. <https://doi.org/10.29255/aksara.v35i1.1237.106--115>
- Mustika, I. (2008). Mentradisikan Kesantunan Berbahasa: Upaya Membentuk Generasi Bangsa yang Berkarakter. *Jurnal Ilmiah Program Studi Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 282.
- Nugrahani, F. (2017). Penggunaan bahasa dalam media sosial dan implikasinya terhadap karakter bangsa. *Stilistika*, 3(1), 1–18.
- Nugrahani, F. (2018). Penggunaan Bahasa Dalam media Sosial Cermin Pudarnya Karakter Bangsa. *Repositori Kemendikbud*, 1–12.
- Nuralifa, Rahim, R. A., & Muhdina, D. (2021). Penggunaan Bahasa pada Media Sosial (Medsos): Studi Kajian Pragmatik. *Gema Wiralodra*, 12(2), 305–319. <https://gemawiralodra.unwir.ac.id/index.php/gemawiralodra/article/view/188>
- Prakoso, F. A., & Ramadhan, Z. (2022). Sosialisasi etika bermedia sosial pada siswa SMK Muhammadiyah Parung, Kabupaten Bogor. *Altruis: Journal of Community Services*, 3(2), 26–29. <https://doi.org/10.22219/altruis.v3i2.20862>
- Purnama, I., Aulia, R., Karlinda, D., Wilman, M., & Wijaya, R. (2023). *Civilia : URGENSI WAWASAN KEBANGSAAN PADA GENERASI Z DI TENGAH DERASNYA ARUS GLOBALISASI Universitas Pendidikan Indonesia Civilia : Pendahuluan Wawasan Kebangsaan adalah pandangan atau perspektif yang mencerminkan sikap dan karakteristik masyarakat Indone.*

- Putra, I. E. (2008). Peran Media Sosial dalam Kehidupan Masyarakat Modern PERAN MEDIA SOSIAL DALAM KEHIDUPAN MASYARAKAT MODERN Irfan Eka Putra* 4311010039. *Academia.Edu*, 1–8.
- Ramadhani, S. A. Y. U. (2019). Metode dan Strategi Pembinaan Akhlak Siswa di Sekolah. *Jurnal Pendidikan Dan Keislaman*, 6115, 686–696.
- Rozak, R. W. A., Suabuana, C., Kembara, M. D., & Islamy, M. R. F. (2021). Integrasi Nilai-Nilai Pendidikan Sosial-Budaya Dalam Pendidikan Bahasa Indonesia. *Semantik*, 10(1), 11–24. <https://doi.org/10.22460/semantik.v10i1.p11-24>
- Sa'idah, F. L., Santi, D. E., & Suryanto, S. (2021). Faktor Produksi Ujaran Kebencian melalui Media Sosial. *Jurnal Psikologi Perseptual*, 6(1), 1–15. <https://doi.org/10.24176/perseptual.v6i1.5144>
- Tipa Uswatun, A., Wijayanti, C. P., & Puspitasari, M. (2019). Krisis kesantunan berbahasa di media sosial instagram sebabkan fenomena cyberbullying. *Prosiding Seminar Nasional Sastra, Pedagogik Dan Bahasa*, 2(2), 67–73.
- Tyas, L. (n.d.). Etika Berbahasa Dalam Komunikasi di Sosial Media Pada Era Globalisasi. *Academia.Edu*, 1–16.