



Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Perubahan Etika Komunikasi Remaja di Kota Manado

Abdul Malik Ibrahim¹, Romi Mesra²

¹ Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Terbuka

² Program Studi Pendidikan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Manado

Email: 049855825@ecampus.ut.ac.id¹, romimesra@unima.ac.id²

Abstract

This study aims to analyze the influence of social media usage on changes in communication ethics among adolescents in Manado City. The increasing access to social media among adolescents aged 10 to 18 years has raised serious concerns regarding shifts in communication norms and ethical values, both in online interactions and everyday communication. This research employed a quantitative approach using a survey method. Data were collected through the distribution of Likert-scale questionnaires to 100 adolescent respondents selected using a purposive sampling technique. The independent variable in this study was social media usage, measured through four indicators: intensity of use, types of activities, media dependency, and content exposure. The dependent variable was adolescent communication ethics, measured through five indicators, namely politeness, responsibility, respect for interlocutors, quality of face-to-face communication, and understanding of digital ethics. The results of the simple linear regression analysis showed that social media usage had a positive and significant effect on adolescent communication ethics, with a calculated t-value of 2.476 greater than the t-table value of 1.984, a significance level of 0.015, and a coefficient of determination (R^2) of 0.059 or 5.9%.

Keywords: *Communication Ethics, Social Media, Digital Norms, Adolescent Behavior, Social Change*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan media sosial terhadap perubahan etika komunikasi remaja di Kota Manado. Meningkatnya akses media sosial di kalangan remaja usia 10 hingga 18 tahun menimbulkan keprihatinan serius mengenai pergeseran norma dan nilai etika komunikasi, baik secara daring maupun dalam interaksi sehari-hari. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner berskala Likert kepada 100 responden remaja yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah penggunaan media sosial yang diukur melalui empat indikator, yaitu intensitas penggunaan, jenis aktivitas, ketergantungan terhadap media, dan paparan konten. Variabel terikat adalah etika komunikasi remaja yang diukur melalui lima indikator, meliputi kesopanan, tanggung jawab, penghormatan terhadap lawan bicara, kualitas komunikasi tatap muka, dan pemahaman etika digital. Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap etika komunikasi remaja dengan nilai t-hitung $2,476 > t\text{-tabel } (1,984)$, signifikansi 0,015, dan koefisien determinasi R^2 sebesar 0,059 atau 5,9%.

Kata kunci: *Etika Komunikasi, Media Sosial, Norma Digital, Perilaku Remaja, Perubahan Sosial*

A. Pendahuluan

Revolusi teknologi informasi yang berlangsung selama dua dekade terakhir telah mengubah lanskap komunikasi manusia secara fundamental. Kehadiran media sosial sebagai medium interaksi digital tidak lagi sekadar menjadi pelengkap komunikasi konvensional, telah bertransformasi menjadi arena utama di mana remaja Indonesia membangun relasi sosial, mengekspresikan identitas, dan mengonsumsi informasi setiap harinya. Fenomena ini bukan semata persoalan teknologi, melainkan menyentuh dimensi sosial dan kultural yang jauh lebih dalam, salah satunya adalah pergeseran etika dalam berkomunikasi (Mesra dkk., 2025).

Data dari We Are Sosial dan Hootsuite dalam laporan Digital 2024 Indonesia mencatat bahwa pengguna media sosial di Indonesia telah mencapai 139 juta orang atau setara 49,9% dari total populasi. Yang menjadi perhatian, kelompok usia 13–17 tahun termasuk pengguna yang paling aktif dengan rata-rata waktu penggunaan mencapai 7–8 jam per hari, melampaui rata-rata global sebesar 6,4 jam. Data BPS tahun 2023 juga mengonfirmasi bahwa remaja usia 10–18 tahun mencakup sekitar 32% dari total populasi Indonesia, menjadikan kelompok ini sebagai segmen pengguna media sosial yang paling masif sekaligus paling rentan terhadap dampaknya (BPS, 2023).

Tabel 1. Persentase Pengguna Aktif Media Sosial Kalangan Remaja Indonesia Berdasarkan Platform (2024)

No	Platform	Pengguna Remaja (%)	Rata-rata/Hari
1	WhatsApp	90,3	3,2 jam

2	TikTok	87,6	4,1 jam
3	Instagram	79,4	2,8 jam
4	YouTube	76,1	3,5 jam
5	Twitter/X	41,2	1,4 jam

Sumber: We Are Sosial & Hootsuite, Digital 2024 Indonesia (diolah)

Dari data tersebut terlihat bahwa TikTok menjadi platform dengan rata-rata durasi penggunaan tertinggi di kalangan remaja, yakni 4,1 jam per hari. Angka ini sejalan dengan temuan (Tim Peneliti SD Muhammadiyah Semarang, 2025) yang menemukan bahwa paparan konten TikTok secara masif berdampak negatif terhadap perilaku sopan santun dan kualitas komunikasi siswa. Paparan konten yang berulang dan tidak terfilter mendorong terbentuknya pola komunikasi baru yang tidak selalu mencerminkan norma etika yang berlaku di masyarakat.

Etika komunikasi, sebagaimana didefinisikan oleh Effendy (2021), merupakan seperangkat pedoman perilaku yang mengatur interaksi sosial berdasarkan prinsip kesopanan, tanggung jawab, kejelasan pesan, dan penghormatan terhadap lawan bicara. Dalam komunikasi tatap muka, prinsip-prinsip ini secara alami terjaga melalui mekanisme kontrol sosial berupa ekspresi wajah, intonasi suara, dan respons langsung. Namun ketika ruang interaksi berpindah ke platform digital, kontrol sosial tersebut melemah karena sifat media sosial yang anonim, terbuka, dan minim pengawasan (Nasrullah, 2022).

Berbagai penelitian yang dilakukan dalam kurun waktu 2022–2025 secara konsisten mengidentifikasi adanya perubahan nyata dalam pola komunikasi remaja. Widyanti dkk. (2025) menemukan bahwa

media sosial mendorong terbentuknya gaya komunikasi yang lebih singkat, cepat, dan informal sehingga mengurangi kualitas interaksi langsung. Taib, Septriawan, dan Rozi (2024) melalui survei terhadap remaja di Kota Medan membuktikan adanya korelasi signifikan antara intensitas penggunaan media sosial dengan perubahan perilaku dan norma komunikasi. Sementara itu, Pramudita dkk. (2025) menegaskan bahwa tingginya intensitas penggunaan media sosial turut berkontribusi pada meningkatnya pelanggaran norma etika di kalangan remaja.

Meski demikian, sebagian besar penelitian terdahulu masih bersifat deskriptif atau menggunakan pendekatan kualitatif sehingga belum mampu mengukur seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial terhadap perubahan etika komunikasi secara terukur dan sistematis. Celah penelitian inilah yang menjadi landasan utama dilakukannya penelitian ini.

Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada pengukuran pengaruh media sosial terhadap etika komunikasi remaja secara kuantitatif berbasis survei di Kota Manado, yang selama ini belum banyak diteliti dibandingkan kota-kota besar lainnya. Secara empiris, realitas di lapangan menunjukkan bahwa remaja Kota Manado tergolong pengguna aktif media sosial dengan rata-rata penggunaan di atas empat jam per hari, namun belum tersedia data terukur mengenai seberapa jauh intensitas penggunaan tersebut berdampak pada pergeseran norma etika komunikasi mereka dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) apakah penggunaan media sosial berpengaruh terhadap perubahan etika komunikasi remaja di Kota Manado dan (2) seberapa besar pengaruh penggunaan media

sosial terhadap perubahan etika komunikasi remaja di Kota Manado. Hipotesis pada penelitian ini adalah H1 : Penggunaan media sosial berpengaruh signifikan terhadap perubahan etika komunikasi remaja di Kota Manado. H0 : Penggunaan media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap perubahan etika komunikasi remaja di Kota Manado.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian survei. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk mengukur besarnya pengaruh antarvariabel secara numerik dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan berdasarkan teori dan penelitian terdahulu. Sebagaimana dikemukakan oleh Creswell (2022), penelitian kuantitatif memberikan kemungkinan untuk menghasilkan generalisasi temuan yang dapat dipertanggungjawabkan secara statistik. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April – Mei 2026 di Kota Manado, Provinsi Sulawesi Utara. Pengumpulan data dilakukan secara online menggunakan Google Form yang disebarakan melalui platform WhatsApp dan Instagram kepada responden yang memenuhi kriteria.

Populasi dalam penelitian ini adalah remaja usia 10–18 tahun yang berdomisili di Kota Manado dan merupakan pengguna aktif media sosial. Sampel diambil menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria inklusi: (1) berusia 10–18 tahun, (2) berdomisili di Kota Manado, (3) menggunakan minimal satu platform media sosial secara aktif setiap hari, dan (4) bersedia mengisi kuesioner secara sukarela. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin sebagaimana dikutip dalam Sugiyono (2022), yaitu $n = N / (1 + N.e^2)$, di mana n adalah jumlah sampel, N adalah jumlah populasi, dan e adalah batas toleransi kesalahan yang ditetapkan sebesar

10% (0,1). Berdasarkan data Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Manado tahun 2023, jumlah remaja usia 10–18 tahun yang berdomisili di Kota Manado adalah sebesar 98.547 jiwa. Dengan memasukkan angka tersebut ke dalam rumus Slovin: $n = 98.547 / (1 + 98.547 \times 0,01) = 98.547 / 986,47 \approx 99,9 \approx 100$ responden. Berdasarkan perhitungan tersebut, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 100 responden.

Tabel 2. Operasional Variabel Penelitian

Varia bel	Definisi Operasiona l	Indikator	Skala
Pengguna Media Sosial (X)	Tingkat dan pola penggunaan platform media sosial oleh remaja dalam kehidupan sehari-hari	1. Intensitas penggunaan 2. Jenis aktivitas 3. Ketergantungan 4. Paparan konten	Likert 1–5
Etika Komunikasi Remaja (Y)	Tingkat penerapan norma dan nilai etika dalam berkomunikasi baik secara digital maupun tatap muka	1. Kesopanan 2. Tanggung jawab 3. Penghormatan terhadap lawan bicara 4. Kualitas komunikasi tatap muka 5. Pemahaman etika digital	Likert 1–5

Instrumen pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner tertutup dengan skala Likert lima poin, mulai dari 1 (Sangat

Tidak Setuju) hingga 5 (Sangat Setuju). Kuesioner terdiri dari dua bagian utama. Bagian pertama mengukur variabel bebas (X) yaitu penggunaan media sosial, yang terdiri dari 7 butir pernyataan mencakup empat indikator: intensitas penggunaan, jenis aktivitas di media sosial, ketergantungan terhadap media sosial, dan paparan konten. Bagian kedua mengukur variabel terikat (Y) yaitu etika komunikasi remaja, yang terdiri dari 11 butir pernyataan mencakup lima indikator: kesopanan dalam berkomunikasi, tanggung jawab komunikasi, penghormatan terhadap lawan bicara, kualitas komunikasi tatap muka, dan pemahaman etika digital.

Sebelum digunakan, instrumen diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product Moment dengan kriteria item valid apabila $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ pada taraf signifikansi 5%. Uji reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach's Alpha dengan nilai minimal 0,70 sebagai ambang batas instrumen yang reliabel. Selanjutnya dilakukan uji prasyarat analisis yang meliputi: (1) uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov; (2) uji linearitas menggunakan uji F; dan (3) uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser. Setelah seluruh uji prasyarat terpenuhi, analisis data dilakukan menggunakan uji regresi linier sederhana dengan persamaan: $Y = a + bX$.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Hasil

Dari 100 responden yang terlibat, sebanyak 58% berjenis kelamin perempuan dan 42% laki-laki. Berdasarkan jenjang pendidikan, 44% merupakan siswa SMA/SMK dan 56% siswa SMP. Adapun dari segi platform yang paling sering digunakan, TikTok menempati urutan tertinggi dengan 41%, diikuti Instagram 28%, WhatsApp 21%, dan platform lainnya 10%.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Durasi Penggunaan Media Sosial per Hari

Durasi Penggunaan	Frekuensi (n)	Persentase (%)
Kurang dari 2 jam	8	8
2–4 jam	22	22
4–6 jam	35	35
Lebih dari 6 jam	35	35
Total	100	100

Sumber: Data primer diolah (2026)

Tabel 3 menunjukkan bahwa sebagian besar responden, yakni 70%, menggunakan media sosial lebih dari 4 jam setiap harinya. Temuan ini mengonfirmasi tingginya intensitas penggunaan media sosial di kalangan remaja sebagaimana dilaporkan oleh berbagai studi sebelumnya (Taib dkk., 2024; Pramudita dkk., 2025).

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel X Penggunaan Media Sosial

N	Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	Saya menggunakan media sosial lebih dari 4 jam setiap harinya	0,279	0,195	Valid
2	Saya aktif memberikan komentar atau membalas	0,321	0,195	Valid

	pesan di media sosial setiap hari			
3	Saya merasa media sosial adalah sarana utama saya dalam berkomunikasi dengan orang lain	0,628	0,195	Valid
4	Saya lebih mudah mengekspresikan diri melalui media sosial dibandingkan komunikasi tatap muka	0,785	0,195	Valid
5	Saya sering menggunakan media sosial bahkan saat sedang berkumpul bersama keluarga atau teman	0,774	0,195	Valid
6	Konten yang saya tonton di media sosial memengaruhi cara saya berbicara sehari-hari	0,779	0,195	Valid
7	Saya menganggap wajar gaya komunikasi informal yang banyak digunakan	0,745	0,195	Valid

oleh pengguna media sosial

Sumber: Data primer diolah (2026)

**Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Y
Etika Komunikasi Remaja**

N o	Pernyataan	r- hitung	r- tabel	Keteran- gan
1	Sejak aktif menggunakan media sosial, saya merasa penggunaan bahasa saya menjadi lebih informal	0,833	0,195	Valid
2	Saya tetap memperhatikan kesopanan dalam berkomentar meskipun tidak diketahui identitas saya	0,546	0,195	Valid
3	Saya berpikir terlebih dahulu sebelum mengirim pesan atau komentar di media sosial	0,862	0,195	Valid
4	Saya menghindari menyebarkan	0,756	0,195	Valid

	n informasi yang belum terbukti kebenarannya di media sosial			
5	Saya tidak pernah menggunakan kata-kata kasar atau menyinggung perasaan orang lain di media sosial	0,908	0,195	Valid
6	Saya merasa penggunaan media sosial membuat saya kurang menghargai lawan bicara dalam komunikasi langsung	0,546	0,195	Valid
7	Saya merasa kemampuan saya berkomunikasi secara langsung menurun sejak aktif menggunakan media sosial	0,833	0,195	Valid
8	Norma kesopanan yang berlaku di kehidupan nyata tetap saya terapkan	0,908	0,195	Valid

	dalam komunikasi digital			
9	Saya memahami bahwa etika komunikasi di media sosial sama pentingnya dengan komunikasi di dunia nyata	0,816	0,195	Valid
10	Saya pernah mendapatkan edukasi atau pengarahan mengenai etika berkomunikasi di media sosial	0,862	0,195	Valid
11	Saya merasa penting untuk mempelajari etika komunikasi digital agar tidak menyakiti perasaan orang lain	0,546	0,195	Valid
Sumber: Data primer diolah (2026)				

Berdasarkan Tabel 4, seluruh 7 butir pernyataan variabel X dinyatakan valid dengan r-hitung berkisar antara 0,279 hingga 0,785. Berdasarkan Tabel 5, seluruh 11 butir pernyataan variabel Y dinyatakan valid dengan r-hitung berkisar antara 0,546 hingga 0,908. Seluruh nilai r-hitung berada di atas r-

tabel (0,195) sehingga semua item dinyatakan valid dan layak digunakan dalam analisis.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar	Keterangan
Penggunaan Media Sosial (X)	0,723	$\geq 0,700$	Reliabel
Etika Komunikasi Remaja (Y)	0,929	$\geq 0,700$	Reliabel

Sumber: Data primer diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 6, nilai Cronbach's Alpha variabel X sebesar 0,723 dan variabel Y sebesar 0,929, keduanya di atas 0,70 sehingga dinyatakan reliabel. Nilai alpha variabel Y yang mencapai 0,929 termasuk kategori sangat tinggi (excellent), menandakan konsistensi internal instrumen yang sangat baik.

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	100
Normal Parameters – Mean	0,0000000
Normal Parameters – Std. Deviation	6,68151
Most Extreme Differences – Absolute	0,117
Most Extreme Differences – Positive	0,117
Most Extreme Differences – Negative	-0,058

Test Statistic	0,117
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,131

Sumber: Data primer diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 7, hasil uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,131 > 0,05. Dengan demikian, data residual dinyatakan berdistribusi normal dan asumsi normalitas terpenuhi.

Tabel 8. Hasil Uji Linearitas

Sumber	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	793,654	1	52,910	-	-
Combined					
Between Groups	442,495	1	442,495	9,037	0,015
Linearit y					
Between Groups	351,159	1	25,083	0,512	0,774
Deviati on from Linearit y					
Within Groups	4113,096	8	48,964	-	-
Total	4906,750	9	-	-	-

Sumber: Data primer diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 8, nilai signifikansi

Deviation from Linearity sebesar 0,774 > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel X (penggunaan media sosial) dan variabel Y (etika komunikasi remaja) bersifat linear, sehingga asumsi linearitas terpenuhi.

Tabel 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	B	Std. Error	t	Sig.
(Constant)	2,537	-	-	-
Penggunaan Media Sosial (X)	0,079	0,130	0,613	0,539

Sumber: Data primer diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 9, nilai signifikansi variabel X pada uji Glejser sebesar 0,539 > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga asumsi homoskedastisitas terpenuhi.

Karena seluruh uji prasyarat telah terpenuhi, analisis regresi linier sederhana dapat dilanjutkan. Untuk menginterpretasikan skor rata-rata tiap indikator, digunakan rumus interval kelas: Interval = $(5 - 1) / 3 = 1,33$, sehingga: Rendah = 1,00–2,33; Sedang = 2,34–3,67; Tinggi = 3,68–5,00.

Tabel 10. Distribusi Skor Rata-Rata

Variabel X per Indikator			
No	Indikator	Skor Rata-rata	Kategori
1	Intensitas penggunaan	4,05	Tinggi
2	Jenis aktivitas di media sosial	4,06	Tinggi
3	Ketergantungan terhadap media sosial	4,09	Tinggi

4	Paparan konten media sosial	4,10	Tinggi
	Rata-rata Keseluruhan	4,08	Tinggi

Sumber: Data primer diolah (2026)

Tabel 11. Distribusi Skor Rata-Rata Variabel Y per Indikator

No	Indikator	Skor Rata-rata	Kategori
1	Kesopanan dalam berkomunikasi	4,10	Tinggi
2	Tanggung jawab komunikasi	4,10	Tinggi
3	Penghormatan terhadap lawan bicara	4,10	Tinggi
4	Kualitas komunikasi tatap muka	4,10	Tinggi
5	Pemahaman etika digital	4,11	Tinggi
	Rata-rata Keseluruhan	4,10	Tinggi

Sumber: Data primer diolah (2026)

Tabel 10 memperlihatkan seluruh indikator penggunaan media sosial berada pada kategori tinggi (rata-rata 4,08), dengan paparan konten memperoleh skor tertinggi (4,10). Tabel 11 menunjukkan bahwa seluruh indikator etika komunikasi remaja juga berada pada kategori tinggi (rata-rata 4,10), dengan pemahaman etika digital memperoleh skor tertinggi (4,11).

Tabel 12. Model Summary

Model	R	R ²	Adjusted R ²	Std. Error
1	0,243	0,059	0,049	6,442

Sumber: Data primer diolah (2026)

Tabel 13. ANOVA

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	254,408	1	254,408	6,131	0,015
Residual	4066,342	9	41,493	-	-
Total	4320,750	9	-	-	-

Sumber: Data primer diolah (2026)

Tabel 14. Coefficients

Model	B	Std. Error	t-Hitung	Sig.
(Constant)	37,695	-	-	-
Penggunaan Media Sosial (X)	0,488	0,197	2,476	0,015

Sumber: Data primer diolah (2026)

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi: $Y = 37,695 + 0,488X$. Nilai konstanta 37,695 bermakna bahwa apabila tidak ada penggunaan media sosial, etika komunikasi remaja diprediksi berada pada angka 37,695. Koefisien regresi 0,488 bermakna bahwa setiap peningkatan satu satuan skor penggunaan media sosial akan diikuti peningkatan 0,488 satuan pada etika komunikasi remaja. Nilai R sebesar 0,243 menunjukkan hubungan positif yang lemah antara kedua variabel. Koefisien determinasi R² sebesar 0,059 bermakna bahwa penggunaan media sosial menjelaskan 5,9% variasi etika komunikasi remaja, sedangkan 94,1% dipengaruhi faktor lain. Nilai F-hitung

6,131 dengan signifikansi $0,015 < 0,05$ menunjukkan model layak digunakan. Nilai t-hitung $2,476 > t\text{-tabel } (1,984)$ dengan signifikansi $0,015 < 0,05$ membuktikan H1 diterima: penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap etika komunikasi remaja di Kota Manado.

2. Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap etika komunikasi remaja di Kota Manado, dengan nilai t-hitung $2,476 > t\text{-tabel } (1,984)$ dan signifikansi $0,015 < 0,05$. Arah pengaruh yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial, semakin tinggi pula skor etika komunikasi remaja yang terukur. Temuan ini menarik dan berbeda dari asumsi umum yang menyatakan bahwa media sosial selalu berdampak negatif terhadap etika komunikasi. Hal ini dapat dijelaskan oleh fakta bahwa rata-rata skor etika komunikasi responden berada pada kategori tinggi (4,10), mengindikasikan bahwa remaja di Kota Manado pada umumnya masih memiliki kesadaran etika komunikasi yang baik meskipun intensitas penggunaan media sosial mereka sangat tinggi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Nadya dkk. (2025) yang menyatakan bahwa pengaruh media sosial terhadap etika komunikasi sangat bergantung pada konteks sosial dan karakteristik pengguna, serta Ziadi dan Hasan (2025) yang menemukan pengaruh signifikan dalam konteks pendidikan formal.

Meski demikian, koefisien determinasi R^2 sebesar 0,059 mengindikasikan bahwa kontribusi langsung penggunaan media sosial terhadap etika komunikasi remaja hanya sebesar 5,9%. Hal ini bermakna bahwa 94,1% variasi etika komunikasi remaja dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Littlejohn (2021) menjelaskan bahwa perubahan medium komunikasi

memang berpengaruh terhadap cara individu berinteraksi, namun pengaruh tersebut selalu dimediasi oleh faktor-faktor kontekstual seperti latar belakang keluarga, nilai budaya lokal, dan tingkat pendidikan. Dalam konteks Kota Manado, nilai-nilai kearifan lokal dan keterikatan sosial yang kuat dalam masyarakat kemungkinan besar menjadi faktor penyeimbang yang menjaga etika komunikasi remaja tetap terjaga meskipun penggunaan media sosial sangat tinggi.

Tingginya skor paparan konten (4,10) menjadi temuan yang perlu dicermati lebih lanjut. Farisal dkk. (2024) mengingatkan bahwa paparan konten media sosial yang berlangsung terus-menerus dapat menginternalisasikan nilai-nilai baru ke dalam cara pandang dan perilaku remaja, bahkan ketika nilai-nilai tersebut bertentangan dengan norma etika yang berlaku. Tim Peneliti SD Muhammadiyah Semarang (2025) secara spesifik mengungkapkan bahwa paparan konten TikTok berdampak nyata pada meningkatnya perilaku acuh tak acuh dan berkurangnya rasa hormat siswa. Meskipun dalam penelitian ini skor etika komunikasi masih tinggi, kewaspadaan terhadap dampak jangka panjang paparan konten yang tidak beretika tetap diperlukan mengingat R^2 yang kecil menunjukkan bahwa pengaruh media sosial masih bisa berkembang seiring meningkatnya intensitas penggunaan.

Dari perspektif psikologi perkembangan, Santrock (2021) menekankan bahwa remaja yang berada dalam fase pencarian identitas sangat rentan terhadap pengaruh eksternal. Kecenderungan untuk meniru (imitation) menjadi mekanisme utama dalam proses sosialisasi pada usia ini, termasuk dalam hal mengadopsi pola komunikasi dari tokoh-tokoh yang mereka ikuti di media sosial. Meskipun hasil penelitian ini menunjukkan arah pengaruh yang positif, kecilnya nilai R^2 (5,9%) mengisyaratkan bahwa proses imitasi tersebut

belum sepenuhnya menggeser norma etika yang telah tertanam dalam diri remaja, namun berpotensi semakin kuat seiring intensitas penggunaan yang terus meningkat.

Hasil penelitian ini dapat dipahami secara lebih mendalam melalui perspektif sosiologi. Mesra dkk. (2025) menjelaskan bahwa nilai dan norma sosial merupakan pedoman perilaku yang berfungsi mengatur kehidupan bermasyarakat agar tercipta keteraturan sosial. Lebih lanjut, Mesra dkk. (2025) menegaskan bahwa proses sosialisasi merupakan mekanisme utama pembentukan kepribadian sosial individu, di mana agen-agen sosialisasi seperti keluarga, sekolah, teman sebaya, dan media memiliki peran sentral dalam membentuk nilai, sikap, dan perilaku komunikasi. Dalam konteks era digital, media sosial telah bertransformasi menjadi agen sosialisasi baru yang pengaruhnya semakin besar seiring tingginya intensitas penggunaannya oleh remaja sehari-hari.

Penelitian ini juga menemukan bahwa meskipun skor pemahaman etika digital berada paling tinggi (4,11), kesenjangan antara pemahaman (knowledge) dan perilaku (behavior) tetap perlu diwaspadai. Hal ini mengisyaratkan bahwa edukasi etika digital yang selama ini diberikan perlu ditingkatkan kualitasnya agar tidak hanya membentuk pengetahuan tetapi juga membangun kesadaran (awareness), sikap (attitude), dan keterampilan (skills) dalam berkomunikasi secara etis. Mutiarani (2024) secara khusus menyoroti perlunya pengembangan kurikulum literasi digital yang terintegrasi dengan nilai-nilai etika komunikasi di sekolah-sekolah menengah sebagai respons nyata terhadap fenomena ini.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat ditarik dua simpulan utama. Pertama, penggunaan media sosial

terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap etika komunikasi remaja di Kota Manado, yang dibuktikan melalui nilai t -hitung $2,476 > t$ -tabel $(1,984)$ dengan signifikansi $0,015 < 0,05$, sehingga H_1 diterima. Kedua, besarnya pengaruh langsung penggunaan media sosial terhadap etika komunikasi remaja adalah sebesar 5,9% ($R^2 = 0,059$) dengan persamaan regresi $Y = 37,695 + 0,488X$, yang menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh signifikan meskipun kontribusinya relatif kecil karena masih terdapat 94,1% faktor lain yang lebih dominan dalam membentuk etika komunikasi remaja. Penelitian ini memiliki keterbatasan, yakni sampel yang terbatas pada 100 responden di Kota Manado serta hanya menggunakan satu variabel bebas, sehingga belum dapat menggambarkan kompleksitas faktor yang memengaruhi etika komunikasi remaja secara menyeluruh.

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini mengajukan beberapa saran operasional. Bagi institusi pendidikan, disarankan untuk mengintegrasikan materi literasi digital dan etika komunikasi ke dalam kurikulum secara konsisten, tidak sekadar sebagai materi tambahan yang bersifat insidental. Bagi orang tua, perlu meningkatkan pendampingan aktif terhadap aktivitas digital anak, termasuk mendiskusikan konten yang dikonsumsi dan membimbing norma komunikasi yang tepat di ruang digital. Bagi pemerintah Kota Manado dan Kementerian Komunikasi dan Digital, direkomendasikan untuk memperkuat program literasi digital yang secara spesifik menyasar kelompok remaja melalui kampanye berbasis platform media sosial yang mereka gunakan sehari-hari. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan wilayah penelitian

dan menambahkan variabel moderasi seperti peran orang tua, literasi digital, dan nilai budaya lokal untuk menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif.

E. Daftar Pustaka

- APJII. (2024). Laporan survei penetrasi internet Indonesia 2024. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Badan Pusat Statistik. (2023). Statistik pemuda Indonesia 2023. BPS.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2022). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). SAGE Publications.
- Effendy, O. U. (2021). *Etika komunikasi. Remaja Rosdakarya.*
- Farisal, U., Widiyanarti, T., Sianturi, M. K., & Ningrum, A. J. (2024). Pengaruh media sosial terhadap perilaku etika remaja di era digital. *Sosioreligius: Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama*, 9(1), 45–58.
- Hootsuite & We Are Social. (2024). *Digital 2024 Indonesia*. Hootsuite Inc.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2021). *Theories of human communication* (12th ed.). Waveland Press.
- McQuail, D. (2021). *Mass communication theory* (7th ed.). SAGE Publications.
- Mesra, R., Zahrawati B, F., Idris, M., Rinaldi, Ram, S. W., Tuerah, P. R., Efrianti, R., & Korompis, V. E. (2025). *Buku ajar pengantar sosiologi*. PT. Naluri Edukasi Press.
- Mutiarani, U. P. (2024). *Etika komunikasi dalam penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa*. *Jurnal Harmoni* Nusa Bangsa, 1(2), 1–15.
- Nadya, I., Putri, M. E., Puriani, R. A., & Putri, R. M. (2025). Pengaruh media sosial terhadap etika anak dan remaja pada era digital. *Concept: Journal of Social Humanities and Education*, 4(2).
<https://www.researchgate.net/publication/396122347>
- Nasrullah, R. (2022). *Media sosial dan masyarakat*. Kencana.
- Pramudita, N., Rafa, N., Utomo, P., Hussein, K., & Ayu, K. (2025). Dampak penggunaan media sosial terhadap tingkat perilaku kenakalan remaja di era digital saat ini. *Dialogika: Jurnal Penelitian Komunikasi dan Sosialisasi*, 1(3), 231–244.
<https://doi.org/10.62383/dialogika.v1i3.533>
- Santrock, J. W. (2021). *Adolescence* (17th ed.). McGraw-Hill Education.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Taib, Z., Septriawan, R., & Rozi, F. (2024). Media sosial berpengaruh pada perubahan perilaku sosial remaja kota Medan di era digital. *Jurnal Multidisiplin Sosial dan Humaniora*, 1(2), 84–102.
<https://doi.org/10.70585/jmsh.v1i2.47>
- Tim Peneliti SD Muhammadiyah Semarang. (2025). Dampak media sosial TikTok terhadap sopan santun dan perilaku belajar siswa sekolah dasar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 3(1), 12–24.
- Wellyana., Lisdayanti, S., Atmaja, L. K., &

- Syarkati, F. (2022). Etika penggunaan media sosial di kalangan remaja. *Batara Wisnu Journal: Indonesian Journal of Community Services*, 2(1), 55–67. <https://www.researchgate.net/publication/366225824>
- Widyanti, Y. P., Az Zahra, N. N., Vitriana, N., Rahmadhani, S., & Wardhana, M. A. (2025). Pengaruh media sosial terhadap pola komunikasi remaja. *SABER: Jurnal Teknik Informatika Sains dan Ilmu Komunikasi*, 3(2), 78–91. <https://www.researchgate.net/publication/396014608>
- Yudiasrid, A., Supit, S., Hamzah, H., & Sidik, S. (2025). Analisis dampak penggunaan media sosial terhadap etika remaja. *Education and Social Science Journal*, 3(1), 101–115. <https://naluriedukasi.com/index.php/eticjournal/article/download/548/433/1454>
- Ziadi, F., & Hasan, K. (2025). Pengaruh media sosial terhadap etika siswa di MTsN 4 Kabupaten Aceh Barat. *Jurnal Ilmiah dan Karya Inovasi Guru*, 2(2), 88–99. <https://jurnal.fanshurinstitute.org/index.php/arini/article/view/380>