

ETIKA KOMUNIKASI WHATSAPP DAN JARAK SOSIAL PADA GENERASI MILENIAL

Sumartono¹, Hani Astuti²,

¹Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul
Jalan Arjuna Utara No. 9, Tol Tomang, Kebon Jeruk, Jakarta 11510

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jaya
Jalan Raya Perjuangan No. 81, Marga Mulya, Bekasi
sumartono@esaunggul.ac.id

Abstract

The rapid advancement of communication technology has an impact on cultural change. Conventional communication culture considers and maintains the values and norms of social ethics, and uses standard Indonesian. In the new media era, communication has become more relaxed and lighter, does not always use standard language, and ignores aspects of values, norms and the ethics of communication. Often we see people who are physically close together (gathered in one location), but each is busy interacting in cyberspace. This research uses a qualitative approach, and data collection is done through interviews, observations and content analysis on the contents of online messages. The results of the study prove that communication using WA is no longer bound by communication ethics. Communication with WA facilitates communication and eliminates physical distance barriers. But it also makes close physical distance far because each of them is busy with their activities in cyberspace.

Keywords: *Communication Ethics, Social Distance*

Abstrak

Kemajuan teknologi komunikasi yang begitu pesat berdampak pada perubahan budaya. Budaya komunikasi konvensional mempertimbangkan dan menjaga nilai-nilai dan norma etika sosial, dan menggunakan bahasa Indonesia baku. Di era media baru, komunikasi menjadi lebih santai dan ringan, tidak selalu memakai bahasa yang baku, dan mengabaikan aspek nilai, norma dan etika berkomunikasi. Sering kita lihat orang yang secara fisik berdekatan (berkumpul di satu lokasi), tapi masing-masing sibuk berinteraksi di dunia maya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dan pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi dan analisis isi pada isi pesan online. Hasil penelitian membuktikan bahwa komunikasi dengan menggunakan WhatsApp (WA) tidak lagi terikat dengan etika komunikasi. Komunikasi dengan WA memudahkan komunikasi dan menghilangkan hambatan jarak fisik. Namun juga membuat jarak fisik yang dekat menjadi jauh karena masing-masing sibuk dengan aktivitas mereka di dunia maya.

Kata kunci : Etika Komunikasi, Jarak Sosial

Pendahuluan

Kemajuan teknologi komunikasi dari waktu ke waktu terus mengalami kemajuan yang signifikan. Hal ini terjadi karena perkembangan teknologi yang begitu pesat ini dapat memudahkan manusia dalam berkomunikasi sesuai dengan kebutuhannya. Pesan yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada komunikan pun dapat segera disampaikan melalui teknologi. Salah satu teknologi yang saat ini digemari adalah *smartphone*.

Smartphone merupakan telepon genggam yang didalamnya terdapat aplikasi-aplikasi yang

dapat digunakan untuk komunikasi. Beragam aplikasi yang ada sangat memudahkan dan dapat bekerja dengan cepat. Beberapa aplikasi yang dapat digunakan untuk berkomunikasi salah satunya adalah *Whatsapp* (WA).

Dengan demikian pengguna *smartphone* kian waktu menunjukkan angka yang sangat tinggi. Indonesia adalah "raksasa teknologi digital Asia yang sedang tertidur". Jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 250 juta jiwa adalah pasar yang besar. Pengguna *smartphone* Indonesia juga bertumbuh dengan pesat. Lembaga riset digital marketing E-

marketer memperkirakan pada tahun 2018 jumlah pengguna aktif smartphone di Indonesia lebih dari 100 juta orang. Dengan jumlah sebesar itu, Indonesia akan menjadi negara dengan pengguna aktif smartphone terbesar keempat di dunia setelah Cina, India, dan Amerika (<https://kominfo.go.id/content/detail/6095/indonesia-raksasa-teknologi-digital-asia/0/sorotan-media>).

Kemajuan teknologi selalu membawa dampak dalam kehidupan manusia. Begitu juga kemajuan teknologi komunikasi telah merubah kebiasaan berkomunikasi dalam kalangan remaja. Straubhaar dan Laruse (2006:20) memaparkan perubahan konsepsi tentang komunikasi pada era media konvensional dan media baru. Di era media baru ini, semua sistem informasi telah terdigitalisasi, *digital natives* membawa kebiasaan baru dalam budaya berkomunikasi. WA menjadi aplikasi pesan instan terpopuler di dunia, melebihi Facebook Messenger dan WeChat.

Menurut *Statista*, pengguna WA hingga Juli 2018 mencapai 1,5 miliar orang. Disusul kemudian 1,3 miliar orang pengguna *Facebook Messenger* dan 1,04 miliar orang pengguna *WeChat*. Lantas, berapa lama pengguna menghabiskan waktunya memakai aplikasi yang diakuisisi *Facebook* pada 2014 ini? Mengutip *Firenewsfeed*, Selasa, 21 Agustus 2018, selama tiga bulan terakhir pengguna rela menghabiskan waktu bersama WA sebanyak 85 miliar jam atau 3,5 miliar jam per hari. Angka ini setara dengan 9,5 juta tahun dan 11.425 jam untuk setiap manusia yang ada di Bumi. Menariknya lagi adalah adanya pergeseran kebiasaan pengguna, yang didominasi generasi milenial, di mana sebelumnya doyan berkomunikasi di "media sosial tradisional" seperti *Facebook* atau Twitter, kini beralih ke WA (<https://www.viva.co.id/digital/digilife/1066830-fantastis-pengguna-habiskan-11-425-jam-di-whatsapp>).

Perubahan budaya komunikasi ini bisa kita lihat pada kebiasaan berkomunikasi pada masyarakat khususnya remaja. Jika pada era media komunikasi konvensional kegiatan komunikasi dilakukan dengan mempertimbangkan dan menjaga nilai-nilai dan norma etika sosial, menggunakan bahasa Indonesia yang baku sesuai dengan ejaan yang disempurnakan (EYD). Sedangkan di era media komunikasi baru ini hubungan komunikasi yang dulu penuh pertimbangan, sekarang menjadi lebih santai dan

ringan, tidak selalu memakai bahasa yang baku, atau bahasa yang sesuai dengan ejaan yang disempurnakan (EYD) bahasa Indonesia, dan mengabaikan aspek nilai, norma dan etika berkomunikasi yang menghasilkan sebuah komunikasi yang tidak efektif.

Komunikasi pada era media baru telah mengatasi rintangan waktu dan jarak. Dengan menggunakan teknologi komunikasi (internet) memungkinkan kita untuk bisa berhubungan dengan banyak orang dan tidak hanya antar satu orang dengan satu orang, dan menghilangkan, juga menimbulkan jarak. Dengan menggunakan teknologi komunikasi kita bisa berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang yang (secara fisik) berada jauh dari kita sehingga terasa dekat (akrab). Namun di sisi lain sering kita lihat orang yang secara fisik berdekatan (berkumpul di satu lokasi), tapi mereka tidak saling bertegur sapa (berkomunikasi) karena masing-masing sibuk berinteraksi di dunia maya.

Penelitian dilakukan kepada remaja bukan hanya karena mayoritas pengguna media sosial adalah remaja, namun karena remaja sedang mengalami masa transisi dan rentan akan berbagai pengaruh lingkungan. Terjadinya perubahan perilaku remaja akibat menggunakan media sosial khususnya WA, berupa dampak positif dan negatif. Dampak positif adalah media sosial menumbuhkan rasa senang serta mengatasi kebosanan, namun dampak negatif adalah kurangnya kepekaan terhadap orang sekitar dan menjadi malas untuk berinteraksi secara langsung dan menimbulkan jarak sosial.

Metode Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana etika komunikasi di WA dan jarak sosial dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Peneliti melakukan pengamatan, deskripsi, dan identifikasi terhadap siapa, kapan, dan bagaimana proses itu berlangsung. Pengumpulan data dilakukan dengan pendalaman melalui wawancara dan analisis isi kualitatif terhadap dokumen online

Etika Komunikasi

Etika berasal dari kata latin *Ethic*, (*a body of moral principle of value*). Dengan demikian *ethic* berarti kebiasaan, *habit*, *custom*. Nurudin mengungkapkan beberapa alasan yang mengharuskan kita untuk mempelajari etika, yaitu: Hidup di tengah masyarakat yang sedemikian

plural, maka etika sangat diperlukan untuk dijadikan sebagai pegangan hidup bermasyarakat.

Dengan mempelajari etika, manusia menjadi tahu aturan atau norma yang berlaku dalam etika masyarakat umum. Sehingga tahu mana yang harus dilakukan atau tidak dilakukan. Komunikasi merupakan masalah yang serius didalam kehidupan.

Komunikasi adalah penyampaian pesan atau pengertian dari seseorang kepada orang lain, baik secara langsung ataupun melalui media yang bertujuan untuk mendapatkan kesamaan pengertian antara si pemberi (komunikator) dengan si penerima (komunikan). Kehidupan terasa sunyi tanpa adanya suatu komunikasi. Semua membutuhkan komunikasi, keluarga tidak akan harmonis tanpa adanya komunikasi, masalah tidak akan selesai tanpa adanya komunikasi yang baik.

Jadi, etika komunikasi merupakan aturan atau norma yang berlaku yang telah ditetapkan dalam penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan, baik secara langsung ataupun melalui media. Dalam membuat penilaian etika komunikasi sebenarnya dapat dibuat berdasarkan pada pelaku komunikasi itu sendiri, baik komunikator ataupun komunikannya. Kesadaran dalam membuat penilaian secara etis berdasarkan pada suara hati atau hati nuraninya. Suara hati adalah kesadaran akan kewajiban dan tanggung jawab manusia sebagai manusia dalam situasi konkrit.

Jarak Sosial

Henslin mengartikan jarak sosial sebagai kadar untuk mengukur kedekatan atau penerimaan yang kita rasakan terhadap kelompok lain (Henslin, 2006). Selain itu penulis juga menggunakan teori alienasi Karl Marx untuk menganalisis fenomena ini

Alienasi sebagai bentuk penyelewengan hubungan antara kerja dan sifat dasar manusia akibat kapitalisme. Dalam sistem kapitalisme manusia tidak lagi melihat kerja sebagai ekspresi dari tujuan manusia itu sendiri. Kerja yang awalnya ditujukan untuk memenuhi kebutuhan manusia pada akhirnya akan memperbudak manusia itu sendiri dengan adanya sistem jam kerja, bukan ungkapan dari kemampuan dan potensi manusia, melainkan telah berubah menjadi sarana untuk mencapai tujuan lain, yakni uang sehingga seseorang yang bekerja dalam

industri, khususnya industri kapitalis, akan menjadi terasing dari dirinya sendiri yang utuh (Sutrisno dan Putranto, 2005).

Alienasi menurut Marx terdiri dari 4 unsur (Ritzer dan Goodman, 2004: 56), yaitu:

1. Para pekerja teralienasi dari aktivitas produktifnya
Para pekerja tidak bekerja (memproduksi barang) sesuai dengan ide-ide kreatif mereka, akan tetapi dia bekerja untuk para kapitalis yang memberi dia uang untuk penyambung hidup. Karena aktivitas produksi menjadi milik para kapitalis, maka merekalah yang memutuskan apa yang harus dikerjakan oleh pekerja. Dari sini, para pekerja akan semakin teralienasi dari aktivitas produksinya dan bekerja melakukan tugas – tugas tertentu secara khusus dan teratur tanpa mengetahui arti penting pekerjaan itu.
2. Para pekerja teralienasi dari tujuan – tujuan aktivitas tersebut atau produk
Produk kerja yang mereka buat tidak menjadi milik mereka, melainkan menjadi milik para kapitalis. Para kapitalis akan menggunakan hak miliknya untuk menjual produk demi mendapat keuntungan yang banyak. Jika para pekerja menginginkan produk dari hasil kerjanya, maka mereka harus membeli sama seperti orang lain. Mereka tidak bisa memenuhi kebutuhan hidupnya dari hasil kerja mereka sendiri dan bisa saja mati jika tidak bisa memenuhi kebutuhan yang sebenarnya dia yang memproduksinya.
3. Para pekerja teralienasi dari sesama pekerja
Manusia pada dasarnya membutuhkan dan menginginkan bekerja secara kooperatif untuk mengambil apa yang mereka butuhkan dari alam untuk hidup. Namun, dalam kapitalisme, sifat – sifat kooperatif dikacaukan dengan sistem, spesialisasi, dan tujuan kerja. Demi menghasilkan produktivitas yang maksimum dan mencegah perkembangan hubungan – hubungan yang kooperatif antar pekerja, maka kapitalis mengadu seorang pekerja dengan pekerja lain. Hal ini dilakukan untuk melihat mana yang bisa memproduksi lebih banyak, lebih cepat, atau lebih menyenangkan atasannya. Pekerja yang sukses akan diberi hadiah, sedangkan yang kalah otomatis akan tersingkir. Kedengkian adalah hal biasa yang terjadi dalam pekerja kapitalis. Dan sifat kedengkian inilah yang mengalienasikan

pekerja satu dengan pekerja lainnya. Dari hal ini juga menimbulkan hukum permintaan dan penawaran yang menyebabkan upah buruh tetap rendah karena penawaran dari tenaga kerja melebihi permintaan kapitalis untuk jasa-jasa mereka (Johnson, 1988: 143). Semakin produktif kaum pekerja dalam memproduksi barang, maka ia akan semakin merasa miskin dan semakin terasing dari dirinya sendiri (ketidakmampuan mengontrol kegiatan hidup mereka).

4. Para pekerja teralienasi dari potensi kemanusiaan mereka

Kerja tidak lagi menjadi pemenuhan kebutuhan manusia melainkan beralih fungsi dan semakin menghilangkan hakikat manusia itu sendiri. Manusia seakan menjadi mesin-mesin yang harus bekerja siang-malam. Akhirnya banyak manusia yang tidak bisa mengekspresikan kualitas dirinya yang terdalam dan yang terbaik.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa teori yang dicetuskan Marx berfokus pada keterasingan para pekerja yang dibagi dalam empat kelompok. *Pertama* para pekerja yang teralienasi dari tindakan bekerja. *Kedua*, pekerja yang teralienasi dari hasil pekerjaannya. *Ketiga*, pekerja yang teralienasi dengan pekerja lain. *Keempat*, pekerja yang teralienasi dari potensi kemanusiaannya.

Penulis disini akan menggunakan konsep alienasi yang dikaitkan dengan komunikasi saat ini, dimana pekerja (manusia) teralienasi dengan manusia lain.

Perubahan Konsep Jarak Sosial Akibat WA

WA memungkinkan penggunanya untuk membuat grup virtual WAGrup (WAG) yang beranggotakan orang-orang yang juga menggunakan aplikasi WA. Jumlah anggota grup virtual ini tak terbatas dan semua orang berhak dan bisa membuat, memasukkan, keluar serta menghapus grup WA mereka. Grup WA pada akhirnya menciptakan konsep tentang jarak sosial baru. Jarak sosial dapat dideskripsikan sebagai jarak antara berbagai kelompok dalam masyarakat dan bukan merupakan jarak (lokasi). Gagasan ini tidak hanya mencakup perbedaan kelas sosial, ras/etnis, gender atau seksualitas, dll, tetapi juga fakta bahwa anggota kelompok yang berbeda dan kurang berbaur dibandingkan dengan anggota dari kelompok yang sama (Liliweri, 2005).

Komunitas virtual adalah kumpulan pengguna yang memiliki kesamaan, terbentuk melalui ruang siber dan relasi yang terjadi termediasi secara elektronik. Dalam komunikasi virtual tidak ada kekuatan politik atau ekonomi yang memberikan dorongan kepada individu untuk menjadi bagian dari komunitas virtual (Nasrullah, 2016). Komunitas virtual, (khususnya WA grup) dibentuk untuk menghimpun orang yang satu instansi, satu ikatan kekeluargaan, satu ikatan pertemanan atau ikatan lain yang memiliki tujuan yang sama.

Orang yang membuat WAG (admin grup di WA) bisa menambahkan anggota baru, mengeluarkan anggota ataupun menghapus grup tersebut. Orang yang tergabung dalam anggota WA, berhak untuk menjadi anggota aktif dengan merespon berita, atau menjadi anggota pasif yang hanya membaca informasi tanpa berkomentar. Anggota di grup WA juga bisa untuk keluar dari grup. Ini biasa terjadi karena keanggotaan WA tak ada aturan yang mengikat di grup tersebut.

Pembuatan grup WA bertujuan untuk berbagi komentar, tulisan, gambar, video, suara, dan dokumen. Selain itu grup WA bertujuan untuk menyebarluaskan pengumuman maupun mempublikasikan karya dalam grup dalam satu kali pengiriman (Jumiatmoko, 2016). Ini memungkinkan kita mendapat informasi saat itu juga. Begitu mudahnya membuat grup WA, membuat komunikasi mengalami perubahan. Perubahan yang paling mendasar ini adalah cepatnya informasi tersebar dari satu grup ke grup yang lain. Orang yang menerima informasi baru di WA, biasanya langsung menyebarkan ke grup lain tanpa tahu apakah informasi itu benar atau bohong (hoaks). Namun demikian grup WA juga menjadikan hubungan atau komunikasi yang jarang terjalin menjadi dapat erat kembali.

Generasi Millennial

Istilah milenial pertama kali dicetuskan oleh William Strauss dan Neil dalam bukunya *Millennials Rising: The Next Great Generation* (2000). Istilah ini mereka ciptakan tahun 1987, yaitu pada saat anak-anak yang lahir pada tahun 1982 masuk ke usia pra-sekolah. Saat itu media mulai menyebut mereka sebagai kelompok yang terhubung ke milenium baru pada saat lulus SMA di tahun 2000.

Pendapat lain menurut Elwood Carlson dalam bukunya *The Lucky Few: Between the Greatest*

Generation and the Baby Boom (2008), generasi milenial adalah mereka yang lahir dalam rentang tahun 1983 sampai dengan 2001. Jika didasarkan pada *Generation Theory* seperti yang dikatakan oleh Karl Mannheim tahun 1923, generasi milenial adalah generasi yang lahir pada rasio tahun 1980 sampai dengan 2000. Generasi milenial atau generasi Y sering juga disebut *generation me* atau *echo boomers*. Secara harfiah, tidak ada demografi khusus dalam menentukan kelompok generasi yang satu ini. (BPS, Statistik Generasi Millennial, 2018)

Diantara peneliti ada perbedaan penyebutan istilah generasi milenial juga berbeda. Tapscott (1998) menyebut generasi milenial dengan istilah Digital Generation, lahir antara tahun 1976 hingga 2000. Zemke et al (2000) menyebut generasi milenial dengan Nexter, lahir tahun 1980 hingga 1999. Oblinger (2005) menyebut generasi milenial dengan sebutan Generasi Y/NetGen, lahir antara 1981- 1995. Terakhir Howe dan Strauss, Lancaster dan Stillman (2002), serta Martin dan Tulgan (2002) menyebut dengan istilah Generasi Y/Milenial yang dikenal sampai sekarang, meskipun rentang tahun kelahirannya masing-masing berbeda.

Pembahasan

Etika Komunikasi dari Konvensional ke Media Baru

Komunikasi awal mulanya berasal dari teriakan, berkembang ke non verbal, simbol dan akhirnya sampai pada komunikasi yang kita kenal dan gunakan sehari-hari (Bungin, 2009)

Dalam proses komunikasi itu dikenal etika komunikasi. Etika berarti *kebiasaan, habit, custom*. Etika komunikasi merupakan aturan atau norma yang berlaku yang telah ditetapkan dalam penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan, baik secara langsung ataupun melalui media. Penilaian etika komunikasi sebenarnya dapat dibuat berdasarkan pada pelaku komunikasi itu sendiri, baik komunikator ataupun komunikannya.

Artinya setiap tindak tanduk pada berlangsungnya komunikasi dapat dinilai oleh orang yang terlibat dalam proses komunikasi tersebut. Penilaian dalam komunikasi bisa jadi berkenaan pada diri komunikan atau komunikator berdasarkan pada suara hati dan nuraninya.

Komunikasi secara konvensional umumnya dilakukan secara tatap muka langsung, merupakan komunikasi yang dapat secara jelas menerapkan bagaimana etika komunikasi itu ikut berperan dalam komunikasi. Misalkan, cara berkomunikasi seseorang yang umumnya lebih muda akan penuh pertimbangan dalam penyampainnya kepada seseorang yang lebih tua, baik itu dalam hal cara menyampaikan maupun pemilihan bahasa dan kata yang pantas, dengan tujuan memberikan kesan kesopanan dan menghargai. Begitu pula komunikasi antar sebaya yang dilakukan oleh seseorang seminimalnya akan berlangsung dengan pertimbangan menampilkan sosok diri yang ramah nan baik. Sesuatu yang perlu disampaikan akan berlangsung dengan kesan yang mungkin sedikit kaku atau penuh basa basi.

Seiring berjalannya waktu proses komunikasi pun mengalami perubahan. Manusia yang awal mulanya hidup secara berkelompok, kemudian mulai berpencar, dan berpisah serta bertransmigrasi menjadikan manusia mulai membutuhkan alat bantu komunikasi yang memiliki, jangkauan yang luas, media komunikasi untuk memudahkan komunikasi manusia.

Media komunikasi adalah alat untuk berkomunikasi, yang dapat digolongkan kedalam dua kelompok. Pertama, *hot media* diartikan sebagai *high definition* yaitu media dengan kemampuan visualisasi lebih nyata sehingga membuat partisipasi konsumen rendah. Kedua, *cool media* diartikan sebagai *low definition* yaitu media dengan kemampuan visualisasi kurang nyata sehingga membuat konsumen harus lebih aktif. Seiring berkembangnya teknologi komunikasi, terdapat pula media komunikasi lainnya, yakni media baru. Media baru yaitu media yang memiliki kemampuan visualisasi tinggi namun tetap menuntut penggunaanya tetap aktif dalam berpartisipasi di media tersebut. Contoh dari media baru adalah sosial media, yang salah satunya masuk kedalam golongan tersebut adalah *Whatsapp* (WA).

Sejak awal kemunculannya, WA menjadi salah satu media baru yang memungkinkan kita untuk berkomunikasi layaknya di dunia nyata. Para penggunaanya adalah mereka yang memiliki *smartphone* dari berbagai kalangan. Adapun kalangan pengguna aktif WA datang dari kalangan muda. Kalangan muda yang dimaksud adalah mereka yang kerap disebut sebagai Generasi millennial atau dikenal sebagai Generasi Y, Gen Y atau

Generasi Langgas adalah kelompok demografi setelah Generasi X (Gen-X) yang lahir diantara tahun 1980-an sebagai awal kelahiran awal 2000-an sebagai akhir kelahiran. Dimana generasi ini pun lahir beriringan dengan berkembang pesatnya teknologi komunikasi dan era media baru.

Penggunaan WA pun kerap didasari oleh kemudahan dalam berkomunikasi dan kebutuhan mendapatkan informasi yang begitu cepat di era milenial. Media komunikasi yang dapat memudahkan individu dalam berkomunikasi pun secara sadar ataupun tidak mengiring seseorang pada etika komunikasi yang baru, etika berkomunikasi pun menjadi berubah. Seperti yang disampaikan oleh key informan:

“Ada, kadang suka seenaknya sendiri kalau lagi kirim pesan ke saya, suka disamain kalau kaya ngomong ke temen temennya. Dan juga kadang kita ada group keluarga disitu kadang kadang anak anak yang masih pada muda, becandanya keterlaluhan tanpa lihat lihat disitu ada orang tua, suka gregetan saya.”

Hal ini senada dengan yang disampaikan oleh informan I yang menyatakan bahwa adanya perubahan etika: “Tentu ada dong, lebih santai dan ga kaku gitu dari pada kita harus berbicara langsung,, apalagi klo lagi ada pembahasan yang kiranya bisa buat tertawa, macem *bully* dan julid gitu.”

Demikian pula yang disampaikan oleh informan II mengenai adanya perubahan etika: “Pasti ada. Biasanya kalau menggunakan WA itu kita lebih blak blakan dan lebih apa adanya, apa lagi kalau sudah berinteraksi dengan group group yang kiranya banyak ga seriusnya,, kadang bahasanya suka tidak terkontrol dan kalau tatap muka, kita kan harus bisa jaga sikap. Kadang sebaliknya sih pada saat ketemu atau tatap muka kita santai, tapi pada saat kita berkomunikasi menggunakan WA kita mnggunakan kata pembuka atau basa basi.”

Dari ketiga pernyataan key informan dan para informan di atas, dapat dilihat bahwa kaum milenial yang kerap kali tidak mengidahkan tatanan etika komunikasi kepada seseorang yang lebih tua saat berkomunikasi virtual di WA. Terlebih saat berkomunikasi di ruang WA grup, mereka sering keablasan dan kurang mempertimbangkan etika menyampaikan sesuatu tanpa menyadari siapa saja anggota WA grup tersebut.

Melalui WA seseorang juga menyadari akan kecepatan, efisiensi jarak dan waktu sehingga pertukaran pesan maupun informasi menjadi langsung pada intinya. Komunikasi yang terkesan kaku pun menjadi tidak tampak lagi, namun komunikasi yang tampil di pengguna WA adalah keterdekatan komunikasi antar pengguna yang justru menjadi terdepan, lebih fleksibel dan segar. Seperti yang disampaikan oleh informan I diatas. Hal ini membuktikan bahwa, pengguna WA lebih nyaman berkomunikasi menggunakan WA dibandingkan dengan berkomunikasi secara langsung.

Terkadang seseorang melupakan etika komunikasi yang kerap diterapkan saat berkomunikasi secara tatap muka. WA tidak jarang membuat penggunanya bisa merasa jauh lebih mudah dan santai mengutarakan apa yang ingin disampaikan. Dengan berkomunikasi melalui fitur *chat* pemilihan dan penggunaan kata-kata pun dibuat menjadi lebih singkat oleh pengguna WA yang terlibat di dalam komunikasi. Tanpa mengindahkan lagi susunana bahasa baku, bnyak istilah baru yang muncul ditengah-tengah para pengguna WA, hasilnya adalah kesan formal, aspek nilai, norma dan etika komunikasi menjadi luntur dan terabaikan. Seperti yang disampaikan oleh key informan: “Kadang kadang ada. kadang kadang keablasan lebih bnyak seenaknya aja bahasanya, ga pakai basa basi, langsung aja.”

Sejalan dengan apa yang disampaikan oleh key informan, informan I pun mengatakan bahwa: “Kadang kalo ga lupa, tapi kadang suka keablasan gitu...waktu itu pernah ga ngeh di group keluarga, lagi becanda gitu sama sepupu eh ga sadar klo di group itu ada budhe dan yang lainnya, bahasanya itu agak ya kasar lah, jadi ga enak kan, trus ada lagi mau WA dosen, main WA aja lupa pakai assalamualaikum,, dan yang lain lain basa basi gitu.”

Adapun keterangan yang disampaikan oleh informan II mengenai perubahan etika komunikasi melalui WA sebagai berikut: “Ada, seperti yang aku bilang tadi pak, kalau di WA. Kadang ngomongnya asal aja, dan isi chat nya itu kadang singkat-singkat. Kadang kalau aku chat mamah atau papah aja langsung aja g pakai basa basi, contoh aku main ya mah kesini gitu aja,, boro boro pakai Assalamualaikum.”

Perubahan Konsep Jarak Sosial Dari Media Konvensional Ke Media Baru

WA dengan berbagai fitur yang disediakan pada akhirnya menjadi media komunikasi yang banyak digunakan oleh pengguna android. Fitur *chat* WA yang memungkinkan untuk berkomunikasi antar pengguna WA atau membuat grup percakapan, dimana komunikasi akan terjadi pada ruang tertentu yang didalamnya terdiri dari beberapa pengguna WA yang ditambahkan kedalam grup. Sudah sangat lumrah pengguna WA bergabung didalam komunitas virtual WA Grup(WAG).

Tidak jarang pengguna WA memiliki lebih dari satu WA grup. Seperti yang dikatakan oleh key informan: “Banyak, kurang lebihnya 10 lah, group sekolah aja dah 3, group Arisan dll”

Adapun yang disampaikan oleh informan I yang juga memiliki WA grup lebih 1: “Ada tujuh group, group keluarga, group alumni smk, group smp, group kelas, group genks, apa lagi ya itu aja sih klo nanti ga tau deh nambah berapa lagi...soalnya mudah klo ada group itu... kita nyebarin infonya nya klo ada acara, ada tugas tanpa harus kerumah dan buang buang waktu share di group dah pada tau smua. Bisa ga bisa tinggal konfirmasinya di group.”

Senada yang disampaikan oleh informan I, informan II juga memiliki WA grup lebih dari 1: “Aku punya 12 group, rame banget klo lagi pada online sampe jari itu kram dan pegel gitu pak, terus asyik sendiri suka ga sadar klo ada yang ngajak bicara.”

Terbentuknya WA grup menandakan adanya suatu komunitas virtual. Komunitas virtual adalah kumpulan pengguna yang memiliki kesamaan yang terbentuk melalui ruang siber dan relasi yang terjadi termediasi secara elektronik. Lazimnya, WAG dibentuk untuk menghimpun orang yang satu instansi, satu ikatan kekeluargaan, satu ikatan pertemanan atau ikatan lain yang memiliki tujuan yang sama. Tujuannya adalah agar mudah dalam berkomunikasi, bertukar informasi dalam bentuk tulisan, gambar, video, suara, dan dokumen, atau sekedar berbagi komentar menjadi cepat dari satu sumber kepada anggota grup diwaktu yang sama dalam satu kali pengiriman.

WA pada akhirnya menciptakan konsep tentang jarak sosial baru. Jarak sosial dapat dideskripsikan sebagai jarak antara berbagai kelompok dalam masyarakat dan bukan merupakan jarak (lokasi). Karena jarak (lokasi)

dalam berkomunikasi melalui WA sudah bukan merupakan halangan yang sulit. WA merubah konsep jarak sosial yang baru dengan menjadikan yang dekat menjadi jauh dan yang jauh menjadi dekat. Konsep jarak sosial yang selama ini kerap dilihat berdasarkan adanya perbedaan kelas sosial, ras/etnis, gender di kehidupan nyata, ternyata berbeda dengan konsep jarak sosial dalam berkomunikasi menggunakan WA. Dengan WA grup kelas sosial, ras/etnis, gender bukan menjadi penghalang besar dalam berkomunikasi dengan dasar komunitas virtual yang memiliki tujuan yang sama dan dibentuk untuk memudahkan komunikasi di dunia nyata, contohnya seperti WA grup keluarga, atau WA grup pertemanan.

Berubahnya konsep jarak sosial WA sebagai media baru, teletak pada pengguna WA yang mendapat/mencari informasi dari tempat yang jauh, agar mereka bisa memantau berita/informasi tersebut secara lebih dekat. Namun disisi lain, secara sadar maupun tidak saat mereka berada pada kehidupan sosial nyata, seperti mereka sedang berada dilingkungan pertemanan, berkumpul bersama, mereka lebih tertarik dengan komunikasi dan kegiatan mencari informasi dari orang yang ada di WA. Sehingga seseorang yang harusnya mampu membangun ikatan sosial dalam komunitas yang nyata, menjadi terpisah dan lebih fokus terhadap komunikasi di WA.

Henslin mengartikan jarak sosial sebagai kadar untuk mengukur kedekatan atau penerimaan yang kita rasakan terhadap kelompok lain (Henslin, 2006). Bagaimana seseorang seharusnya tidak teraliansi dengan manusia lainnya saat mereka melakukan komunikasi ataupun interaksi dengan sesama, sehingga mereka dapat mengukur sejauh mana kedekatan dan penerimaan atas komunikasi yang mereka lakukan.

Dalam konsep jarak sosial yang berubah di WA, seseorang nyatanya lebih fokus dan menikmati komunikasi virtual dan komunitas virtualnya. Sehingga adanya kesenjangan jarak sosial dalam berkomunikasi di dunia nyata. Seperti yang dikatakan oleh key informan: “Ada, karna sudah pada sibuk dengan hp nya masing masing.. dan kalau di ajak ngobrol jadi kurannng konsen,, punya dunia sendiri aja, kalau mau minta jajan baru mendekat.”

Senada yang disampaikan oleh key informan, informan I pun mengatakan hal yang demikian: “Ada dong,, kadang klo di rumah kita

dah asyik ama hp... group kan banyak jadi kadang kita dah seru sendiri balesin atau interaksi dengan berbagai macam group.”

Demikian pula yang dikatakan oleh informan II, bahwa adanya perubahan konsep jarak sosial dalam komunikasi menggunakan WA: “Ada, yang di samping kita ngajak ngobrol kita cuekin eh malah yang di chat WA lebih menarik perhatian dan seru.”

Dari perubahan jarak sosial yang terjadi terdapat sisi negatif yang dialami oleh pengguna WA, berkaitan dengan interaksi mereka pada kehidupan nyata. Seperti yang dialami oleh key informan dan para informan, mereka mengatakan ketika tengah asik berkomunikasi melalui WA, terlebih percakapan pada WA grup, seseorang terkesan tidak mempedulikan situasi sosial disekitarnya lagi. Sehingga hubungan seseorang di dunia nyata menjadi jauh, yang seharusnya komunikasi yang terjalin bisa tetap intensif. Berikut ini yang disampaikan oleh key informan: “Ya Pasti rugilah,, jadi jauh kan tadi sdh di bilang.”

Serupa yang dikatakan oleh key informan, informan I mengatakan hal berikut ini: “Lebih merugikan sih, klo menurut aku ya karna kadang di rumah itu kita dah masa bodo ama orang yang ada di rumah, jadi lama lama buat jarak gitu..karena kita komunikasi nya ama orang yang jauh yang kelihatan kasarnya.”

berikut ini yang disampaikan oleh informan II berkaitan dengan hal negatif perubahan konsep jarak komunikasi di WA menurutnya: “Merugikan, karna aku ngerasa dah hp dan chat yang lebih penting dari ngobrol secara langsung”.

Dari 3 keterangan di atas dapat dilihat bahwa, terdapat kesenjangan jarak sosial yang dirasakan negatif oleh pengguna WA. Ternyata, dari 3 keterangan di atas dapat disadari bahwa para pengguna WA pun pada dasarnya menginginkan hubungan komunikasi yang tetap intensif terjaga di kehidupan nyata ditengah hadirnya media baru WA yang dapat memudahkan komunikasi.

Dalam pemanfaatan WA agar tidak menimbulkan jarak sosial dalam kehidupan sehari-hari informan I menyampaikan: “bahwa Aduh bingung pak sudah nyaman dengan WA karna dengan WA gampang dan mudah info cepat”, disini informan I merasa bingung karna berkomunikasi menggunakan WA itu menghemat

waktu walau memang informan sendiri merasa bahwa dengan menggunakan WA terdapat atau menimbulkan jarak sosial.

Dan berikut ini yang disampaikan oleh informan II berkaitan dengan pemanfaatan media sosial agar tidak menimbulkan jarak sosial dalam kehidupan sehari – hari menurutnya: “Harus nya kita bisa memposisikan diri kita, kalau ada chat yang ga penting dan klo kita lagi berkumpul dan lagi ngobrol ma keluarga ya jangan pegang hp.”

Sedangkan key informan berpendapat tentang pemanfaatan media sosial khususnya WA: “WA itu banyak manfaatnya tapi kalau terlalu berlebih juga tidak baik, ya sebaik nya dalam menggunakan WA sesuai saja dengan porsinya, bagaimana juga kan hidup dan berinteraksi baiknya secara langsung agar dapat mengerti satu sama lain dan juga mendekatkan jarak”.

Dari keterangan di atas *Key informan* dan informan II berpendapat hampir sama bahwa untuk membangun pemanfaatan WA, dalam penggunaannya harus sesuai dengan kebutuhan dan lebih mencoba atau berusaha untuk menghargai orang di sekitar kita, bagaimana pun komunikasi yang baik adalah komunikasi yang secara langsung.

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dijabarkan, dapat disimpulkan bahwa terdapat perubahan etika komunikasi dari media konvensional ke media baru. Dimana pengguna WA (media baru) melakukan komunikasi dengan cara yang jauh lebih santai, para pengguna WA kalangan generasi milenial tidak terlalu memperhatikan caranya berkomunikasi kepada pengguna WA lain yang lebih tua, baik pada personal *chat* maupun pada *group chat*. Mereka tidak membedakan pemilihan dan penggunaan bahasa saat berkomunikasi dengan yang lebih tua, tidak jarang bahasa yang digunakan oleh generasi milenial meraka samakan saat berkomunikasi dengan yang lebih tua, sehingga hal ini memperlihatkan kesan tidak sopan. Sedangkan ketika berkomunikasi secara konvensional generasi milenial memperlihatkan kesan yang sopan karena mereka melakukan komunikasi tatap muka.

WA dengan berbagai fitur yang tersedia bagi para penggunanya dapat mempermudah untuk berkomunikasi dan bertukar informasi dari tempat yang jauh, sehingga membuat jarak dan

waktu lebih efisien. Kemudian WA juga pada akhirnya memunculkan konsep jarak sosial yang baru yakni, mendekatkan yang jauh dan menjauhkan yang dekat. Dimana, pengguna WA lebih tertarik untuk melakukan komunikasi melalui WA, sehingga interaksi dan komunikasi pengguna di kehidupan nyata kurang berjalan dengan baik dan intensif.

Dan dalam pemanfaatan media sosial khususnya WA sebaiknya di gunakan sesuai dengan porsinya saja, dan belajar mnghargai orang ada di sekitar kita agar tidak menimbulkan jarak sosial atau membuat orang yang dekat di sekitar kita menjadi orang asing.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro dan Q-Anees, Bambang. 2007. Filsafat Ilmu Komunikasi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Badan Pusat Statistik 2018, Statistik Gender Tematik; Profil Generasi Milenial Indonesia, jakarta, Kementrian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan anak
- Bungin, B. 2009. Sosiologi komunikasi. Prenada Media Group.
- Henslin, J. M. 2006. Sosiologi dengan pendekatan membumi. Jakarta: Erlangga.
- Hine, Christine, 2001. *Virtual Ethnography*, Sage Publication Ltd, London.
- https://kominformo.go.id/content/detail/6095/indonesia-raksasa-teknologi-digital-asia/0/sorotan_media di akses pada tanggal 08 April 2019
- <https://www.viva.co.id/digital/digilife/1066830-fantastis-pengguna-habiskan-11-425-jam-di-whatsapp> di akses pada tanggal 08 April 2019
- Johnson, Doyle Paul 1986, Teori Sosiologi Klasik dan Modern, Jakarta, Gramedia
- Jumiatmoko, M. 2016. Whatsapp messenger dalam tinjauan manfaat dan adab. Wahana Akademika: Jurnal Studi Islam dan Sosial, 3(1), 51-66.
- Kismayati El Karimah dan Uud Wahyudin, 2010, Filsafat dan Etika Komunikasi Bandung: Widya Padjadjaran, .
- Liliweri, A. (2005). Prasangka dan Konflik; Komunikasi Lintas Budaya Masyarakat Multikultur. Lkis pelangi aksara.
- Littlejohn, Stephen W, and Karen A Foss, 2008, Theories of Human Communication , Belmont California., Thomson Wadsworth
- Nasrullah, R. 2015. Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Socioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurudin, Pengantar Komunikasi Massa (Jakarta: Rajawali Pers, 2009).
- Mulyana, Deddy. 2007. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung: Rosda Nasrullah, Rulli. (2014). Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia). Jakarta:Kencana.
- Prihatna, Henky. 2005. Kiat Praktis Menjadi Webmaster Profesional. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Ritzer , G dan Goodman, D, J. 2008, Teori Sosiologi Modern (Terjemahan Alimandan) Jakarta, Kencana Prenada Media
- Sutrisno, Mudji dan Putranto, Hendar, 2005, Teori-teori kebudayaan, Jakarta, Kanisius,
- Straubhaar, Joseph, dan Robert LaRose. 2006. *Media Now : Communications Media in The Information Age*, Belmont USA : Wadsworth/Thomson Learning.
- Sedarmayanti dan Hidayat, Syarifudin. 2011. Metodologi Penelitian. Bandung: Mandar Maju.
- Widjajanto, Kenmada. 2013, Perencanaan Komunikasi: Konsep dan Aplikasi. Bandung: CV Ultimus.