



Standar Etika Berkomunikasi Generasi Milenial (Studi pada Remaja di Kabupaten Donggala)

Edwan¹, Donal Adrian², Roman Rezki Utama³, Della Rischa Seling⁴

^{1,2,3,4}Universitas Tadulako, Indonesia

E-mail: donal.adrian2014@gmail.com

Article Info	Abstract
Article History Received: 2023-10-12 Revised: 2023-11-23 Published: 2023-12-06	Some of the millennial generation use impolite language, some of the millennial generation read and enjoy hoax messages, they have a critical attitude but are helpless in verifying social media messages. This can be seen in changes in behavior that fall within the ethical standards of the millennial generation in Donggala Regency. Apart from spreading fake news, they also often use disrespectful words. The aim of the research is to determine the communication ethics standards of the millennial generation in the social environment in Donggala Regency. The theory used is attribution theory. Qualitative research method with informant retrieval techniques using purposive. Data collection techniques are in-depth interviews and direct observation. For analysis techniques, data reduction, data presentation and conclusion drawing/verification are used. The research results show that the millennial generation in Donggala Regency has its own ethical standards in communicating with peers, such as the use of the words <i>anjay</i> , <i>anjir</i> , mentioning the names of animals, genitals, devils, stress, mentioning the names of parents and others which are considered normal things. The goal is to be accepted and acknowledged by friends in the environment so that the social interaction process can run well. Negative words are also used when they bully each other. This is a normal thing and is thought to make friendships more intimate.
Keywords: <i>Communication Ethics;</i> <i>Behavior;</i> <i>Millennial Generation.</i>	

Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2023-10-12 Direvisi: 2023-11-23 Dipublikasi: 2023-12-06	Generasi milenial sebagian menggunakan bahasa yang tidak santun, sebagian generasi milenial membaca dan menikmati pesan hoax, mereka memiliki sikap kritis namun tidak berdaya dalam melakukan verifikasi pesan media sosial. Hal ini bisa dilihat pada perubahan perilaku yang masuk dalam standar etika generasi milenial di Kabupaten Donggala. Selain menyebarkan berita bohong, mereka juga sering menggunakan kata-kata yang tidak sopan. Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui standar etika berkomunikasi generasi milenial di lingkungan sosial di Kabupaten Donggala. Teori yang digunakan ialah teori atribusi. Metode penelitian kualitatif dengan teknik pengambilan informan menggunakan <i>purposive</i> . Teknik pengumpulan data ialah wawancara mendalam (<i>Indepth Interviewing</i>) dan observasi langsung. Untuk teknik analisis menggunakan Reduksi Data, Penyajian Data dan <i>Conclusion Drawing/Verifikasi</i> . Hasil penelitian menunjukkan bahwa generasi milenial di Kabupaten Donggala memiliki standar etika tersendiri dalam berkomunikasi dengan teman sebaya, seperti penggunaan kata <i>anjay</i> , <i>anjir</i> , penyebutan nama binatang, alat kelamin, setan, stres, penyebutan nama orang tua dan lain-lain yang dianggap sebagai hal biasa. Tujuannya yaitu agar bisa diterima dan diakui keberadaannya oleh teman di lingkungannya sehingga proses interaksi sosial bisa berjalan dengan baik. Penyebutan kata negatif itu juga digunakan pada saat mereka saling membuli antara satu dengan lainnya. Ini merupakan hal yang biasa dan beranggapan bahwa bisa lebih mengakrabkan hubungan pertemanan.
Kata kunci: <i>Etika Komunikasi;</i> <i>Perilaku;</i> <i>Generasi Milenial.</i>	

I. PENDAHULUAN

Industri 4.0 hadir dan menjadi ikon generasi milenial. Pada awalnya, implementasi kegiatan manusia berbasis teknologi industri 4.0 masih dalam tahap wacana dan sosialisasi, namun seiring perkembangannya zaman yang berkaitan dengan teknologi komunikasi, maka banyak masyarakat khususnya para remaja yang masuk dalam kategori generasi milenial sudah terbiasa

dengan yang namanya internet atau industri 4.0 di Indonesia.

Generasi milenial berperan dalam mewarnai ruang komunikasi dunia virtual (Nurdin, 2019). Identitas generasi milenial ditandai dengan generasi yang lahir antara tahun 1980 sampai 2005 yang memiliki kecenderungan pada orientasi nilai kebebasan dan keterbukaan (Črešnar & Jevšenak, 2019). Realitas ini terjadi

karena dipengaruhi kepribadian mereka yang sejak lahir berkembang dalam lipatan teknologi informasi. Berbeda dengan generasi yang dilahirkan antara tahun 1965- 1980, mereka lahir dalam perkembangan teknologi informasi berbasis media cetak dengan segala keterbatasannya. Generasi milenial berkembang dalam lingkungan teknologi informasi berbasis internet dan sangat populer dengan penggunaan media sosial berbasis website atau internet (Autry & Berge, 2011).

Kepribadian generasi milenial ini membentuk perubahan perilaku berkomunikasi di era industri 4.0 yang ditandai dengan adanya karakter kebebasan dalam berpendapat, keterbukaan dalam komunikasi, kesehariannya yang selalu menggunakan media *online*, memiliki kreativitas, inovatif, produktif, informatif, responsif, memiliki akun media sosial yang banyak, telepon android lebih diutamakan, dan komunikasi berbasis media digital (A. Said et al., 2018). Perubahan perilaku berkomunikasi bagi generasi milenial dinilai bagi beberapa kalangan yang lahir sebelumnya bahwa kurang menunjukkan etika tentang sopan dan santun. Alhasil menghadirkan berbagai macam konflik, mulai dari anak kepada orang tua, sesama remaja, antara anak remaja dengan orang lain yang berteman di akun media sosial dan lain sebagainya. Masalah ini selalu hadir karena perilaku yang tidak baik oleh remaja.

Remaja sebagai generasi milenial lebih suka berkorespondensi dalam bentuk komunikasi online seperti email dan situs jejaring sosial (Hratko, 2010), memiliki jumlah akun yang banyak dan aktif di media sosial (Nurdin, 2019), mengalami perubahan perilaku komunikasi berbasis media sosial (Zis et al., 2021), tidak semua generasi milenial akan adaptif dengan teknologi (Poluakan et al., 2019), sebagian menggunakan bahasa yang tidak santun (Prayogi et al., 2021), sebagian generasi milenial membaca dan menikmati pesan hoax (Parhan et al., 2021), mereka memiliki sikap kritis namun tidak berdaya dalam melakukan verifikasi pesan media sosial (Nurrahmi & Syam, 2020), dan bahkan ada penelitian yang menggambarkan bahwa generasi milenial memiliki karakter multitasker dan berteknologi canggih namun kurang dalam keterampilan komunikasi (Hartman & McCambridge, 2011).

Berdasarkan hasil temuan penelitian tersebut di atas menjelaskan bahwa generasi milenial saat ini memiliki perubahan perilaku yang sangat berbeda dengan generasi sebelumnya. Perilaku

tersebut dipengaruhi oleh kondisi eksternal dalam hal ini perkembangan teknologi komunikasi yang sudah dikenalnya saat mereka masih dalam masa balita yang sudah terbiasa dengan *smartphone* dan internet. Hal ini juga terjadi pada perubahan perilaku komunikasi remaja sebagai generasi milenial di Kabupaten Donggala. Dalam interaksinya banyak menunjukkan perilaku atau tindakan yang tidak berdasarkan pada standar etika yang sesungguhnya, khususnya dalam berkomunikasi dengan orang yang lebih tua darinya. Alhasil dapat menimbulkan berbagai macam masalah baik untuk diri sendiri dan lingkungan sosialnya baik *face to face* dan bermedia.

II. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kualitatif yang berupaya menjelaskan tentang hasil penelitian dalam bentuk kata per kata sehingga menghasilkan sebuah makna. Penelitian ini berkaitan dengan standar etika berkomunikasi generasi milenial di Kabupaten Donggala.

1. Teknik Pengambilan Informan

Penelitian dengan metode kualitatif dan penentuan informan yang dilakukan oleh peneliti merujuk pada pendapat yang disampaikan oleh Bogdan dan Taylor (Ilyas, 2017:93) menyatakan bahwa informan dipilih secara purposif, yaitu:

- a) Haruslah mempertimbangkan subjek penelitian yang mau menerima kehadiran peneliti secara lebih baik dibanding dengan yang lainnya.
- b) Kemampuan dan kemauan mereka untuk mengutarakan pengalaman-pengalaman masa lalu dan masa sekarang.
- c) Siapa saja yang dianggap menarik, misalnya memiliki pengalaman khusus.
- d) Akan lebih bijaksana menghindari penyelesaian subjek yang memiliki hubungan profesional dan hubungan khusus lainnya, yang telah mempunyai asumsi-asumsi atau praduga khusus yang bisa mewarnai penafsiran mereka terhadap apa yang diungkapkan.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif ini terbagi atas dua, yaitu:

a) Observasi

Observasi dilakukan tidak hanya mencatat suatu kejadian atau peristiwa, akan tetapi dilakukan juga segala sesuatu atau sebanyak mungkin hal-hal yang diduga ada

kaitannya (Nasution, 1992) dikutip oleh Adrian (2016).

b) Wawancara Mendalam (*Indepth Interviewing*)

Wawancara bersifat terbuka dan luwes yang dilakukan dalam suasana yang informal dan akrab (Nasution, 1992) dikutip oleh Adrian (2016). Pertanyaan yang diberikan tidak kaku dan tidak terlalu terstruktur, sehingga dapat dilakukan wawancara ulang dengan sumber yang sama jika diperlukan. Melalui cara tersebut, diharapkan sumber dapat memberikan jawaban yang jujur dan terbuka.

3. Analisis Data

Analisis data menurut pandangan Miles dan Huberman (1992) dikutip oleh Adrian (2016) bahwa terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan etika dalam kehidupan sosial merupakan bagian terpenting yang tidak boleh ditinggalkan oleh siapapun mulai dari anak-anak hingga orang tua. Etika menjadi skala prioritas terbaik untuk bisa menjadikan hubungan tetap harmonis dengan menghargai satu sama lainnya. Tidak menjatuhkan nama baik orang lain serta tidak membuli dengan menghina fisik, budaya dan bahkan agama. Namuan dalam kesehariannya bahwa perilaku buli lebih banyak ditujukan pada kekurangan fisik yang menyebabkan orang lain malu dan trauma dalam interaksi sosial di tengah masyarakat. Pelanggaran etika yang juga paling sering dilakukan ialah dengan cara mengucapkan kalimat-kalimat negatif seperti *anjay, anjir, Nyet, Babi, Setan, Stress, nama binatang* dan lain sebagainya. Hingga pada penyebutan nama orang tua ketika memanggil anaknya. Hal ini tentunya sangat memperhatikan.

Berdasarkan konsepnya bahwa secara aksiologis etika dalam berkomunikasi diharapkan akan dapat mencari standar etika yang tepat digunakan dalam berkomunikasi melalui media sosial. Etika komunikasi akan mencoba mencari standar etika apa yang harus digunakan oleh komunikator dalam menilai diantara teknik, isi dan tujuan komunikasi. Etika komunikasi tentu akan berbicara juga tentang penyampaian bahasa. Simbol, bahasa, atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Bahasa dapat juga dianggap sebagai

sistem kode verbal (Mulyana, 2014). Dalam hal ini bahasa yang digunakan melanggar etika dalam berkomunikasi khususnya pada anak generasi milenial. Menyebutkan kalimat-kalimat negatif yang pada dasarnya hanya bisa merusak hubungan sosial dan melanggar norma yang telah ditetapkan oleh masyarakat meskipun tidak tertulis. Olehnya itu, perlu dilakukan pembelajaran yang baik oleh siapapun, yaitu pada anak-anak zaman sekarang unuk mampu menerapkan etika berkomunikasi yang baik.

Hakikat dan peranan etika dalam komunikasi yaitu: proses dalam menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan dengan mempunyai maksud dan makna. Artinya dalam menyampaikan pesan tersebut perlu adanya etika atau aturan. Hal ini agar pesan komunikasi yang ingin disampaikan memiliki kesamaan makna baik dari komunikator maupun komunikan (Mannan, 2019). Penerapan etika yang baik akan menjadikan hubungan sesama teman sebaya baik yang bertindak sebagai komunikator dan sebagai komunikan akan menjadi lebih baik. Sikap saling menghargai dan tolong menolong merupakan bagian dari etika komunikasi yang bisa mencerminkan kualitas terbaik diri setiap orang.

Berdasarkan realita yang didapatkan dalam proses penelitian bahwa cukup banyak anak zaman milenial yang melakukan pelanggaran dalam berkomunikasi. Mereka tidak mengedepankan etika namun lebih memprioritaskan aktualisasi diri serta anggapan bahwa dengan berucap yang negatif berarti akan disebut sebagai anak gaul dan diterima di lingkungan teman-temannya. Padahal, jika dianalisa bahwa hal tersebut hanya bisa merugikan diri sendiri dan orang lain. Pada dasarnya bahwa penyebab generasi milenial berperilaku dengan cara melanggar etika berkomunikasi yaitu adanya pengaruh internal seperti kepribadian, persepsi terhadap diri sendiri agar bisa diterima oleh teman dilingkungannya dan motivasi negatif untuk berusaha menggunakan kata-kata negatif tersebut sehingga bisa dikatakan sebagai anak gaul. Hal itu disebut dengan *dispositional attributions*. Selanjutnya, berkaitan dengan faktor eksternal mengacu pada lingkungan disekitar yang seakan-akan mewajibkan anak generasi milenial untuk mengucapkan kata-kata gaul dalam bentuk negatif yaitu *anjay, anjir* dan lain-lain. Apabila mereka sudah sering menyebutkan kalimat tersebut maka pandangan orang lain dalam hal ini teman sebaya akan menganggap mereka sebagai anak muda yang

mengikuti zaman meskipun itu adalah hal yang buruk. Hal ini disebut sebagai *situational attributions*. Pada dasarnya bahwa, setiap tindakan atau ide yang akan dilakukan oleh seseorang atau dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal individu tersebut, (Luthans, 2012).

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini bahwa generasi milenial di Kabupaten Donggala memiliki standar etika tersendiri dalam berkomunikasi dengan teman sebaya, seperti penggunaan kata *anjay*, *anjir*, penyebutan nama binatang, alat kelamin, setan, stres, penyebutan nama orang tua dan lain-lain yang dianggap sebagai hal biasa. Tujuannya yaitu agar bisa diterima dan diakui keberadaannya oleh teman di lingkungannya sehingga proses interaksi sosial bisa berjalan dengan baik. Penyebutan kata negatif itu juga digunakan pada saat mereka saling membuli antara satu dengan lainnya. Ini merupakan hal yang biasa dan juga beranggapan bahwa bisa lebih mengakrabkan hubungan pertemanan.

B. Saran

Pembahasan terkait penelitian ini masih sangat terbatas dan membutuhkan banyak masukan, saran untuk penulis selanjutnya adalah mengkaji lebih dalam dan secara komprehensif tentang Standar Etika Berkomunikasi Generasi Milenial.

DAFTAR RUJUKAN

- Achmad, Willya, dkk. (2019). Potret Generasi Milenial Pada Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(2).
- Adrian, Donal. *Relationship dalam Komunikasi Antarbudaya (Studi Kasus: Pembentukan, Pemeliharaan dan Dinamika Relationship dalam Komunikasi Antarbudaya Mahasiswa Sulawesi Tengah dan Mahasiswa Jawa di Yogyakarta)*. Universitas Sebelas Maret, 2016.
- Autry, A. J., & Berge, Z. (2011). Digital natives and digital immigrants: getting to know each other. *Industrial and Commercial Training*, 43(7), 460-466. <https://doi.org/10.1108/0019785111171890>
- Črešnar, R., & Jevšenak, S. (2019). The millennials' effect: How can their personal values shape the future business environment of industry 4.0? *Naše Gospodarstvo/Our Economy*, 65(1), 57-65. <https://doi.org/10.2478/ngoe2019-0005>
- Hartman, J. L., & McCambridge, J. (2011). Optimizing millennials' communication styles. *Business Communication Quarterly*, 74(1), 22-44. <https://doi.org/10.1177/1080569910395564>
- Hidayatullah, Syarif, dkk. (2018). Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi GoFood. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 6(2)
- Hratko, D. A. (2010). Exploring the communication styles of the traditionalist, baby boomer, generation X, generation Y, and millennial generation. <https://stars.library.ucf.edu/honorstheses1990-2015/1007>
- Ilyas, 2017. *Konstruksi Identitas Etnik Untuk Memperoleh Akses Ekonomi dan tuntutan Corporate Social responsibility (Studi Kasus pada Komunitas Etnik lokal di Sekitar Tambang Migas Tiaka, Kabupaten Morowali Utara, Sulawesi Tengah)*. Universitas Padjadjaran.
- Madiistriyatno, Harries & Dudung Hadiwijaya. 2019. *GENERASI MILENIAL: Tantangan Membangun Komitmen Kerja/Bisnis dan Adversity Quotient (AQ)*. Indigo Media: Tangerang.
- Mannan, Audah. (2019). *Etika Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Kepada Dosen Melalui Smartphone*. *Jurnal Aqidah-Ta V(1) Mulyana Dedy*. 2014. *Perkembangan Teknologi Informasi: New Media*, *Jurnal Umum Unpa*.
- Nurdin, A. (2019). The Use of Social Media Digital Native and Digital Immigrant Muslim Generation in Surabaya. *Proceeding of International Conference on Da'wa and Communication*, 1(1), 134-147.
- Nurdin, Ali & Mufti Labib. (2021). *Komunikasi Sosial Generasi Milenial di Era Industri 4.0*.

- Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi, 5 (2)
- Parhan, M., Jenuri, J., & Islamy, M. R. F. (2021). Media Sosial dan Fenomena Hoax: Tinjauan Islam dalam Etika Bekomunikasi. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 59-80. <https://doi.org/10.15575/cjik.v5i1.12887>
- Poluakan, M. V., Dikayuana, D., Wibowo, H., & Raharjo, S. T. (2019). Potret Generasi Milenial pada Era Revolusi Industri 4.0. *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(2), 187-197.
- Prayogi, R., Prasetya, R. A., & Riadi, B. (2021). Pelanggaran Prinsip Kesantunan Berbahasa dalam Komunikasi Generasi Milenial. *Jurnal Kata (Bahasa, Sastra, Dan Pembelajarannya)*, 9(1 Apr), 30-39.
- Said, A., Budiati, I., Rahayu, T. R. B., & Raharjo (ed), A. P. (2018). *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.
- Zis, Sirajul Fuad Zis, Nursyirwan Effendi & Elva Ronaning Roem. (2021). *Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital*. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, 5 (1)