

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi adalah bagian yang tidak dapat dipisahkan dari aspek kehidupan manusia. Kehidupan manusia yang mulanya berasal dari kesederhanaan berubah menjadi kehidupan yang modern seiring canggihnya teknologi informasi serta komunikasi yang berkembang saat ini. Dari waktu ke waktu, teknologi telah tercipta sesuai dengan esensinya dengan tujuan untuk mempermudah hidup manusia, khususnya dalam hal informasi dan komunikasi. Komunikasi dulunya berjalan dengan memerlukan waktu yang lama untuk penyampaian, namun saat ini dengan hadirnya teknologi komunikasi bisa menjadi cepat dan tanpa jarak (Saefullah, 2020). Hadirnya kemudahan dari teknologi yang melibatkan informasi dan komunikasi tersebut harus bersamaan dengan kemajuan berfikir, apabila tidak maka kemajuan teknologi tersebut akan menjadi berbanding terbalik dengan pola pikir manusia.

Salah satu kemajuan dalam bidang teknologi komunikasi adalah lahirnya *smartphone* dan internet yang memudahkan manusia semakin lancar dalam komunikasi. Tidak hanya itu saja, berbagai macam media untuk saluran komunikasi juga semakin banyak dan memudahkan interaksi manusia, dan semakin hari teknologi sudah menjadi kebutuhan dalam diri manusia (Saefullah, 2020). Kebutuhan manusia akan teknologi internet membawa hadirnya sosial media yang merupakan media online untuk membawa para penggunanya bisa menuangkan segala ide, mengekspresikan diri, dengan menyesuaikan kebutuhannya. Hadirnya

media sosial ini memberikan kemudahan dalam diri manusia untuk bisa berkomunikasi serta bersosialisasi (Manalu, 2012).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh *Center of Innovation Policy and Governance (CIPG)* yang dirilis di tahun 2020, laju penetrasi internet di Indonesia merupakan penetrasi internet tertinggi di Asia yang menyentuh angka 51% (Saifullah, 2020). Dewi, B (2021) menjelaskan bahwa penduduk Indonesia saat ini mencapai 277,7 juta dan dari jumlah tersebut 204,7 penduduk adalah pengguna internet. Dalam sumber yang sama sebuah analisis kepoinis menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia meningkat sejumlah 2,1 juta atau (+1,0 persen). Dengan adanya peningkatan tersebut maka jaringan yang dibutuhkan akan lebih besar. Dari data Ookla diketahui bahwa kecepatan internet seluler di Indonesia meningkat di angka 3,40 Mbps (+27,4 persen) dalam dua belas bulan hingga tahun 2022 (Dewi, B. 2021).

Adanya stabilitas dalam jaringan internet, memudahkan masyarakat untuk mencari informasi, melakukan komunikasi, hingga mendapatkan hiburan sehingga lahirnya media baru atau yang disebut *new media*. *New Media* atau media baru merupakan sebuah media yang saling melekat satu sama lain dan keterhubungan antar media ini hadir dengan bantuan dari teknologi bernama internet (Putri, V. 2021). Selain itu, istilah media baru juga memberikan gambaran mengenai informasi yang disiapkan dalam bentuk komunikasi elektronik yang bisa diakses oleh manusia melalui internet. Pada sebagian besar masyarakat di Indonesia, media sosial adalah identitas diri serta kebutuhan dan banyak masyarakat yang membuka media sosial hampir 24 jam (Irwansyah, Yuliana, Rita. 2020). Ada lima media sosial yang masuk lima besar media sosial yang sering digunakan berdasarkan

intensitas penggunaannya oleh masyarakat Indonesia yaitu *Youtube*, *Whatsapp*, *Facebook*, *Instagram* dan *Twitter* (Kemp, 2020).

Dalam setiap media sosial pastinya akan memiliki ciri khusus yang menarik para penggunanya, seperti *Twitter* yang memanjakan penggunanya dengan informasi tepat guna yang ditampilkan dalam informasi yang trending atau viral (Lolita, L. 2019). Hadirnya *Twitter* memunculkan sebuah fakta bahwa saat ini *Twitter* lebih disukai masyarakat daripada *Facebook*. Data terbaru menunjukkan bahwa saat ini pengguna *Twitter* mengalami peningkatan yang signifikan seperti yang dilansir dalam *Phone Arena* di tanggal 1 Mei 2020 disebutkan bahwa ada lonjakan pengguna aktif *Twitter* dari 134 juta pengguna di tahun 2019, menjadi 166 juta pengguna atau meningkat sebesar 24% (Widiastuti, D. 2020). *Twitter* memberikan setidaknya delapan fitur untuk memudahkan penggunanya dalam mengakses aplikasi dan mendapatkan informasi yang mereka butuhkan diantaranya: fitur *tweet* atau kicauan; fitur *follow*, *followers*, dan *unfollowing*; fitur *hashtag* atau tagar; fitur nama pengguna; fitur *retweet*; fitur *trending topics* atau topik hangat; fitur URL yang dipersingkat; serta fitur tiga mode tampilan; dan fitur *swipe* (Tempo.co. 2023).

Dari banyaknya fitur dalam media sosial yang bertujuan untuk memudahkan pengguna, tidak dapat dipungkiri bahwa setiap media sosial yang ada memiliki kekurangan dan keunggulan tersendiri. *Twitter* merupakan media sosial yang sifatnya *universal* dimana penggunanya bisa diberikan ruang kebebasan untuk berbagi cerita atau pengalaman yang dimiliki di kolom *tweet* atau kicauan. Pengguna *Twitter* bisa berbagi hal-hal yang mereka sukai atau bahkan yang tidak disukai dengan beragam gaya baik tulisan, gambar, bahkan video yang kemudian

akan mendapatkan sebuah *followers*, *like*, atau *retweet* dari para netizen. Hal ini perlu diperhatikan bahwa dalam setiap kebebasan yang ada dalam memanfaatkan media sosial tidak diperbolehkan untuk mengunggah konten yang sifatnya menyebarkan informasi untuk menimbulkan rasa kebencian, atau permusuhan individu maupun kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antar golongan (SARA) (Imaduddin, F. 2018). Apabila terjadi pelanggaran seperti yang sudah dijelaskan maka akan ada UU ITE yang mengatur mengenai pelanggaran oleh pengguna media sosial utamanya pada etika komunikasi di Indonesia. secara spesifik aturan ini terdapat pada Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik Nomor 19 Tahun 2006 Pasal 27 perubahan dari Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2018 (Chrysna, M. 2021).

Meskipun sudah ada Undang-Undang yang ditetapkan untuk menjadi batasan dalam kebebasan menggunakan media sosial, masih banyak diantara masyarakat di Indonesia yang tidak mengindahkan aturan tersebut. Microsoft bersama dengan temuan dari *Digital Civility Index (DCI) 2020* mengumumkan hasil studi tahunannya berjudul “*Civility, Savety, and Interactions Online -2020*” menunjukkan bahwa dalam keadaban digital diseluruh kawasan Asia-Pasifik selama masa pandemi tercatat bahwa Indonesia mengalami pengalaman online yang lebih negatif. Indonesia tercatat sebagai negara yang berada di peringkat 29 dari 32 wilayah kategori paling tidak sopan dalam berkomentar. Pada riset yang dilakukan oleh Microsoft ini, tingkat kesopanan netizen Indonesia memburukdelapan poin ke angka 76 dimana semakin tinggi angka tersebut maka tingkat kesopannya semakin buruk. Penelusuran ini dilakukan oleh DCI selama lima tahun terakhir dengan mengamati sekitar 16.000 responden yang beradqa di 32

wilayah yang diselesaikan dalam kurun waktu april hingga mei 2020 (Indonesia News Center, 2021).

Melihat fakta bahwa banyak berita yang menginformasikan bahwa netizen Indonesia kurang sopan dalam memberikan komentar di media sosial, membuat moralitas masyarakat semakin negatif. Di tahun 2022 banyak berita terkait propaganda yang menyebabkan budaya siber geram untuk melontarkan sebuah komentar yang kurang sopan dan bebas tanpa mengindahkan etika komunikasi (Istiqomah, N. 2022). Pada penelitian ini, penulis akan meneliti Etika Komunikasi Netizen pada *Force Majeure* Konser Westlife *The Wild Dreams Tour 2022* di akun media sosial Twitter @RajawaliIndo yang dilihat dari salah satu kutipan tweet atas postingan Rajawali Indonesia.

Rajawali Indonesia *Communication* atau lebih dikenal sebagai Rajawali Indonesia adalah perusahaan jasa yang bergerak di bidang komunikasi untuk menyediakan produk layanan berupa strategi komunikasi, perencanaan event, serta promosi. Tahun 2002 adalah tahun awal perusahaan ini berdiri dan mulai menaungi event skala kecil hingga berkembang menjadi penggagas event skala besar seperti *showbiz* dan *exhibition* (RajawaliIndo.com. n.d). Setelah berdiri selama puluhan tahun, Rajawali Indonesia tentunya sudah menyelenggarakan berbagai acara, salah satunya konser yang mengundang *guest star* Internasional yaitu Westlife.

Boyband asal Irlandia tersebut menyelenggarakan konser tur dunia pada tanggal 2 Oktober 2022 di kawasan Candi Prambanan, Sleman, Yogyakarta. Konser bertajuk "*The Wild Dreams Tour All The Hits!*" yang dilaksanakan Westlife ini dipromotori oleh Rajawali Indonesia. Namun sangat disayangkan, konser tur dunia tersebut mengecewakan banyak pihak karena *force majeure* yang memaksa LED

serta lampu panggung harus dimatikan akibat hujan lebat yang mengguyur *venue* acara sehingga keempat personel Westlife harus tampil dalam panggung yang minim cahaya (Rochimawati, 2022). Meskipun dengan keadaan tersebut, Rajawali Indonesia tetap melakukan *live update* sekaligus publikasi konser *The Wild Dreams Tour All The Hits!*” dengan memanfaatkan media sosial *Instagram*, *TikTok*, dan juga *Twitter*.

Namun, pada salah satu akun *official* media sosial Rajawali Indonesia yaitu *Twitter*. Akun *Twitter* dengan *username* @RajawaliIndo yang memiliki 39.656 pengikut dengan jumlah postingan sebanyak 12.614 postingan tersebut terdapat satu postingan mengenai Westlife The Wild Dreams Tour Candi Prambanan 2022 berupa *live update* konser berbentuk *thread* di akun @RajawaliIndoneisa banyak netizen yang memberikan komentar negatif menggunakan fitur kutip tweet. Berikut beberapa komentar tersebut, @sofiaherliana “*sumpah min lu ga waras*”, @rimarimbulll “*dih ga malu lu*”, @xxlrickso “*bangga lo bikin artis legend konser begini?*”, @vintagejoons_ “*ra nde isin. Artis inter njirrr malah gelappppp konserannya*”, @alicescent “*ini konser kaya mati lampu... apa gak malu promotornya*”, @blimbimbcp “*oh ini yang staff nya ngalangin orang belakang kh. Angkat hp tinggi bgt padahal doi tinggi juga. Lo pikir ini jurit malam gelap gelapan?*”, @tiodominguss_ “*bacootttt*”, @zyazyzyuw “*BACOT*” dan masih banyak komentar negatif lainnya. Secara garis besar peneliti melihat adanya komunikasi verbal yang ditulis oleh netizen di akun @RajawaliIndo akibat *force majeure* yang menimpa konser Westlife *The Wild Dreams Tour* 2022 di Candi Prambanan sehingga menimbulkan respon atau reaksi negatif dari netizen yang

melihatnya yang bersebrangan dengan etika komunikasi yang disampaikan oleh netizen.

Media sosial *Twitter* adalah media yang bisa digunakan untuk masyarakat bersosial. Media sosial *Twitter* memiliki perbedaan dengan media massa lain yang memiliki *gatekeeper* sebelum konten ditayangkan sehingga memungkinkan komentar-komentar negatif bermunculan yang bersebrangan dengan Etika Komunikasi. Etika komunikasi merupakan hal yang cukup penting untuk diketahui dan diterapkan dalam bermedia sosial supaya khalayak media bisa mengontrol diri dalam mengekspresikan diri dan gagasan di media sosial. Etika Komunikasi merupakan norma, nilai, dan ukuran tingkah laku baik dalam kegiatan komunikasi dalam sebuah masyarakat (Haryatmoko, 2007). Komunikasi akan berjalan dengan efektif apabila menggunakan strategi dan metode komunikasi yang tepat. Kesalahan yang terjadi dalam memilih kata untuk mengungkapkan gagasan bisa menyebabkan pesan yang disampaikan tidak efektif, sehingga tidak sesuai pula dengan etika komunikasi yang berlaku.

Kedua faktor terkait etika komunikasi dengan respons netizen pada saat terjadi *force majeure* konser Westlife *The Wild Dreams Tour 2022 All The Hits* di Candi Prambanan menarik untuk diteliti. Sebagai negara dengan tingkat kesopanan netizen yang rendah di kawasan Asia-Pasifik penelitian ini akan memunculkan pengetahuan yang bermanfaat untuk orang-orang dalam menghadapi perkembangan teknologi dan telekomunikasi. Pengetahuan mengenai etika komunikasi verbal di media sosial *Twitter* harus dipahami oleh orang-orang agar tidak memberikan dampak buruk ke orang lain. Penelitian yang sudah ada sebelumnya menjadi referensi peneliti dalam melakukan penelitian sehingga penulis bisa memperbanyak teori yang mendukung

peneliti dalam melakukan penelitian ini. Penelitian terdahulu yang pertama adalah penelitian yang dilakukan oleh Audia Dwi Cahyani dari Universitas Islam Riau dengan judul penelitian Analisis Komunikasi Verbal *Hate Speech* Netizen di Akun Media Sosial *Instagram* @rahmawatikekeyiputricantikka23. Hasil dari penelitian tersebut adalah dalam akun Instagram milik Kekeyi Putri dalam satu postingan yang sudah ditunjuk mendapatkan 52 komentar hate speech dengan kategori menunjuk binatang tertentu, kata-kata kasar, hingga menunjuk fisik. Perbedaan penelitian yang akan dilakukan peneliti dengan penelitian yang sudah ada sebelumnya adalah pada objek penelitian yang akan diteliti yaitu Twitter sehingga akan ada pembaruan dan bermanfaat untuk kebaruan penelitian.

Penelitian selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Nur Istiqomah dari IAIN Kediri dengan judul Pola Komunikasi Netizen di Media Sosial (Studi Etnografi Virtual Akun Instagram @gusmiftah)". Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa budaya siber netizen di komunitas akun @gusmifta dominan menggunakan komunikasi multi arah, dengan jenis komunikasi verbal serta nonverbal. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah fokus penggunaan etika komunikasi.

Berdasarkan paparan tersebut, peneliti akan melakukan analisis respons netizen pada akun Twitter @RajawaliIndo dengan menggunakan pendekatan kuantitatif terhadap *force majeure* konser Westlife berdasarkan prinsip etika komunikasi dan UU ITE yang berlaku.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana respon netizen pada akun Twitter @RajawaliIndo terhadap *force majeure* konser Westlife “*The Wild Dreams Tour*” 2022?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui respons netizen pada akun Twitter @RajawaliIndo terhadap *force majeure* Konser Westlife “*The Wild Dreams Tour*” 2022.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan dalam kajian ilmu komunikasi khususnya mengenai etika komunikasi pada media sosial Twitter dengan menggunakan metode analisis isi kuantitatif sehingga nantinya bisa menciptakan generasi muda yang beretika dalam menggunakan media sosial.

2. Manfaat Praktis

Bagi peneliti, penelitian ini bisa memberikan pengetahuan serta menambah wawasan sehingga bisa dijadikan acuan dalam peneliti memahami etika komunikasi di media sosial Twitter agar terhindar dari konflik yang bisa merugikan orang lain. Bagi netizen penelitian ini juga bisa memberikan pertimbangan dalam menyampaikan komentar dengan memilih bahasa yang sesuai dengan etika komunikasi.

E. Kerangka Teori

1. Etika Komunikasi

Dalam kehidupan bermasyarakat terdapat sebuah sistem yang mengatur mengenai tata cara manusia bergaul. Tata cara pergaulan untuk manusia saling menghormati lebih dikenal dengan istilah sopan santun. Tujuan dari adanya aturan pergaulan adalah menjaga kepentingan dari komunikator kepada komunikan agar tercipta interaksi yang menyenangkan, tenang, serta terlindungi tanpa ada pihak lain yang dirugikan kepentingannya serta tanpa ada hal yang bertentangan dengan hak asasi (Febriyanti, N., & A, Fikri., 2021). Etika berasal dari kata tunggal “*ethikus*” dan dalam bahasa Yunani disebut dengan “*ethicos*” yang memiliki makna kebiasaan norma, nilai, kaidah, serta ukuran baik dan buruk tingkah laku dari manusia (Diknas, 2005). Secara etimologis, kata “Etika” yang dalam bentuk tunggal bahasa Yunani “*ethos*” memiliki makna “adat dan kebiasaan”. Bentuk jamak dari kata “etika” adalah “*ta etha*” atau “*ta ethe*” yang memiliki makna adat kebiasaan (Agesti, S. 2022).

Berdasarkan definisi etika diatas, bisa ditarik kesimpulan bahwa etika memiliki hubungan dengan empat hal yaitu :

- a. Dilihat berdasarkan objek pembahasan, etika berupaya untuk menggali mengenai perbuatan yang dilakukan manusia
- b. Berdasarkan sumbernya, etika bersumber pada akan fikiran atau filsafat. Berdasarkan hasil pemikiran, etika sifatnya mutlak.
- c. *Absolute* dan namun tidak *universal*. etika sifatnya terbatas, bisa berubah. Terdapat kekurangan dan juga hal lainnya. Etika juga memanfaatkan beberapa ilmu yang bersangkutan dengan perilaku manusia misalnya antropologi, sosiologi, ilmu politik, dan sebagainya.

- d. Dari segi fungsi, etika memiliki fungsi sebagai penilai, penentu, dan penetap terhadap sebuah perbuatan yang dilakukan oleh manusia. Perbuatan tersebut dinilai apakah baik, buruk, terhormat, atau justru hina, dan sebagainya. oleh sebab itu, etika mengambil peran sebagai konseptor mengenai perilaku manusia. Etika cenderung mengacu pada pengkajian sistem nilai yang ada (Rafiq, dkk. 2019).

Sebagai cabang ilmu, etika memiliki pengertian secara ilmiah, diantaranya etika menurut James J. Spillane SJ (dalam Agesti, S. 2022) etika merupakan tindakan mempertimbangkan dan memperhatikan tingkah laku manusia dalam pengambilan sebuah keputusan yang memiliki kaitannya dengan moral, yang lebih mengarah pada penggunaan akal budi manusia dalam menentukan tindakan yang dilakukan benar atau salah. Dalam sumber yang sama Maryani dan Ludigdo mendefinisikan etika sebagai seperangkat norma, aturan, hingga pedoman yang mengatur perilaku manusia, baik yang harus dilakukan hingga yang harus ditinggalkan, yang

Febriyanti, N., & A, Fikri (2021) menjelaskan bahwa komunikasi merupakan penanda bahwa terjadi interaksi dalam anggota masyarakat karena komunikasi selalu melibatkan setidaknya dua orang didalamnya. Dalam interaksi diperlukan norma aturan yang bertujuan untuk pengendalian atau kontrol sosial supaya menciptakan masyarakat yang tertib. Salah satu cara untuk mewujudkan ketertiban masyarakat adalah dengan adanya etika, yaitu filsafat yang mengkaji baik buruk tindakan, yang dilakukan oleh manusia (Kismiyati, 2010). Berdasarkan pengertian dari kedua kata tersebut etika komunikasi merupakan norma, nilai, serta ukuran tingkah laku baik dalam kegiatan komunikasi dalam sebuah masyarakat

(Haryatmoko, 2007). Dengan demikian, etika komunikasi merupakan pedoman bertindak atas dasar moralitas yang memiliki kaitan erat dengan adat kebiasaan, norma, nilai, serta kaidah yang ada dalam kehidupan bermasyarakat.

Selanjutnya, Richard L Johasen (dalam Agesti, S. 2022) menjelaskan bahnya dalam sebuah pembicaraan, seseorang menggunakan etika untuk menghormati dan menghargai lawan bicaranya. Palongan, A (2020) berpendapat bahwa hadirnya etika komunikasi tidak datang secara tiba-tiba melainkan harus dibangun oleh kedua pihak yang sedang melangsungkan proses komunikasi. Dalam etika komunikasi, ada enam prinsip yang sering digunakan oleh orang-orang yang menjalani hubungan komunikasi, yaitu:

a. Prinsip keindahan

Prinsip keindahan merupakan dasar dari segala sesuatu yang mencakup penikmatan rasa senang pada keindahan. Dari prinsip keindahan manusia memperhatikan nilai keindahan sehingga ingin menampilkan sesuatu yang indah dalam tingkah lakunya. Contohnya dalam berpakaian, penataan ruang, dan lain hal membuat manusia bersemangat untuk bekerja. Namun itu semua bisa sia-sia apabila orang yang berkomunikasi tidak menampilkan adanya keindahan, dalam komunikasi keindahan bisa berbentuk sifat ramah tamah, senyum, hingga sapa.

b. Prinsip Persamaan

Prinsip persamaan muncul untuk memberikan persamaan hak antar manusia yang sedang berkomunikasi. Hak laki-laki dan perempuan sama untuk berbicara, persamaan ras, hingga persamaan di berbagai bidang tidak mempengaruhi satu sama lain untuk saling menghormati dalam proses

komunikasi. Prinsip ini melandasi perilaku yang tidak deskriptif atas dasar apapun. Apabila dalam hubungan komunikasi antar pribadi ada pihak yang merasa direndahkan, maka komunikasi yang berlangsung menjadi tidak efektif.

c. Prinsip Kebaikan

Prinsip kebaikan menjadi dasar individu untuk selalu berbuat baik dalam interaksi dengan lingkungannya. Prinsip ini biasanya berkenaan dengan nilai kemanusiaan misalnya saling menghormati, saling membantu dengan sesama manusia, kasing sayang, dan sebagainya. Manusia memiliki hakekat bahwa mereka ingin berbuat baik, karena ketika seseorang berbuat baik akan diterima oleh lingkungannya. Penyelenggaraan pemerintah serta pelayanan yang diberikan pada masyarakat memiliki tujuan untuk menciptakan kebaikan dalam diri masyarakat.

d. Prinsip Keadilan

Keadilan memiliki makna kemauan untuk tetap kekal dalam memberikan setiap orang hak yang seharusnya mereka peroleh. Oleh sebab itu, prinsip keadilan mendasari untuk bertindak adil dan profesional dan tidak mengambil sesuatu yang menjadi hak orang lain.

e. Prinsip Kebebasan

Kebebasan memiliki arti keleluasaan individu untuk bisa bertindak sesuai dengan pilihannya. Dalam prinsip kehidupan dan hak asasi manusia, setiap manusia memiliki hak untuk bisa melakukan sesuatu sesuai dengan kehendaknya asalkan tidak merugikan dan mengganggu hak orang lain. Dengan demikian, setiap kebebasan harus diikuti dengan tanggung jawab

sehingga tidak melakukan tindakan yang merugikan orang lain. Kebebasan dalam diri individu diartikan sebagai kemampuan untuk menentukan pilihan, kemampuan untuk melaksanakan pilihan, dan kemampuan untuk bertanggung jawab atas perbuatannya.

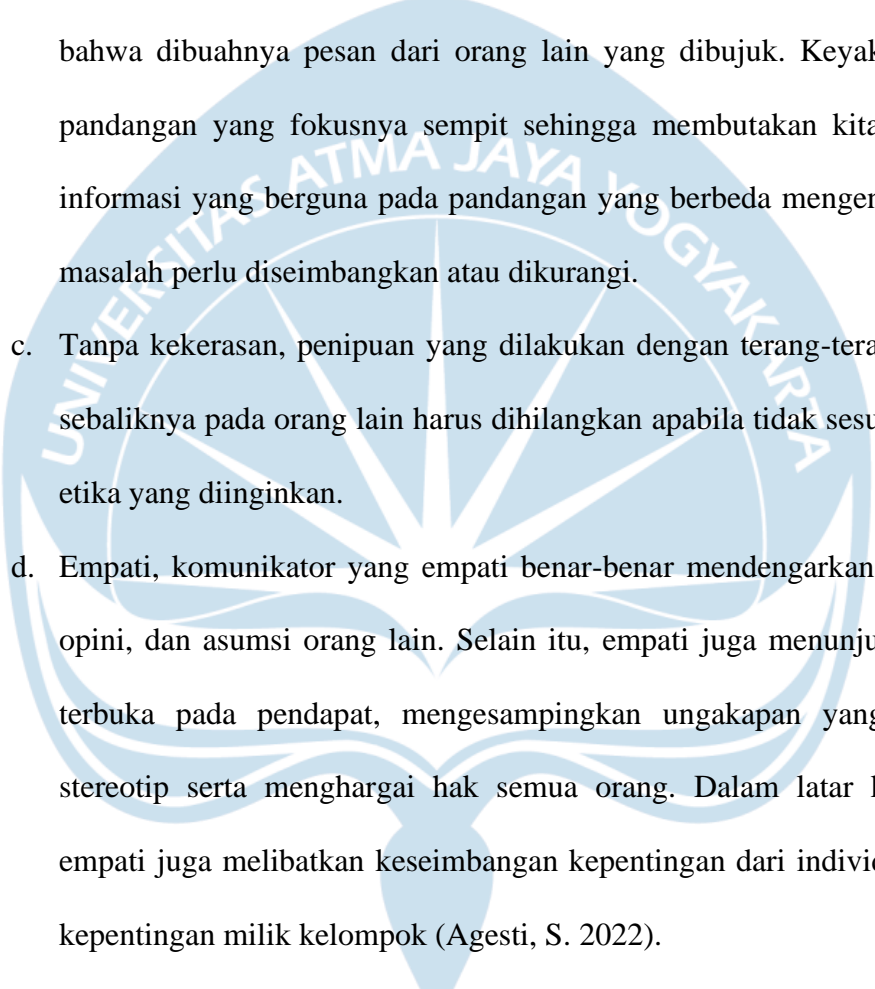
f. Prinsip Kebenaran

Kebenaran umumnya digunakan dalam logika keilmuan yang muncul dari pemikiran logis atau rasional. Kebenaran harus dibuktikan dan ditunjukkan supaya bisa diyakini oleh individu dan masyarakat. Dalam setiap kebenaran tidak bisa selalu diterima sebagai sebuah kebenaran apabila tidak bisa dibuktikan (Agesti, S. 2022).

Setelah membahas prinsip, dalam etika memiliki dua kategori yang dijabarkan sebagai berikut:

- a. Etika individual, yakni etika khusus yang mencakup standar dan acuan sikap manusia kepada dirinya sendiri. Misalnya seorang manusia harus paham bagaimana cara menghargai dirinya dengan tidak melakukan hal yang merugikan diri sendiri.
- b. Etika sosial, yakni etika khusus yang mencakup bagaimana standar dan acuan sikap manusia pada lingkungan, orang lain, bahkan publik sebagai anggota dari masyarakat sosial. Contoh dari etika sosial adalah manusia harus paham bagaimana bersikap pada orang lain.

Etika memiliki standar yang terbagi dalam empat tugas etika komunikasi yaitu keteguhan hati, keterbukaan, lemah lembut, dan keharuan yang kemudian dimodifikasi oleh Cheney dan Tompkins supaya bisa diterapkan dalam konteks komunikasi kelompok diantaranya:

- 
- a. Kehati-hatian, komunikator seharusnya memanfaatkan kesempatan persuasifnya untuk menilai secara menyeluruh mengenai pesan yang jelas dan yang tersembunyi dari organisasi dan menghindari penerimaan pesan dengan pandangan konvensional otomatis tanpa berfikir.
 - b. Mudah untuk dicapai, komunikator harus terbuka pada kemungkinan bahwa dibuahnya pesan dari orang lain yang dibujuk. Keyakinan atau pandangan yang fokusnya sempit sehingga membutuhkan kita terhadap informasi yang berguna pada pandangan yang berbeda mengenai sebuah masalah perlu diseimbangkan atau dikurangi.
 - c. Tanpa kekerasan, penipuan yang dilakukan dengan terang-terangan atau sebaliknya pada orang lain harus dihilangkan apabila tidak sesuai dengan etika yang diinginkan.
 - d. Empati, komunikator yang empati benar-benar mendengarkan argumen, opini, dan asumsi orang lain. Selain itu, empati juga menunjukkan rasa terbuka pada pendapat, mengesampingkan ungkapan yang sifatnya stereotip serta menghargai hak semua orang. Dalam latar kelompok, empati juga melibatkan keseimbangan kepentingan dari individu dengan kepentingan milik kelompok (Agesti, S. 2022).

Selain pada dunia nyata, etika komunikasi juga harus dilakukan sebagai netizen, yaitu sebagai berikut :

- a. Memberikan masukan positif

Sebagai netizen yang beretika maka seseorang bisa memberikan komentar atau saran yang positif pada masyarakat menggunakan media apapun. Kritik yang diberikan apabila membangun dan tidak menghakimi dengan

penggunaan kalimat yang tidak menyakiti orang lain maka akan memberikan dampak positif. Sebagai netizen yang beretika maka harus menggunakan kalimat yang baik dan benar dalam merumuskan argumen atau komentar.

b. Mengetahui dampak dari tindakan

Netizen harus memahami bahwa ada dampak dari tindakan atau komentar yang mereka berikan. Komentar yang disampaikan secara positif memiliki sifat tidak menghakimi dan mengadili. Netizen yang berkomentar secara negatif yang berbanding terbalik dengan komentar positif harus mengetahui bahwa ada aturan atau landasan hukum yang berlaku di Indonesia yang mengatur mengenai hal sedemikian rupa.

c. Melakukan riset

Sebelum meluapkan argumen atau komentar maka sebagai netizen wajib melakukan riset pada orang yang ingin dikomentari. Riset yang dilakukan bisa meliputi melihat latar belakang seseorang hingga melihat rekam jejak orang tersebut sehingga tidak memandang seseorang berdasarkan asumsi pribadi.

d. Bijak dalam menggunakan media sosial

Netizen yang baik wajib memiliki sikap bijak dalam memanfaatkan media sosial. Media sosial dilakukan untuk mencari informasi dengan mudah, media sosial juga bisa dimanfaatkan dengan baik untuk menyebarkan informasi positif, dan melakukan hal positif lainnya (Agesti,S. 2022).

Etika komunikasi dalam berkomunikasi sangat diperlukan utamanya dalam kehidupan bermasyarakat agar komunikasi yang berlangsung bisa berjalan dengan

baik dan pesan yang disampaikan bisa tepat dan benar. Ada beberapa tujuan dari etika komunikasi. Asmana, A dalam (Agesti, S. 2022) menjelaskan tujuan dari etika komunikasi sebagai berikut:

- a. Membantu individu atau kelompok dalam masyarakat untuk bertindak dengan bebas namun bertanggung jawab.
- b. Membantu individu atau kelompok untuk bisa mengambil tindakan atau sikap dengan cepat dan tepat.
- c. Mengembangkan rasa saling menghormati dan menghargai.

Aspek komunikasi yang banyak dilakukan para pemimpin salah satunya adalah memberikan umpan baik pada orang yang dipimpinya. Pemberian umpan balik atau *feedback* adalah membantu mereka yang menerima pesan memahami pesan yang diberikan agar maju dan tidak melakukan perilaku negatif. Cara bijak dalam memberikan umpan balik atau *feedback* bagi orang lain adalah sebagai berikut:

- a. Bersikap objektif dan tidak mengedepankan emosi
- b. Memberikan umpan balik atau *feedback* dengan seimbang serta tegas dengan sikap positif
- c. Dalam memberikan umpan balik atau *feedback* negatif, dilengkapi dengan saran yang positif (Nurdin, dkk. 2022)

Kemudian, dalam kegiatan sosial masyarakat, etika komunikasi sangat bermanfaat diantaranya untuk :

- a. Melancarkan proses komunikasi individu dengan orang lain sehingga menciptakan hubungan yang terjalin menjadi semakin erat

- b. Memahami apa yang disampaikan orang lain dengan baik, sehingga pesan tersampaikan mudah diterima
- c. Dalam menaati etika yang berlaku maka seseorang akan diterima dengan baik dalam lingkungan sosial masyarakat
- d. Menumbuhkan rasa saling menghargai dan menghormati dalam bermasyarakat
- e. Mencegah individu atau kelompok dalam bertindak atau berperilaku menyimpang dalam kegiatan komunikasi
- f. Mempererat hubungan dengan orang atau kelompok lain.

Etika komunikasi tidak hanya berkaitan dengan tutur kata, melainkan juga harus berasal dari nilai tulus yang diekspresikan dari ketenangan, kesabaran, dan empati dalam komunikasi (Agesti, S. 2022).

2. Undang- Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) Pasal 27

Dikutip dari A'LA (2022), Negara Indonesia memiliki aturan mengenai kebebasan dalam bermedia sosial yang diatur dalam UU ITE Pasal 27 sebagai berikut:

- a. Tidak menggunakan kata-kata kasar

Jika seseorang menggunakan kata kasar di media sosial maka termasuk tindak kekerasan secara verbal karena menyebabkan seseorang terluka. Kata-kata kasar menjadi pengungkapan yang tidak senonoh, seperti umpatan, penghinaan, caci maki dan sebagainya. Di Indonesia, apabila menggunakan kata kasar dianggap tidak memiliki etika sopan santun. Terdapat beberapa kelompok penggunaan kata kasar, yaitu; 1) Penggunaan kata kasar dengan referensi bentuk fisik: 'gendut', 'pendek', 'bulat', 'hitam', 'jelek'; 2) Penggunaan kata kasar dengan referensi keadaan

mental: ‘bodoh’, ‘gila’, ‘dasar stres’, ‘goblok’; 3) Penggunaan kata kasar dengan bentuk bagian tubuh: ‘menyebut kata yang berhubungan dengan alat kelamin; 4) Kata kasar dalam bentuk binatang: ‘babi’, ‘anjing’, dan jenis hewan lainnya; 5) Dalam bentuk pekerjaan: ‘pemulung’, ‘pelacur’, ‘buruh’; 6) Referensi dalam bentuk makhluk halus: ‘setan’; dan 7) Penggunaan kata kasar daerah: ‘bangsat’, ‘bacot’, ‘kimak’, dan sebagainya.

b. Provokatif

Provokatif merupakan suatu tindakan provokasi dengan menghasut, membangkitkan kemarahan yang dilakukan melalui media sosial agar dapat tersampaikan secara cepat dan dapat mengundang pertumpahan darah. Biasanya provokatif dapat menimbulkan perkelahian hingga peperangan, baik antar golongan, suku, ras hingga negara.

c. Unsur SARA

SARA berhubungan dengan pandangan secara verbal maupun nonverbal tentang identitas seseorang yang menyangkut golongan, agama, keturunan, kesukuan, dan juga kebangsaan. Terdapat tiga kategori SARA, yaitu: 1) *Individual* yang dilakukan secara individu atau golongan dengan sifat menyerang, mendiskriminasi, dan menghina golongan lainnya ataupun melecehkan; 2) *Institutional* yang dilakukan oleh suatu institusi atau pemerintah melalui aturan-aturan yang bersifat diskriminatif bagi suatu golongan; dan 3) *Culture* yaitu menyebarkan tradisi atau ide-ide yang bersifat diskriminatif antar golongan.

d. Memiliki Muatan Melanggar Kesusilaan

Terdapat beberapa kriteria pelanggaran kesusilaan, seperti pornografi, pornoaksi, penggunaan bahasa yang tidak sopan dan melanggar adab berbahasa, gambar, foto, dan simbol yang mengacungkan jari tengah atau disebut *fuck*.

e. Memiliki Muatan Perjudian

Perjudian diatur pada UU No. 7 Tahun 1974 yang bertentangan dengan agama, kesusilaan, dan juga moral Pancasila. Perjudian yang dilakukan menggunakan jaringan teknologi disebut perjudian *online* yang terdapat pada berbagai variasi *game*. Oleh karena itu, tindakan perjudian merupakan segala jenis tindakan *online* dengan taruhan dan memberikan keuntungan bagi individu ataupun kelompok yang memenangkan permainan.

f. Memiliki Muatan Penghinaan

Penghinaan yang diatur oleh UU dapat berupa tulisan, foto, video, ilustrasi, karikatur dan sebagainya yang disebarluaskan melalui media sosial baik disengaja maupun tidak dengan maksud dan tujuan tertentu.

g. Memiliki Muatan Pencemaran Nama Baik

Pencemaran nama baik terbagi 6 kategori, diantaranya penistaan, penistaan dengan surat, fitnah, penghinaan ringan, pengaduan palsu atau pengaduan fitnah, dan perbuatan fitnah. Dampak dari adanya pencemaran nama baik dapat merugikan orang lain.

h. Memiliki Muatan Pemeasaran

Pengancaman adalah bentuk penyampaian ancaman terhadap orang lain untuk mendapatkan barang atau uang untuk keuntungan pribadi maupun

orang lain dengan ancaman kekerasan menggunakan kekuatan fisik seperti memukul, menendang, atau kekerasan lain yang dapat melukai orang lain.

3. Media Sosial Twitter

Twitter merupakan situs web yang dimiliki serta dioperasikan oleh Twitter Inc yang dibentuk oleh Jack Dorset pada tahun 2006. O'Reilly & Meilstein dalam (Zahara et al. 2020) menjelaskan bahwa *Twitter* merupakan layanan perpesanan yang membagikan berbagai karakteristik dengan menggunakan alat komunikasi yang sudah digunakan. Unsur-unsur dalam *Twitter* memiliki kesamaan dengan surat elektronik (email), instant messenger, pesan singkat (SMS) blogging, jejaring sosial, dan sebagainya. Dalam sumber yang sama, *Twitter* muncul sebagai saluran bisnis utama karena Twitter bisa membuat perusahaan terlibat dengan konsumen, mitra dan konstituen langsung baik secara personal maupun publik. Sebagai situs yang menyediakan layanan online microblogging yang memungkinkan para pengguna untuk mengunggah konten yang bisa memuat 280 karakter, membawa *Twitter* menjadi salah satu media populer dan banyak digunakan pengguna media sosial di Indonesia (Zahara et al. 2020).

Zahara et al (2020) menjelaskan bahwa dalam *Twitter* ada beberapa istilah yang digunakan untuk menyebut fitur dan layanan yang mereka sediakan, berikut penjelasan dari *Twitter* mengenai istilah yang sering digunakan:

- a. *Bio* : deskripsi singkat mengenai pemilik akun sepanjang 160 karakter atau kurang dari 160 karakter.
- b. *Connect* : fitur untuk melihat interaksi, *mentions*, *follower* baru, *retweet*, dan pengguna lain yang menandai pengguna dalam *tweet* atau *me-retweet*.
- c. *Favorites* : daftar *tweet* yang ditandai

- d. *Follow* : mengikuti akun lain pada *Twitter* dengan tujuan berlangganan *tweet* dari akun tersebut.
- e. *Follower* : akun lain yang mengikuti serta berlangganan *tweet* suatu akun *Twitter*.
- f. *Following* : jumlah dari akun lain yang di ikuti dalam *Twitter*.
- g. *Interactions* : hubungan yang terjalin dalam *Twitter*. *Interactions* bisa berupa *mention*, *reply*, *retweet*, menambahkan ke sebuah daftar, menandai *tweet*, *me-retweet* sebuah *tweet*.
- h. *Mention* : *tweet* berupa muatan ulang tautan ke akun *Twitter* lain, ditandai dengan adanya tanda di nama depan
- i. *Reply* : *tweet* yang merupakan balasan dari *tweet* lain, diawali dengan *mention*.
- j. *Retweet* : arti dalam kata benda *retweet* adalah *tweet* dari akun lain yang diteruskan pada *followers* dengan tujuan menyebarkan *tweet* tersebut ke jaringan lebih luas. Sebagai kata sifat, *retweet* adalah aksi meneruskan *tweet* dari akun lain agar bisa dilihat *followers*.

Twitter memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk bisa menjalin pertemanan dengan pengguna lain dengan berbagai fitur dan fasilitas. Salah satu fitur yang diberikan *Twitter Top Trending* atau fitur yang memudahkan pengguna untuk melihat kicauan atau *tweet* yang paling populer dan sering dikicaikan oleh para pengguna *Twitter*. *Twitter* juga memiliki fasilitas *Verified Account* dimana konten yang diunggah akun tersebut yang sudah memiliki lencana akun verifikasi dengan terpilih sehingga orang-orang yang memiliki lencana tersebut memiliki pengaruh pada suatu negara atau orang tertentu (Zahara et al. 2020)

4. Netizen

Netizen kata hasil penggabungan dari dua kata yaitu internet dan citizen yaitu pengguna internet atau yang bisa disebut juga dengan warga internet. Michael Hauben dikutip dari (Putri, 2013) netizen tidak selalu pengguna internet, netizen merupakan kata yang digunakan untuk menjelaskan siapapun yang berkecimpung pada internet yang membantu publik dengan bersatupadu dengan internet untuk menyokong dalam melestarikan serta menjaga keberlangsungan internet. Secara umum kata netizen adalah pengguna internet, namun pribadi netizen tidak bisa disimpulkan sebagai pengguna internet karena tidak mendukung publik dan tidak berperan dalam mengontrol serta melestarikan internet sehingga arti netizen secara spesifik adalah cerminan individu yang menjadi penghuni dunia maya yang secara virtual tidak terikat oleh aturan dan akses komunikasi yang terjadi sifatnya bebas. Netizen juga manusia, mereka melakukan aktivitas komunikasi, mencari dan berbagi hiburan serta informasi apapun, hingga melakukan berbagai aktivitas lain yang ada di dunia maya. Bebasnya dunia maya juga memberikan ruang bagi penduduk di dalamnya untuk bisa menyuarakan ide dan juga pendapat dalam diri mereka.

Berbagai fasilitas yang ada di “negara” bernama internet untuk memudahkan warganya dalam mengekspresikan diri serta berpendapat dengan bebas. Beragam media seperti media sosial, blog, hingga situs sharing lainnya yang bisa digunakan oleh Netizen (Agesti, S. 2022). Kebebasan dan keterbukaan yang ada di internet membawa pemerintah untuk meregulasi dan mengatur internet karena Netizen dengan keras menentang aturan tersebut karena Netizen berusaha untuk tetap menjaga kebebasan dan keterbukaan yang mereka miliki.

F. Definisi Konsep

Penelitian ini akan dilakukan dengan mengkategorikan standar etika komunikasi netizen yang ada di unggahan akun @RajawaliIndo pada 2 Oktober 2022 berupa kutipan tertulis dengan menggunakan teknik analisis isi. Kategori yang akan penulis gunakan adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Definisi Operasional

Unit Analisis	Kategorisasi	Ukuran
Unit Fisik	Tanggal pengunggahan komentar	1. Komentar diunggah pada hari H konser berlangsung 2. Komentar diunggah pada H+1 setelah konser berlangsung
	<i>Likes</i>	1. Ada yang menyukai komentar tersebut 2. Tidak ada yang menyukai komentar tersebut
	Balasan komentar	1. Ada yang memberikan balasan pada komentar tersebut 2. Tidak ada yang memberikan balasan pada komentar tersebut
	<i>Retweet</i>	1. Ada yang melakukan <i>retweet</i> pada komentar tersebut 2. Tidak ada yang melakukan <i>retweet</i> pada komentar tersebut
Unit Sintaksis	Kata-kata kasar	1. Komentar menggunakan kata kasar (Contoh: bodoh, gila, telek, bacot, anjir, dsb) 2. Komentar tidak menggunakan kata kasar

	Provokatif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Komentar menggunakan kata-kata yang memprovokasi (Contoh: refund, kukut, dsb) 2. Komentar tidak menggunakan kata-kata yang memprovokasi
	Unsur SARA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Komentar menggunakan kata-kata yang mengandung unsur SARA (Contoh: kampungan, kearifan lokal, dsb) 2. Komentar tidak menggunakan kata-kata yang mengandung unsur SARA
	Memiliki muatan pencemaran nama baik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Komentar menggunakan kata-kata yang menjatuhkan @RajawaliIndo (Contoh: bikin malu, ngga professional, dsb) 2. Komentar tidak menggunakan kata-kata yang menjatuhkan @RajawaliIndo
Unit Referensial	Kebijakan personal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Komentar menggunakan kata-kata yang menggambarkan penilaian negatif secara personal (Contoh: tidak suka, jelek, payah, malu, dsb) 2. Komentar tidak menggunakan kata-kata yang menggambarkan penilaian negatif secara personal
	Tampilan fisik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Komentar menggunakan kata-kata yang menggambarkan

		<p>suasana fisik (Contoh: gelap, nggak keliatan, dsb)</p> <p>2. Komentar tidak menggunakan kata-kata yang menggambarkan suasana fisik</p>
	Emosional	<p>1. Komentar menggunakan kata-kata yang menunjukkan emosi pribadi (Contoh: penggunaan <i>emoticon</i>; penggunaan tanda baca yang tidak formal seperti ???, !!!; penggunaan <i>capslock</i> yang tidak formal seperti ANJIR, MALU; penggunaan bahasa daerah seperti <i>lu, gue</i>, dsb)</p> <p>2. Komentar tidak menggunakan kata-kata yang menunjukkan emosi pribadi</p>
	Kritik	<p>1. Komentar menggunakan kata-kata yang memberikan kritik (Contoh: jelek, benci, nggak professional, dsb)</p> <p>2. Komentar tidak menggunakan kata-kata yang memberikan kritik</p>
Unit Tematik	Kritik	<p>1. Komentar mengandung pendapat yang cenderung negatif terkait unggahan @RajawaliIndo di Twitter</p> <p>2. Komentar tidak mengandung pendapat yang cenderung negatif</p>

		terkait unggahan @RajawaliIndo di Twitter
	Saran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Komentar mengandung pendapat yang cenderung positif dan penyelesaian masalah terkait unggahan @RajawaliIndo di Twitter 2. Komentar tidak mengandung pendapat yang cenderung positif dan penyelesaian masalah terkait unggahan @RajawaliIndo di Twitter
	Positif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Komentar berupa pernyataan positif yang mendukung atau mengapresiasi unggahan @RajawaliIndo di Twitter 2. Komentar tidak berupa pernyataan positif yang mendukung atau mengapresiasi unggahan @RajawaliIndo di Twitter
	Negatif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Komentar berupa pernyataan negatif yang mengandung makna hinaan, provokasi dan ketidaksukaan terhadap unggahan @RajawaliIndo di Twitter 2. Komentar tidak berupa pernyataan negatif yang mengandung makna hinaan, provokasi dan ketidaksukaan

		terhadap unggahan @RajawaliIndo di Twitter
	Religius	<ol style="list-style-type: none"> 1. Komentar mengandung kata-kata yang didasari ajaran agama (Contoh: Ya Tuhan, Ya Rabb, Ya Allah, dsb) 2. Komentar tidak mengandung kata-kata yang didasari ajaran agama
	Keluhan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Komentar berupa pengaduan seperti ketidaknyamanan dan ketidakpuasan terhadap unggahan @RajawaliIndo di Twitter 2. Komentar tidak berupa pengaduan seperti ketidaknyamanan dan ketidakpuasan terhadap unggahan @RajawaliIndo di Twitter
	Sarkasme	<ol style="list-style-type: none"> 1. Komentar menggunakan kata-kata pedas dan sindiran yang menyinggung pihak Rajawali Indonesia secara tidak langsung 2. Komentar tidak menggunakan kata-kata pedas dan sindiran yang menyinggung pihak Rajawali Indonesia secara tidak langsung

Sumber: Hasil olahan peneliti

G. Hipotesis

Dalam penelitian ini, peneliti memiliki hipotesis sebagai berikut :

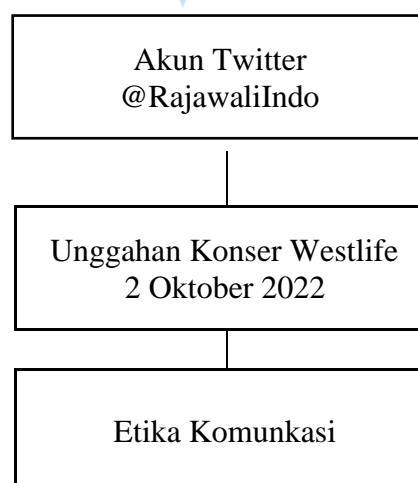
H0 : Respons yang ada dalam unggahan @RajawaliIndo pada *Force Majeure* konser Westlife *The Wild Dreams Tour 2022* berada pada kategori memberikan masukan positif sebagai respon.

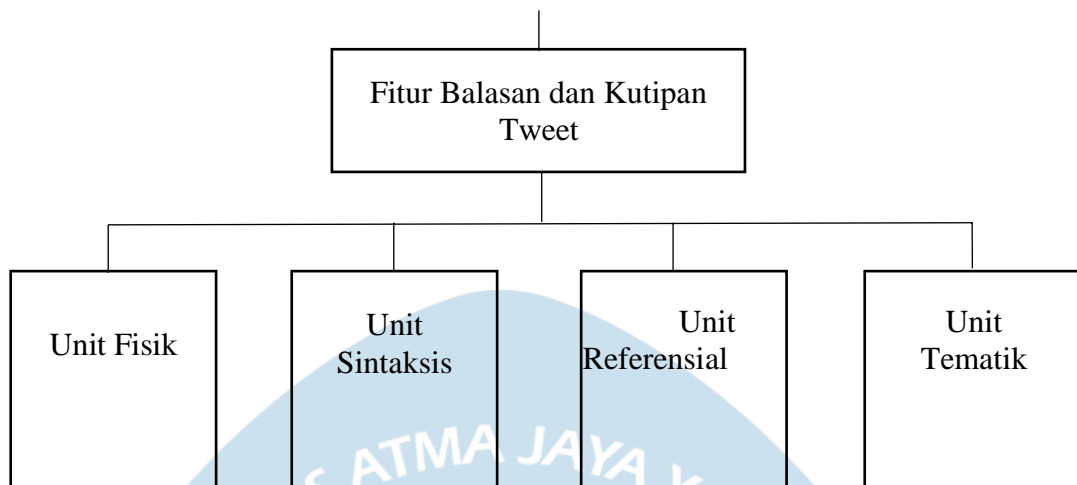
H1 : Respons yang ada dalam unggahan @RajawaliIndo pada *Force Majeure* konser Westlife *The Wild Dreams Tour 2022* tidak menunjukkan adanya masukan positif sebagai respon.

H. Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini kerangka pemikiran penelitian diawali dari akun Twitter @RajawaliIndo, kemudian pada tanggal 2 Oktober 2022 unggahan mengenai konser Westlife *The Wild Dreams Tour 2022* menjadi objek untuk melihat etika komunikasi netizen dengan jumlah tayangan sebanyak 6.406 tayangan, 11 retweet, 39 kutipan, 25 suka, dan 7 markah. Terdapat bentuk-bentuk etika komunikasi netizen dalam kolom kutipan, diantaranya etika komunikasi berbentuk memberikan masukan positif, hingga melakukan riset. Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Gambar 1. Kerangka Berpikir





Sumber: Hasil olahan peneliti

I. Metodologi Penelitian

1. Jenis dan Sifat Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sugiyono (2019) menjelaskan pendekatan kuantitatif sebagai penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dan pengambilan sampel dilakukan random dengan pengumpulan data menggunakan instrumen dengan analisis data yang sifatnya statistik.

Dalam penelitian ini, metode analisis data yang digunakan adalah analisis isi kuantitatif. Benard Barelson dalam Bungin (2011) mendefinisikan analisis isi sebagai : “*content analysis is a research technique for the objective, systematic, and quantitative description of the manifest content of communication*”. Bungin (2011)

menjelaskan secara umum teknik analisis adalah teknik yang berkaitan dengan klasifikasi lambang, dan penggunaan analisis tertentu untuk merumuskan sebuah prediksi.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis isi kuantitatif. Analisis isi merupakan metode ilmiah yang dilakukan untuk mempelajari dan menarik kesimpulan dari fenomena dengan menggunakan sebuah dokumen (Eriyanto, 2011 dalam Hendriyani, H. 2017). Hendriyani, H (2017) menjelaskan bahwa dokumen yang dianalisis bisa berupa dokumen visual, grafis, dan segala jenis visual dan verbal bermakna. Dalam penelitian ini, unit utama penelitian menggunakan bentuk visual dari kutipan netizen yang berkaitan dengan Force Majeure konser Westlife The Wild Dreams Tour 2022 di akun Twitter @RajawaliIndo.

Analisis isi kuantitatif tidak mementingkan kedalaman data, melainkan menganalisis isi yang tampak (*manifest*). Hendriyani, H (2017) menjelaskan analisis isi menggambarkan sebuah masalah yang hasilnya digeneralisasi dan memberikan hasil objektif. Peneliti secara umum harus menjaga objektivitas, valid, menghilangkan bias, serta menghilangkan keberpihakan sehingga hasil dari analisis isi harus mencerminkan isi bukan subjektivitas peneliti (Hendriyani, H., 2017).

Analisis ini memiliki teknik yang beragam, dalam penelitian ini teknik analisis isi dilakukan dengan cara menurut Klaus Krippendorff. Klaus Krippendorff (dalam A'la, A. 2022) mendefinisikan unit analisis sebagai hal yang diobservasi, dicatat, serta dianggap sebagai data untuk dipilah berdasarkan batas yang sudah ditetapkan dan digambarkan dari isi yang akan diteliti ataupun untuk

menyimpulkan isi dari sebuah teks, baik berupa kata, kalimat, foto, *scene*, hingga paragraf. Dalam penelitian ini, unit analisis akan penulis bagi menjadi tiga bagian besar diantaranya unit sampel, unit pencatatan, dan unit konteks. Dalam unit pencatatan berdasarkan Krippendorff ada lima jenis unit diantaranya unit fisik, unit sintaksis, unit referensial, unit tematik, dan unit proporsional.

a. Unit Fisik

Unit fisik merupakan unit pencatatan yang didasari pada ukuran fisik sebuah teks. Dalam unit analisis ini terdapat dua aspek penting yang harus diperhatikan, pertama merumuskan ukuran fisik yang dipakai, dan kedua peneliti menggunakan alat reliabel untuk mengukur fisik sebuah teks. Dalam penelitian ini, peneliti akan melihat hal yang tampak dari konten diantaranya jumlah kutipan, tanggal komentar, dan tanggal konten diunggah.

b. Unit sintaksis

Unit sintaksis merupakan unit analisis dengan menggunakan elemen atau bagian bahasa dari sebuah isi. Elemen bahasa sangat tergantung pada jenis teks. Unit bahasa tertulis dalam unit ini bisa berupa kata, kalimat, hingga anak kalimat. Dalam penelitian ini, peneliti akan menghitung frekuensi dari unit bahasa (berupa kata, dan kalimat) dalam teks berupa kutipan komentar dengan kategori yang berkaitan dengan etika komunikasi seperti kalimat yang memberikan masukan positif, mengetahui dampak dari tindakan, melakukan riset, dan kalimat yang bijak dalam menggunakan media sosial.

c. Unit referensial

Unit referensial adalah perluasan dari unit sintaksis, pada unit ini yang dicatat dan dihitung adalah menggunakan kata atau kalimat yang dilihat dengan eksplisit. Dalam penelitian ini, kata atau kalimat yang mirip, sepadan, dan memiliki makna sama dicatat sebagai satu kesatuan. Peneliti akan mengkategorikan beberapa kategori seperti kategori memberikan masukan positif, mengetahui dampak dari tindakan, melakukan riset, dan kalimat yang bijak.

d. Unit tematik

Unit tematik adalah unit analisis yang melihat pada topik pembicaraan sebuah teks. Dalam unit ini secara sederhana berbicara mengenai “teks berbicara mengenai topik apa”. Pada unit analisis ini penulis akan membedakan kutipan *tweet* secara garis besar menjadi empat kategori yaitu kutipan dengan kategori memberikan masukan positif, kutipan dengan mengetahui dampak dari tindakan, kutipan yang melakukan riset, dan kutipan kalimat yang bijak dalam bermedia sosial.

e. Unit Proporsional

Unit proposional adalah unit analisis dengan menggunakan pernyataan. Peneliti dalam penelitian ini akan menghubungkan serta menautkan kalimat dengan kalimat lain untuk disimpulkan pernyataannya menjadi rangkaian antar kalimat. Peneliti akan memilih dan mengelompokkan komentar yang sesuai dengan komentar lain lalu dianalisis kembali dengan menautkan kalimat lain sesuai dengan jenis kutipan seperti kutipan yang memberikan masukan positif, mengetahui dampak dari tindakan, melakukan riset, dan kalimat yang bijak dalam bermedia sosial.

3. Populasi

Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kuantitas serta karakteristik tertentu untuk ditetapkan peneliti dan dipelajari untuk kemudianditarik sebuah kesimpulan. Dalam penelitian ini, populasi berupa etika komunikasi yang dilontarkan oleh netizen dalam bentuk kutipan tertulis pada akun Twitter @RajawaliIndo pada unggahan konser Westlife The Wild Dreams Tour 2 Oktober 2022. Adapun kriteria populasi yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Kutipan yang dilontarkan pada tanggal 2 Oktober 2022 sampai 5 Oktober 2022.
- b. Kutipan hanya berupa tulisan namun diperbolehkan ada penambahan emotikon di kutipan.
- c. Kutipan yang dilihat hanya berfokus pada etika komunikasi netizen.
- d. Kutipan yang dipilih hanya kutipan yang menggunakan bahasa Indonesia, Inggris, dan bahasa daerah yang bisa diketahui maknanya.

Berdasarkan kriteria populasi yang sudah ditetapkan peneliti mendapatkan sebanyak 107 populasi yang diambil pada 2 dan 3 Oktober 2022 dimana data populasi diambil dari kutipan tweet mengenai etika komunikasi netizen.

4. Sumber data

a. Sumber Data Primer

Data primer adalah sumber data utama dalam penelitian yang bisa didapatkan melalui hasil pengisian pada kuisioner, maupun subjek yang dijadikan riset, observasi, hingga wawancara yang berkaitan dengan analisis isi kuantitatif.

Dalam penelitian ini data primer adalah bentuk etika komunikasi netizen berupa kutipan Tweet tertulis yang akan diteliti di akun Twitter @RajawaliIndo pada unggahan mengenai konser Westlife The Wild Dreams Tour tanggal 2 Oktober 2022.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data pendukung dalam penelitian yang digunakan untuk melengkapi data utama atau data primer. Dalam penelitian ini data sekunder didapatkan peneliti dari buku, jurnal, artikel, serta informasi dari Twitter yang berkaitan dengan penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik dokumentasi dengan pengkodean, yaitu memberikan kategori atau kode berdasarkan kutipan tweet berbentuk etika komunikasi diantaranya etika komunikasi netizen yang memberikan masukan positif, mengetahui dampak dari tindakan, melakukan riset, dan bijak dalam menggunakan media sosial.

Untuk pengumpulan data peneliti juga menggunakan teknik observasi. Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa observasi adalah proses kompleks yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik observasi nonpartisipan yaitu peneliti sebagai pengamat independen.

6. Teknik Analisis Data

Penelitian ini dalam analisis data menggunakan analisis isi kuantitatif yang secara umum berupaya untuk mengungkap informasi di balik data yang disajikan pada media atau teks. Oleh sebab itu, analisis isi merupakan teknik pengumpulan

data dan menganalisis isi dari sebuah teks. Dalam tahap ini, peneliti akan melakukan pengkodean etika komunikasi netizen berupa kutipan tweet pada akun Twitter @RajawaliIndo pada unggahan konser Westlife The Wild Dreams Tour ditanggal 2 Oktober 2022. Pengkodean dilakukan penulis di lembar coding yang akan menunjukkan bentuk etika komunikasi netizen. Berdasarkan unit analisis yang dijabarkan di atas, peneliti akan mengolah data dengan menggunakan *coding sheet* terutama untuk bagian unit analisis fisik, sintaksis, referensial, dan tematik. Setelah pengumpulan data dengan menggunakan *coding sheet*, peneliti akan menggunakan bantuan program lunak SPSS untuk menghitung keabsahan data dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas data yang terkumpul. Analisis yang dilakukan oleh peneliti akan dilengkapi dengan analisis pada tabel unit proporsional untuk melihat tautan antar kalimat komentar yang diberikan oleh netizen.

7. Uji Reliabilitas

Analisis isi dalam penelitian ini dilakukan secara objektif, oleh karena itu diperlukan adanya uji reliabilitas yang membandingkan jawaban antar-coder. Peneliti meminta 2 orang yang dipilih untuk menjadi *coder* untuk menjadi pembanding sehingga jawaban yang diberikan oleh peneliti tidak bersifat subjektif. Peneliti akan membagikan *coding sheet* kepada 2 *coder* lainnya dan jawaban yang diberikan nantinya akan dibandingkan dengan jawaban peneliti terkait dengan komentar-komentar netizen pada unggahan akun Twitter @RajawaliIndo saat konser Westlife The Wild Dreams Tour di tanggal 2 Oktober 2022. Hasil dari *coding sheet* yang diisi oleh peneliti sebagai *coder* 1 dan 2 *coder* lainnya akan dibandingkan untuk melihat jumlah perbedaan dan persamaan yang didapatkan.

Peneliti menggunakan rumus Holsti dalam uji reliabilitas untuk mengukur angka reliabel dari alat ukur dalam penelitian ini, diantaranya adalah sebagai berikut:

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

Keterangan:

CR = *Coefficient reliability* (reliabilitas antar-coder)

M = Jumlah *coding* yang sama (disetujui oleh semua *coder*)

N1 = Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder* 1

N2 = Jumlah *coding* yang dibuat oleh *coder* 2

Rumus Holsti memiliki angka minimum yang ditoleransi yakni 0.70 yang dapat diartikan bahwa apabila hasil uji reliabilitas menunjukkan angka diatas 0.70 maka dapat dikatakan alat ukur yang digunakan dalam penelitian adalah reliabel. Apabila angka yang didapatkan pada uji reliabilitas memiliki angka yang lebih kecil dibandingkan 0.70 maka *coding sheet* tidak dapat digunakan dalam penelitian karena tidak menunjukkan hasil yang reliabel.

Uji reliabilitas yang telah didapatkan oleh peneliti dijabarkan dalam tabel berikut:

Tabel 2. Uji Reliabilitas Antar Koder

Unit Analisis	Kode r 1	Kode r 2	Kode r 3	Reliabilitas Koder 1 + 2	Reliabilitas Koder 1 + 3	Reliabilitas Koder 2 + 3
Tanggal pengunggahan	41	41	41	0.931	0.931	0.931

<i>Likes</i>	18	18	18	0.938	0.938	0.938
Balasan komentar	9	9	9	0.938	0.938	0.938
<i>Retweet</i>	0	0	0	0	0	0
Kata-kata kasar	42	41	45	0.936	0.932	0.930
Provokatif	45	46	49	0.901	0.895	0.893
Unsur SARA	29	32	34	0.926	0.927	0.920
Memiliki muatan pencemaran nama baik	58	58	63	0.926	0.929	0.920
Kebijakan personal	81	81	75	0.864	0.854	0.924
Tampilan fisik	76	78	74	0.933	0.933	0.929
Emosional	83	80	83	0.930	0.938	0.930
Kritik	81	78	73	0.931	0.920	0.917
Kritik	82	77	77	0.938	0.938	0.938
Saran	12	12	14	0.938	0.929	0.929
Positif	18	19	19	0.934	0.934	0.931
Negatif	92	90	91	0.930	0.934	0.927
Religius	14	5	14	0.783	0.938	0.783
Keluhan	79	78	80	0.938	0.925	0.925
Sarkasme	61	60	59	0.936	0.934	0.932

Sumber: Hasil olahan peneliti

Penelitian ini menggunakan acuan rumus Holsty dengan angka minimum untuk menyatakan sebuah alat ukur sebesar 0.70. Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat angka uji reliabilitas yang didapatkan dari 3 *coder*, untuk 18 indikator, 17 diantaranya menunjukkan hasil yang reliabel dengan angka *Cronbach's Alpha*

berada diatas nilai minimal sebesar 0.70 sehingga penelitian dapat dilanjutkan. Indikator *retweet* pada unit analisis fisik tidak dapat digunakan dalam penelitian karena tidak ada data yang dapat diteliti pada indikator *retweet* di unit analisis fisik.

