

## IMPLEMENTASI SIKAP NASIONALISME TERHADAP ETIKA BERMEDIA SOSIAL

**Jagad Aditya Dewantara<sup>1</sup>, Syamsuri Syamsuri<sup>2</sup>, Efriani<sup>3</sup>, Sulistyarini<sup>4</sup>, Afandi<sup>5</sup>,  
Agustian<sup>6</sup>, Rezha Noviandra<sup>7</sup>, T Heru Nurgiansah<sup>8</sup>**

<sup>1, 2, 3, 4, 6, 7</sup> Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, Universitas Tanjungpura Pontianak

<sup>5</sup> Pendidikan Biologi, Universitas Tanjungpura Pontianak

<sup>8</sup> Antropologi, Universitas PGRI Yogyakarta

Email: [nurgiansah@upy.ac.id](mailto:nurgiansah@upy.ac.id)

### Abstrak

Nasionalisme sudah tidak asing lagi dengar di telinga kita semua, karena pada dasarnya nasionalisme sudah ada sebelum Indonesia merdeka. Banyak sekali kita temukan, bahwa orang-orang pemerintah maupun masyarakat yang membahas tentang nasionalisme. Nasionalisme di Indonesia merupakan suatu cara makhluk sosial untuk meimplementasikan ideologi yang berbasis nilai-nilai luhur yang telah berkembang di nusantara. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang dilakukan dengan menerapkan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam kajian observasi dan dokumentasi yang meliputi kajian tentang nasionalisme, etika dan media sosial. Sumber kajian yang digunakan dalam penelitian ini berupa jurnal ilmiah, artikel ilmiah, dan buku referensi yang mendukung untuk mendapatkan berbagai informasi. Adapun dalam penelitian ini media sosial yang dapat dikaji, ialah Facebook, Instagram dan Tik Tok, karena ketiga platform tersebut sangat sering digunakan oleh generasi muda dan masyarakat umum dalam berinternet. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan sikap nasionalisme pada masyarakat Indonesia di media sosial sudah cukup baik, namun hanya di beberapa waktu tertentu sikap nasionalisme tersebut mengalami peningkatan yang sangat luar biasa. Hal ini disebabkan oleh adanya trend tertentu, seperti penyelenggaraan event internasional MotoGP di Mandalika. Sementara itu diberbagai platform seperti instagram, tiktok maupun facebook masih dijumpai rendahnya etika nasionalisme pada generasi muda dalam menggunakan internet.

**Kata Kunci** : Nasionalisme, Etika, Media Sosial

### Abstract

*Nationalism is familiar to all of us, because basically nationalism existed before Indonesia's independence. We find a lot of people in the government and society who talk about nationalism. Nationalism in Indonesia is a way for social beings to implement an ideology based on noble values that has developed in the archipelago. This study uses a qualitative method which is carried out by applying a descriptive approach. Data collection techniques in observation and documentation studies which include studies on nationalism, ethics and social media. The sources of study used in this research are scientific journals, scientific articles, and reference books that support to obtain various information. In this study, the social media that can be studied are Facebook, Instagram and Tik Tok, because these three platforms are very often used by the younger generation and the general public to surf the internet. The results of this study indicate that the application of the attitude of nationalism to the Indonesian people on social media is quite good, but only at certain times the attitude of nationalism has increased tremendously. This is due to certain trends, such as the holding of the international MotoGP event in Mandalika. Meanwhile, on various platforms such as Instagram, Tik Tok and Facebook, there is still a low level of ethics of nationalism in the younger generation in using the internet.*

**Keywords:** Nationalism, Ethics, Social Media

## PENDAHULUAN

Belakangan ini kata Nasionalisme sudah tidak asing lagi dengar di telinga kita semua, karena pada dasarnya nasionalisme sudah ada sebelum Indonesia merdeka . Banyak sekali

kita temukan, bahwa orang-orang pemerintah maupun masyarakat yang membahas tentang nasionalisme. Nasionalisme di Indonesia merupakan suatu cara makhluk sosial untuk meimplementasikan ideologi yang berbasis nilai-nilai luhur yang telah berkembang sudah sejak lama di bumi nusantara (Hariyono, 2014:59). Pada dasarnya, para ahli dalam merumuskan nasionalisme sangat berbeda antara pendapat satu maupun pendapat lainnya. Smith (1991) menjelaskan, bahwa nasionalisme merupakan suatu kualitas dan integritas kesadaran nasional suatu bangsa yang menyatakan bahwa nasionalisme sejak masa sebelum lahirnya bangsa Indonesia.

Adanya perbedaan dalam memahami gagasan nasionalisme tersebut merupakan suatu hal yang unik untuk dikaji oleh para ahli. Beberapa dari para ahli memandang, bahwa nasionalisme adalah suatu pemahaman yang unik untuk dipelajari. Keunikan dari nasionalisme dapat dilihat dari ketotalitasan bangsa. Menurut Tonnies (Dhakidae, 2001) ketotalitasan didasarkan pada kesetiakawanan, persaudaraan, dan kekeluargaan yang tergabung di dalam lingkungannya. Beberapa ahli telah mengemukakan teori tentang nasionalisme dengan berbagai latar belakang yang berbeda-beda, salah satunya Karl Friedrich Von Savigny dengan judul “Historical Schoolnya” yang menyatakan bahwa setiap bangsa memiliki semangat yang unik, yaitu semangat kebangsaan (Volksgeist). Semangat kebangsaan inilah yang dipandang unik oleh para ahli, sehingga hal ini dapat dijadikan sebagai prinsip pembangunan sebuah negara. Savigny juga mengungkapkan bahwa nasionalisme bukan sesuatu yang abstrak universal, akan tetapi sesuatu yang lebih jelas dan khusus.

Perkembangan zaman yang semakin kompleks memberikan akses kemudahan dalam berbagai hal, salah satunya yaitu dalam bidang komunikasi sosial. Manusia dan komunikasi tidak dapat dipisahkan antara satu dengan lainnya, karena manusia tidak dapat terbentuk bila tidak terdapat komunikasi didalamnya, dan begitu juga sebaliknya komunikasi tidak akan terwujud bila tidak ada manusianya. Perkembangan zaman yang sangat kompleks saat ini menjadikan manusia dalam bersosialisasi tidak mesti dilakukan secara langsung, melainkan dapat melalui perangkat gawai/android yang selalu dibawa kemanapun manusia pergi. Melalui perangkat tersebut, terdapat sejumlah platform yang berperan sebagai sarana bagi manusia untuk bersosialisasi di dunia maya tanpa harus bertemu secara langsung.

Parker (2003) & Solis (2008) mengatakan bahwa media sosial merupakan salah satu alat dalam melakukan interaksi sesama makhluk sosial lainnya, dengan cara menciptakan informasi dan bertukar informasi melalui sebuah gagasan dari jaringan sosial. Menurut

Reuben (2008) mengatakan bahwa media sosial merupakan sebuah potensi kekuatan dalam komponen pemasaran dan penyebaran informasi. Pada dasarnya, media sosial cukup relevan, apabila dikaitkan dengan teori uses and gratifications, yang berasal dari sumber-sumber literasi ilmu komunikasi. Teori pendekatan ini awal mulanya dijabarkan oleh Katz (1959). Tujuan dari teori uses and gratifications adalah untuk mencari tau informasi seseorang dalam menggunakan sebuah media massa. Teori ini menganggap bahwa pengguna media sosial untuk dapat bersikap aktif dalam memenuhi kebutuhannya. Kubey & Csikszentmihalyi (1990) dalam Severin & Tankard (2009), mengatakan bahwa pengguna media sosial lebih cenderung pasif, santai, dan tidak membutuhkan konsentrasi dalam melakukan interaksi.

Berdasarkan penjelasan dari We are Social (2018) media sosial dapat di kelompokkan menjadi dua kelompok, antara lain yaitu social network dan messenger/chat app. Social network (Jaringan Sosial) merupakan sebuah bentuk layanan internet yang digunakan sebagai wadah kegiatan komunitas online, yang terdiri dari orang-orang yang memiliki kesamaan aktivitas, ketertarikan pada bidang tertentu, seperti Youtube, Facebook, Instagram, Twitter, dan lain sebagainya. Sedangkan pada Messenger/chat app merupakan salah satu sebuah sarana yang sering digunakan oleh generasi muda, karena Messenger/chat app bertujuan untuk melakukan pengiriman pesan antar sesama makhluk sosial yang berupa teks, gambar, audio, maupun video. Menurut We Are Social, facebook merupakan salah satu teknologi dengan memiliki pertumbuhan pengguna terbesar di seluruh dunia, dengan rata-rata pertumbuhan 24% per tahun, sedangkan untuk platform Instagram, Facebook, dan Tiktok yang paling banyak digunakan oleh generasi muda, seperti pelajar, mahasiswa maupun kalangan masyarakat lainnya (Andersson & Öhman, 2017).

Selain itu, terdapat banyak dampak yang ditimbulkan karena adanya arus westernisasi, seperti terjadinya perubahan tingkah laku yang tidak mengedepankan sopan santun, serta kecenderungan menurunnya etika generasi muda dalam bermedia sosial. Dengan demikian, dapat berakibat lunturnya nilai-nilai nasionalisme pada etika generasi muda bangsa Indonesia. Berdasarkan dari fenomena persoalan tersebut, maka penulis melakukan penelitian untuk melihat sejauh mana penerapan sikap nasionalisme dalam bermedia sosial dan juga penerapan etika dalam bermedia sosial (S. Williamson et al., 2011).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang dilakukan dengan menerapkan pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif merupakan sebuah data yang dikumpulkan melalui bentuk kata-kata, gambar, maupun angka (Emzir, 2012). Menurut Bogdan dan Taylor

(1993:30), metodologi kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif kualitatif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Prastowo, 2016). Metode tersebut digunakan untuk mengetahui seberapa besar implementasi sikap nasionalisme terhadap etika bermedia sosial. Teknik pengumpulan data dalam kajian observasi dan dokumentasi yang meliputi kajian tentang nasionalisme, etika dan media sosial. Sumber kajian yang digunakan dalam penelitian ini berupa jurnal ilmiah, artikel ilmiah, dan buku referensi yang mendukung untuk mendapatkan berbagai informasi. Adapun dalam penelitian ini media sosial yang dapat dikaji, ialah Facebook, Instagram dan Tik Tok, karena ketiga platform tersebut sangat sering digunakan oleh generasi muda dan masyarakat umum dalam berinternet. Dalam penelitian ini objek yang di teliti adalah generasi muda dan masyarakat umum yang sering menggunakan media sosial untuk saling berinteraksi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Nasionalisme Etika dan Media Sosial**

#### **1. Nasionalisme**

Nasionalisme dapat diartikan sebagai sebuah faham yang menjelaskan tentang suatu kebangsaan dan sikap cinta tanah air yang tinggi yang harus dimiliki oleh warga negara Indonesia. Nasionalisme berhubungan erat terhadap perjuangan rakyat Indonesia dalam menghadapi penjajahan yang ada di Indonesia baik itu ketika melawan Belanda maupun melawan penjajahan Jepang. Nasionalisme itu ada ketika bangsa memiliki rasa persatuan yang dapat membangkitkan dirinya sendiri seperti sudah menjadi rakyat suatu negara atau masyarakat yang sudah hidup lama di negara tersebut (Alfaqi, 2015). Ketika manusia lahir sudah memiliki identitas dan etnis masing yang seharusnya sudah mendalam terhadap dirinya pribadi. Namun nasionalisme itu tumbuh ketika manusia sudah paham akan seberapa penting dirinya terhadap negaranya sendiri.

Perbedaan pemahaman pemikiran nasionalis merupakan hal yang unik dalam kajian para ahli. Beberapa ahli percaya bahwa nasionalisme adalah pemahaman unik yang membutuhkan penelitian. Keunikan nasionalisme dapat dilihat dari bangsa secara keseluruhan. Menurut Tonnie (Dhakidae, 2001), keutuhan dapat didasarkan pada solidaritas, persaudaraan dan kekeluargaan yang terkandung dalam ruang lingkungannya. Beberapa ahli telah mengemukakan teori-teori nasionalisme dalam konteks yang berbeda-beda, dimulai dengan "School of History" karya Karl Friedrich von Savigny, dengan alasan bahwa setiap bangsa memiliki semangat uniknya sendiri, yaitu Spirit bangsa (Volksgeist, 2000). Semangat kebangsaan inilah yang juga terungkap dalam tulisan-tulisan Savigny bahwa nasionalisme

bukanlah sesuatu yang abstrak dan universal, melainkan sesuatu yang lebih jelas dan konkrit oleh para ahli dengan perspektif yang unik, yang dapat dijadikan sebagai prinsip bagi pembangunan suatu negara.

Pada dasarnya, para ahli dalam merumuskan dan menjelaskan pengertian nasionalisme sangat berbeda-beda sekali antara pendapat satu maupun pendapat lainnya. Smith (1991) menjelaskan, bahwa nasionalisme merupakan suatu kualitas dan integritas kesadaran nasional suatu bangsa, yang menyatakan bahwa nasionalisme ada sebelum lahirnya bangsa Indonesia terbentuk. Menurut Nur dalam Yatim (1994:684) Istilah nasionalisme seringkali dipahami sebagai sikap yang digunakan untuk mencintai dan menghargai negara sendiri dengan penuh kesadaran. Nasionalisme memiliki sebuah tujuan yang harus dicapai untuk mempertahankan, mengabdikan identitas, integritas dan kesejahteraan bangsa.

## 2. Etika

Istilah Etika Internet atau Cyber Ethics merupakan sebuah studi dan sudah banyak di terapkan sebagai bahan diskusi atau analisi mengenai masalah etika, moral, dan hukum yang diangkat melalui media elektronik atau cyber (Swenson-Lepper & Kerby, 2019a). Etika Internet dapat diartikan sebagai sebuah konsep atau seperangkat prinsip atau nilai moral yang mengatur individu atau kelompok dalam hal perilaku yang dapat diterima saat menggunakan internet (Karim, Zamzuri, dan Nor 2009). Banyak manfaat dari Internet baik itu yang buruk maupun yang buruk. Fasilitas yang disediakan oleh internet sangat memberi kebebasan bagi para pelaku penipuan, pemalsuan, kenakalan, dan upaya dalam mendapat bantuan yang tidak tahu darimana asalnya. Sering sekali pelaku tersebut menggunakan media massa dalam melakukan aksinya untuk menipu orang-orang.

Masalah dari etika internet banyak dibahas dalam penulisan dan literatur pada akhir-akhir ini. Banyak sekali perilaku pengguna internet melakukan hal yang tidak etis dalam membrowse internet baik dari konten pornografi, perjudian dan sebagainya dengan sengaja dengan cara yang tidak sah. Etika yang buruk dalam internet dapat menghancurkan integritas informasi yang berbasis komputer yang dapat mengorbankan privasi pengguna dan bisa mengganggu tujuan pengguna internet lainnya. Bahkan bukan saja perilaku pelaku dalam melakukan aksinya namun ada banyak kata-kata pengguna internet yang bersifat kotor (DeLorme, Zinkha, dan French 2001; Walther 2002; Weber 2016).

Pendidikan Etika merupakan pengalaman belajar yang dirancang demi untuk membantu siswa dalam mempelajari dan mengembangkan etika baik dalam meningkatkan pemahaman tentang etika yang sesuai dengan kebiasaan yang baik dan menjaga data yang ada didalam

internet, atau untuk menghindari jika terdapat perilaku yang tidak etis didalam internet(L. Williamson & Pierson, 2003). Pendidikan Etika dapat memberikan motivasi yang cukup berperan dalam menjalankan perilaku yang etis, Pendidikan karakter adalah kebersamaan upaya seluruh warga sekolah untuk menciptakan budaya baru di sekolah yaitu budaya pendidikan karakter (Dewantara & Wibowo, 2020).

Pembaharuan etika yang biasanya berbentuk fisik seharusnya di sesuaikan dengan metarve yang sudah berkembang di saat ini. Kurikulum di dalam pendidikan etika internet dapat mencakup hal-hal atau topik-topik seperti psikologi etika dan masalah etika yang berkaitan dengan penggunaan internet yang dapat dilakukan dengan cara membaca, tugas pekerjaan rumah, dan diskusi kasus yang berkaitan dengan etika internet. Semua dirancang sesuai dengan berupaya membentuk motivasi percakapan siswa mengenai permasalahan etika internet dan untuk membangun sebuah kebiasaan dimana dari pengguna yang sesuai dengan kebiasaan yang terbaru.

### 3. Media Sosial

Internet di dalam masyarakat sekarang merupakan hal yang sangat masif digunakan dalam berbagai urusan yang dilakukan oleh masyarakat baik itu didalam pekerjaan maupun dalam berinteraksi sosial dari jarak jauh tanpa harus bertemu secara langsung(Swenson-Lepper & Kerby, 2019a). Media sosial memberikan ruang baru kepada masyarakat sebagai tempat untuk melangsungkan interaksi sosial baik itu dengan kelompok kecil ataupun besar tanpa batasan ruang dan tanpa batasan waktu untuk dapat melakukan interaksi sosial melalui media internet tersebut. Seperti yang di sering di sebutkan bahwa dunia maya memberikan tempat pertemuan semu yang memperluas dunia sosial, menciptakan peluang pengetahuan baru, dan menyediakan tempat untuk berbagi pandangan secara luas (Widhyatmoko, 2015).

Internet memungkinkan manusia untuk mengembangkan kapasitas kemampuan manusia di segala aspek kehidupan yang dilakukan masyarakat, apa lagi dengan keberadaan pandemi covid-19 yang mengharuskan adanya interaksi tanpa harus bertemu secara langsung sebagai akibat dari kebijakan pembatasan kegiatan sosial yang dilakukan oleh hampir dari setiap negara didunia. Sehingga hal tersebut menyebabkan banyak hal yang beralih dari hal-hal yang konvensional ke sesuatu yang dapat dilakukan melalui jarak jauh, seperti pekerjaan yang harus dilakukan di ruang kantor bisa dilakukan oleh para pekerjanya dari rumahnya masing-masing dengan melakukan pemanfaatan beragam software untuk dapat melakukan kegiatan interaksi seperti aplikasi meeting online baik itu zoom, google meet, microsoft teams, skype, bluejeans, Webex dan berbagai aplikasi meeting online lain yang dapat

digunakan dalam menunjang pekerjaan, dan selain dalam pekerjaan, pembelajaran juga beralih ke pembelajaran jarak jauh, yang sebelumnya berlangsung secara tatap muka, pembelajaran terpaksa untuk beralih ke pembelajaran yang dilakukan tanpa harus bertatap muka dengan pemanfaatan internet sebagai media penunjang utama dalam melakukannya (Ainiyah, 2019).

Perekembangan internet yang sangat cepat membuat perubahan perilaku yang juga signifikan terhadap masyarakat dan hal tersebut terjadi secara mengglobal dan menyasar masyarakat yang berada di perkotaan dan juga di pedesaan. Perubahan dari masyarakat yang terjadi akibat kemajuan dan pemerataan akses internet ini membuat masyarakat tersebut terhubung antara yang satu dengan yang lainnya dan juga penyebaran informasi yang sangat cepat tanpa batasan ruang dan waktu dengan adanya interaksi sosial yang terjadi dengan bantuan dari media sosial, media sosial saat ini menjadi tempat untuk melakukan interaksi sosial yang sangat masif di gunakan di dalam kehidupan bermasyarakat (Surokim, 2017). Mereka menggunakan media sosial hampir di dalam semua aspek kehidupan mereka yang di akibatkan dari penyediaan fitur yang di berikan oleh media sosial tersebut yang sangat lengkap dan praktis, media sosial bukan lagi hanya menjadi tempat untuk mengobrol ataupun membagikan cerita, namun juga menjadi tempat berbelanja, bermain, belajar, mendapatkan hiburan dan lain sebagainya (Langford, 1996).

Media sosial menjadi bagian yang sangat mudah dalam memfasilitasi masyarakat untuk melakukan komunikasi dan interaksi sosial, media sosial memiliki karakteristik yang tanpa batas. Sehingga pemanfaatannya secara masal akan memunculkan berbagai macam karakteristik pengguna dengan rentang usia yang berbeda, tempat yang berbeda dan budaya dari masing-masing pengguna yang beragam menyebabkan banyak sekali informasi yang berada di media sosial tersebut (Brandtzaeg et al., 2018).

Media sosial adalah bagian dari media baru yang memberikan interaksi sosial seluas mungkin bagi orang-orang yang menggunakannya, Manovich (2001:38) menjelaskan dua jenis interaksi pendekatan dari perspektif media baru, terbuka dan tertutup, di mana terbuka Dalam masyarakat tertutup, tidak hanya pilihan yang diberikan, tetapi masyarakat dapat memutuskan bagaimana menggunakan media baru sesuai dengan kebutuhan mereka sendiri, sementara masyarakat tertutup membatasi konsumsi media oleh masyarakat sesuai dengan struktur sosialnya. Pilihan yang telah dibuat dan ditawarkan.

Pada saat ini generasi muda merupakan generasi yang sangat adaptif dengan perkembangan teknologi dan percepatan penyebaran informasi pada saat ini. Generasi muda

ini terbiasa menggunakan teknologi komunikasi dan informasi sebagai penunjang untuk melakukan hal-hal yang biasa mereka lakukan (Swenson-Lepper & Kerby, 2019b). Seperti mereka gunakan untuk tugas sekolah, melakukan pekerjaan, berbelanja, tempat menyimpan dan manajemen uang dan hal-hal lain yang biasa mereka lakukan.

Generasi muda juga terbiasa menggunakan internet dari berbagai situs untuk mencari dan juga menemukan berbagai informasi melalui smartphone mereka masing-masing dan juga berkomunikasi atau berinteraksi sosial. Mereka pun menjadi terhubung dengan dunia luas tanpa lagi ada batasan ruang dan juga batasan waktu yang menghalangi mereka untuk melakukan interaksi pada sesamanya, mereka dapat berinteraksi dengan orang-orang yang berada di luar kota ataupun di luar negeri. Hal ini membuat generasi muda dapat dengan mudah mengetahui kejadian yang ada di luar negaranya diakibatkan pertukaran informasi yang sangat cepat, yang bahkan dapat di ketahui pada saat kejadian tersebut sedang berlangsung, akses internet membuat cakrawala pengetahuan menjadi terbuka lebar dan menjadikan informasi terdistribusikan dengan baik dan dengan sangat cepat (Abrar, 2020).

Perkembangan dari teknologi informasi dan juga aksesnya yang lebih mudah dan semakin masif digunakan baik itu di daerah perkotaan dengan infrastruktur yang baik ataupun di daerah perkotaan yang dengan infrastruktur internet yang kurang baik, sehingga internet dan media sosial telah membawa perubahan yang sangat besar bagi masyarakat yang juga membawa kebiasaan baru dalam melakukan interaksi sosial antar sesama, baik itu bagi masyarakat yang berada di perkotaan dan juga masyarakat yang berada di pedesaan. Teknologi sekarang yang dapat mengakses internet menjadi semakin murah dan semakin banyak di produksi sehingga membuat akses masyarakat terhadap internet semakin besar dan menjangkau daerah yang terpencil sekalipun.

Hal ini membawa perubahan signifikan yang mana menyangkut aktivitas dari masyarakat, yang mana ruang publik di kontrol oleh beberapa orang yang memiliki hegemoni kekuasaan yang berlangsung dengan membiarkan masyarakat tumbuh dengan kontrol informasi yang mereka lakukan. Masyarakat saat ini mulai tumbuh kesadaran tentang kehidupan yang berorientasi tentang kebebasan berpendapat dan kemerdekaan atas hak-hak pribadi yang seharusnya mereka miliki namun di kekang oleh kekuasaan yang mengontrol masyarakat di media publik yang mereka kuasai, namun sikap kritis masyarakat untuk menyuarakan aspirasi sesuai dengan apa yang diyakini dan diketahui secara terbuka tanpa perasaan dan dibayangi rasa takut, menjadikan masyarakat kaget akan kebebasan berekspresi



yang mereka miliki, mereka lalu berekspresi di media sosial dengan mengesampingkan etika-etika yang seharusnya menjadi budaya masyarakat dalam berinteraksi sosial.

### **Implementasi Sikap Nasionalisme di Internet**

Dalam interaksi sosial komunitas di media sosial, interaksi massa yang mereka lakukan bebas dengan sedikit pengawasan, dan kegiatan ini berkembang pesat dengan kontrol sosial yang sangat sedikit. Identitas etnis dan nasionalisme adalah hal yang sangat mendasar bagi orang-orang yang menggunakan media sosial untuk banyak kegiatan, dan jika sebuah fenomena menjadi begitu global, itu pasti tentang etnis dan nasionalisme. Identitas suatu bangsa tidak hanya dapat ditemukan di tempat lahirnya suatu budaya, tetapi dapat menyebar ke mana saja yang didukung oleh globalisasi dan kemajuan teknologi informasi (Suwana, 2020).

Nasionalisme masyarakat di media sosial akan meningkat seiring dengan isu identitas nasional yang sedang menyebar di sosial media tersebut, seperti ketika Indonesia menjuarai suatu perlombaan olahraga yang memiliki cangkupan internasional. Maka para pengguna media sosial akan memenuhi interaksi sosialnya di media sosial tersebut dengan membagikan informasi tersebut. Rasa nasionalisme masyarakat pengguna media sosial naik akibat dari kebanggaan yang di dapat melalui prestasi yang dapatkan, dan juga seperti yang baru-baru ini saja terjadi penyelenggaraan balapan MotoGP di sirkuit Mandalika yang berjalan dengan lancar, hal tersebut menimbulkan kebanggaan dari masyarakat dan mereka mengekspresikan itu melalui interaksi di platform media sosial, sehingga mereka turut menyebarkan rasa cinta terhadap tanah air kepada orang lain yang melihat apa yang mereka bagikan melalui media sosialnya.

Identitas negara dapat tergambar dari aktivitas masyarakatnya di media sosial, yang dapat dengan mudah tersebar di internet, dan pengguna internet dari negara lain dapat langsung melihat apa yang disebarluaskan oleh pengguna internet Indonesia tanpa batas waktu. Hal-hal tentang nasionalisme dan identitas nasional menyebar di ruang publik di internet, dapat diakses oleh siapa saja yang mengunjungi situs tersebut, dan identitas nasional cenderung menarik minat masyarakat internasional yang melihat budaya suatu negara berbeda. Buat masyarakat internasional tertarik dengan budaya ini. Ketika perhatian dunia internasional meningkat, dan warga negara-negara yang mendapat perhatian lebih tertarik pada tanah airnya, sentimen nasionalis kelompok netizen akan menguat.

Perubahan dan perkembangan teknologi yang semakin pesat, berubahnya cara berkomunikasi, berkembangnya media tetap akan berpijak pada nilai-nilai nasionalisme dan

rasa cintanya kepada tanah air. Seperti saat ini, saat media Internet yang melakukan peningkatan-peningkatan sedemikian pesatnya, maka media internet akan selalu dan juga senantiasa mencari bentuk baru untuk menjalankan peran yang akan mendukung identitas suatu bangsa. Bahkan didalam penerapan kegiatan-kegiatan yang sebagai salah satu bentuk identitas bangsa turut mengalami pergeseran media yang sebelumnya hanya dilaksanakan secara langsung, namun sekarang dengan memanfaatkan media internet yang di miliki, hal tersebut dapat diwujudkan tanpa harus melakukannya secara langsung atau dengan kata lain dapat di lakukan secara virtual di dunia maya (Nurdin, 2017).

Sebagai salah satu contoh yang unik dilakukan terhadap identitas bangsa yakni di dalam penyelenggaraan upacara bendera melalui internet, pertunjukan budaya baik itu pertunjukan musik, pertunjukan tari, pertunjukan teater tentang kisah-kisah budaya suatu daerah dan juga beberapa hal yang lain di tampilkan melalui media internet dan juga media sosial sehingga dapat dilihat tanpa batasan ruang dan juga batasan waktu untuk mendapatkan atensi dari publik ramai tentang budaya yang menjadi identitas nasional kita tersebut.

Suatu pencarian terhadap yang dapat menyebabkan hal tersebut di pertemukan dengan pertanyaan lain mengenai respons generasi muda terhadap masa depan, dan juga menurut banyak pendapat bahwa globalisasi merusak nasionalisme yang dimiliki oleh generasi muda, dengan adanya globalisasi menyebabkan masuknya budaya-budaya luar dan terjadi pertukaran budaya antara satu dengan yang lainnya, dan menyebabkan pandangan generasi muda terhadap budaya barat yang lebih modern akan merubah cara pandang mereka terhadap budaya asli yang di miliki oleh bangsa sendiri, mereka akan berpandangan bahwa budaya yang dimiliki oleh Indonesia merupakan hal yang terlalu kuno dan tidak cocok untuk diterapkan lagi di saat sekarang ini.

Fenomena maraknya penyebaran paham radikalisme yang berada pada ruang internet terjadi karena masyarakat merasa kehadiran kemajuan teknologi komunikasi dan informasi tersebut bukan merupakan bagian dari realitas yang ada di masyarakat secara aslinya atau merupakan dunia yang berbeda walaupun di isi oleh orang-orang atau masyarakat yang sama dengan masyarakat aslinya. Pada situasi yang seperti ini literasi digital di butuhkan untuk mengedukasi pengguna internet agar sadar bahwa interaksi di internet sama saja halnya dengan interaksi sosial yang di lakukan secara langsung, kita harus memberikan pemahaman apa yang kita lakukan secara fisik seharusnya terefleksikan juga saat beraktivitas di ruang internet, karena pemahaman akan hal-hal baru sangatlah rentan mempengaruhi para generasi muda yang sedang memiliki rasa ingin tahu yang sangat tinggi. Apa lagi dengan internet yang

membuat masyarakat terhubung secara global, sehingga pengaruh-pengaruh globalisasi semakin membawa dampak besar terhadap masyarakat yang menggunakan internet.

### **Implementasi Sikap Etika di Internet**

Dengan munculnya teknologi internet, etika dalam pemanfaatan internet menjadi isu penting untuk diperhatikan, dan didalam pemanfaatan media sosial yang semakin masif ini, etika yang timbul dari berbagai macam pengguna benar-benar sangatlah beragam, dengan kebebasan dalam mengekspresikan diri yang diberikan dan di fasilitasi oleh media sosial, masyarakat menjadi mengesampingkan etika-etika yang seharusnya dihadirkan dalam melakukan interaksi sosial (Susanto et al., 2020). Kebanyakan orang menjadi lebih berani dan lebih arogan di dalam interaksinya melalui media sosial ketimbang dengan interaksi yang di lakukannya dalam lingkungan masyarakat secara langsung, dengan pemikiran bahwa interaksi yang terjadi secara tidak langsung ini atau melalui media sosial akan meminimalisir resiko dan juga tidak di atur ataupun terikat oleh hukum yang berlaku, pandangan tersebut membuat beberapa orang yang melakukan interaksi sosial melalui media sosial mengesampingkan etika yang ada, atau norma-norma yang seharusnya dipatuhi.

Sebagai makhluk sosial yang menggunakan internet untuk beraktifitas sehari-hari, dengan seharusnya menjadikan kode etik sebagai pedoman dalam menjaga perilaku dan kehormatan dalam pergaulan muda di dunia maya. Dari sudut pandang praktis, setiap orang yang menggunakan internet secara teratur harus menyadari kode etik yang lazim dalam kehidupan sehari-hari mereka. Etika berinternet adalah hal yang bersifat umum dan umum, seperti aturan-aturan yang biasa di temui ketika memasuki komunitas perkumpulan sosial dengan memiliki aturan untuk di kepada para anggotanya, memiliki aturan etika yang seharusnya mengikat dan harus dipatuhi (Wang et al., 2020) .

Norma-norma sosial yang ada pada interaksi sosial di lingkungan masyarakat secara langsung atau melalui cara bertemu fisik, seharusnya juga di terapkan dalam beraktivitas sosial yang berada di media sosial, sehingga etika masyarakat yang berada di media sosial dapat terjaga dan kenyamanan dalam bermedia sosial juga dapat terbentuk akibat dari di terapkannya norma sosial yang membentuk etika baik dalam bermedia sosial. Penerapan nilai-nilai luhur di dalam bermedia sosial akan menciptakan ekosistem yang baik dalam berinteraksi sosial, namun sayangnya sering sekali di temukan permasalahan etika yang berada di media sosial. Dari hal tersebut, maka diperlukan kontrol perilaku dalam menciptakan etika bermedia sosial yang baik.

Perilaku yang tidak etis dalam bermedia sosial dapat menimbulkan dampak negatif terhadap pendidikan etika pada masa sekarang. Pendidikan etika sangat penting untuk diterapkan didalam berperilaku dan mengungkapkan sebuah rasa ketika di media sosial. Perkembangan pendidikan etika seharusnya berjalan dengan perkembangan kondisi sekarang dimana etika dalam bermedia sosial harus bisa mengeseimbangkan agar tidak bisa mengakibatkan konflik sosial. Banyak etika yang seharusnya dipahami oleh para remaja yang dapat memberikan sebuah contoh baik untuk orang lain. Seperti dalam menyampaikan informasi juga memiliki etika yang seharusnya di lihat oleh banyak orang terlebihnya adalah para remaja dimana dalam penyampaian informasi sesuai dengan sasaran yang akan disampaikan, mengikuti aturan, tidak mengandung sara, pornografi dan kekerasan. Penyampaian informasi yang tidak sesuai fakta inilah bisa mengacaukan banyak hal dan bisa jadi lebih memperburuk masalah dari informasi tersebut salah satunya menimbulkan sebuah konflik sosial.





Berdasarkan kasus tersebut sudah seharusnya sebagai generasi muda dalam bermedia sosial dapat lebih efektif dan komunikatif apabila memperhatikan etika berinternet dalam memposting maupun berkomentar diberbagai platform media sosial seperti youtube, facebook, dan Intagram. Kasus-kasus tersebut sedikit dari banyak komentar yang tidak etik dalam komentar. Hal tersebut terjadi karena rendahnya pendidikan etika dalam bermedia sosial. Bukan hanya pendidikan etika secara langsung tetapi pendidikan etika bermedia sosial juga. Tidak adanya unsur hukum didalam postingan maupun komentar yang membuat orang enak berkata yang seharusnya tidak katakan. Dalam mengkritik sebuah postingan seharusnya berfikir agar dapat menambah sikap nasionalisme bukan konflik sosial.

Sikap nasionalisme dan etika dalam bermedia sosial harus tetap kembangkan sebagaimana media sosial digunakan sebagai sarana menyampaikan opini, pendapat, dan dapat meningkatkan diskusi yang lebih interaktif dalam membangun negeri ini. Media sosial memiliki pengaruh yang sangat besar didalam perkembangan kehidupan sosial masyarakat, artinya dalam media sosial dapat menambah sikap nasionalisme dan etika masyarakat apabila penggunaan media sosial itu digunakan secara bijak, cerdas, komunikatif dan informatif.

Pada dasarnya media sosial dapat membawa perubahan generasi muda maupun masyarakat menjadi lebih baik, namun makhluk sosial sering kali menyalahgunakan media sosial tersebut ke arah hal-hal yang sifatnya negatif, seperti berkomentar yang tidak wajar di media sosial. Sehingga hal ini dapat menciptakan suasana yang mulanya aman, damai dan tentram, namun kini dapat menciptakan sebuah perpecahan bahkan konflik yang di akibatkan

minimnya etika generasi muda dan masyarakat dalam bermedia sosial. Jadi dikarenakan itu, kita sebagai generasi muda atau generasi yang paling melek terhadap perkembangan teknologi merupakan bagian dari masyarakat sangat membutuhkan sekali kaidah-kaidah beretika yang baik dalam bermedia sosial, seperti tidak berbuat hal-hal yang bisa menimbulkan konflik atau perpecahan.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar generasi muda dan masyarakat umum merupakan pengguna aktif dalam mengakses internet. Berdasarkan kasus tersebut sudah seharusnya sebagai generasi muda dalam bermedia sosial dapat lebih efektif dan komunikatif apabila memperhatikan etika berinternet dalam memposting maupun berkomentar diberbagai platform media sosial yang kami pilih yakni youtube, facebook, dan juga Instagram. Tidak adanya unsur hukum didalam postingan maupun komentar yang membuat orang enak berkata yang seharusnya tidak dikatakan.

Dalam mengkritik sebuah postingan seharusnya berfikir positif, agar senantiasa dapat menambah sikap nasionalisme, bukan menciptakan sebuah konflik sosial. Sikap nasionalisme dan etika dalam bermedia sosial harus tetap kembangkan sebagaimana media sosial digunakan sebagai sarana menyampaikan opini, pendapat, dan dapat meningkatkan diskusi yang lebih interaktif dalam membangun negeri ini. Pada dasarnya media sosial dapat membawa perubahan generasi muda maupun masyarakat menjadi lebih baik, namun makhluk sosial sering kali menyalahgunakan media sosial tersebut ke arah hal-hal yang negatif, seperti berkomentar yang tidak wajar di media sosial.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abrar, A. N. (2020). Tinjauan Konstruksi Sosial Atas Nasionalisme Net Generation. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 17(1), 75–90. <https://doi.org/10.24002/jik.v17i1.1586>
- Ainiyah, N. (2019). Etika Bermedia Sosial Perempuan Melalui Penguatan Pengetahuan Literasi Media Di Situbondo. *LISAN AL-HAL: Jurnal Pengembangan Pemikiran Dan Kebudayaan*, 13(1), 69–96. <https://doi.org/10.35316/lisanalhal.v13i1.450>
- Alfaqi, M. Z. (2015). Memahami Indonesia Melalui Perspektif Nasionalisme, Politik Identitas, Serta Solidaritas. *Jurnal Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 28(2), 111–116. <http://journal.um.ac.id/index.php/jppk/article/view/5451/2120>
- Alfaqi, M. Z. (2016). Melihat sejarah nasionalisme Indonesia untuk memupuk sikap kebangsaan generasi muda. *Jurnal Civics: Media Kajian Kewarganegaraan*, 13(2), 209–216. <https://doi.org/10.21831/civics.v13i2.12745>
- Andersson, E., & Öhman, J. (2017). Young people's conversations about environmental and sustainability issues in social media. *Environmental Education Research*, 23(4), 465–

485. <https://doi.org/10.1080/13504622.2016.1149551>
- Brandtzaeg, P. B., Følstad, A., & Chaparro Domínguez, M. Á. (2018). How Journalists and Social Media Users Perceive Online Fact-Checking and Verification Services. *Journalism Practice*, 12(9), 1109–1129. <https://doi.org/10.1080/17512786.2017.1363657>
- Dewantara, J. A., & Wibowo, S. (2020). *Optimalisasi Pendidikan Karakter Melalui Komunitas Partisipasi Sekitar Lingkungan Sekolah ( Studi Kasus di SMP Lab School Bandung )*. 53–66.
- Emzir. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data* (3rd ed.). PT RajaGrafindo Persada.
- Langford, D. (1996). Ethics and the internet: Appropriate behavior in electronic communication. *Ethics and Behavior*, 6(2), 91–106. [https://doi.org/10.1207/s15327019eb0602\\_2](https://doi.org/10.1207/s15327019eb0602_2)
- Nurdin, N. (2017). To research online or not to research online: Using internet-based research in Islamic Studies context. *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies*, 7(1), 31–54. <https://doi.org/10.18326/ijims.v7i1.31-54>
- Prastowo, A. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian* (M. Sandra (ed.); 3rd ed.). AR-RUZZ MEDIA.
- Surokim. (2017). *Internet, Media Sosial, dan Perubahan Sosial di Madura* (Surokim (ed.); 1st ed.). Inteligencia Media.
- Susanto, E. H., Loisa, R., & Junaidi, A. (2020). Cyber media news coverage on diversity issues in Indonesia. *Journal of Human Behavior in the Social Environment*, 30(4), 510–524. <https://doi.org/10.1080/10911359.2019.1708525>
- Suwana, F. (2020). What motivates digital activism? The case of the Save KPK movement in Indonesia. *Information Communication and Society*, 23(9), 1295–1310. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1563205>
- Swenson-Lepper, T., & Kerby, A. (2019a). Cyberbullies, Trolls, and Stalkers: Students' Perceptions of Ethical Issues in Social Media. *Journal of Media Ethics: Exploring Questions of Media Morality*, 34(2), 102–113. <https://doi.org/10.1080/23736992.2019.1599721>
- Swenson-Lepper, T., & Kerby, A. (2019b). Cyberbullies, Trolls, and Stalkers: Students' Perceptions of Ethical Issues in Social Media. *Journal of Media Ethics: Exploring Questions of Media Morality*, 34(2), 102–113. <https://doi.org/10.1080/23736992.2019.1599721>
- Vanacker, B. (2020). The Situationist Critique of Virtue Ethics and Its Implications for the Media Ethics Classroom. *Journal of Media Ethics: Exploring Questions of Media Morality*, 35(3), 139–151. <https://doi.org/10.1080/23736992.2020.1779593>
- Wang, Y. Y., Wang, Y. S., & Wang, Y. M. (2020). What drives students' Internet ethical behaviour: an integrated model of the theory of planned behaviour, personality, and Internet ethics education. *Behaviour and Information Technology*, 0(0), 1–23. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2020.1829053>
- Widhyatmoko, D. (2015). Nasionalisme di Era Internet. *Humaniora*, 6(2), 147. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v6i2.3318>
- Williamson, L., & Pierson, E. (2003). The Rhetoric of Hate on the Internet: Hateporn's Challenge to Modern Media Ethics. *Journal of Mass Media Ethics*, 18(3–4), 250–267.

<https://doi.org/10.1080/08900523.2003.9679667>

Williamson, S., Clow, K. E., Walker, B. C., & Selwyn Ellis, T. (2011). Ethical issues in the age of the internet: A study of students' perceptions using the multidimensional ethics scale. *Journal of Internet Commerce*, 10(2), 128–143.  
<https://doi.org/10.1080/15332861.2011.571992>