

MEMAHAMI PERILAKU ETIS DALAM KOMUNIKASI ANTARPENGGUNA *TWITTER*

Abstrak

Twitter memberikan keleluasaan kepada penggunanya untuk terbuka dan *flexibel*, tetapi dapat juga kebingungan dan kekacauan. Untuk mengatasinya, diperlukan etika yang dapat mengatur penguannya dalam berhubungan dengan orang lain sehingga tercapai sebuah komunikasi yang baik dan dapat saling menguntungkan. Akan tetapi, dalam praktiknya, belum jelas bagaimana para pengguna harus berperilaku ketika berinteraksi dengan pengguna lain di *Twitter*. Penelitian ini bertujuan untuk memahami perilaku etis dalam komunikasi di *Twitter* dengan mendeskripsikan perilaku penggunanya. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode fenomenologi. Sementara itu, pendekatan fenomenologi digunakan untuk memahami fenomena yang dialami *tweeps* secara sadar dalam berperilaku etis ketika berinteraksi dengan pengguna lain. Penelitian ini menggunakan landasan *Computer Mediated Communication Theory* (CMC) dan Teori Etika Komunikasi.

Hasil penelitian ini menemukan fakta bahwa *Twitter*, sebagai media komunikasi maya, memungkinkan penggunanya dapat menulis identitas yang diinginkan sebagai upaya membentuk suatu *image* tertentu. Perlindungan atas tersebarnya informasi pribadi maupun orang lain dapat mencegah perbuatan pengguna lain yang dapat merugikan. Praktik plagiarisme masih menjadi hal yang kurang diperhatikan oleh para pengguna *Twitter*, yaitu penghargaan atas karya tulisan seseorang di media ini. Keterbatasan *Twitter* dalam menampilkan bahasa *non-verbal*, ketidakpastian atas kebenaran informasi dan kemungkinan *mis-understanding* sangat tinggi.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan implikasi-implikasi dalam aspek akademis dan praktis. Implikasi akademis penelitian ini berupa kontribusi dalam memperkaya ilmu pengetahuan mengenai interaksi dengan menggunakan media baru di mana belum banyak penelitian yang membahas mengenai media baru, khususnya *Twitter*. Sementara itu, implikasi praktis memberikan rekomendasi bagi pengguna *Twitter* dalam berperilaku dengan pengguna lain sehingga dapat tercipta komunikasi yang sehat.

Kata kunci : *social media*, interaksi, etika komunikasi, *Twitter*

UNDERSTANDING THE TWITTER USER CYBER ETHIC

Abstract

Twitter not only allow the user to be opened and more flexible, but also make confusion and trouble. On that score, ethic is needed to manage users when they interact with others that make a benefit communication. But then, in the fact, users are confused how to make a benefit communication. The research have a purpose to understand the Twitter user ethic by described their behavior. The researcher used qualitative description and fenomenology method. While, fenomenology approach was used to understand the Twitter user conscious's phenomenon when interact with others. The research use Computer Mediated Theory (CMC) and Communication Ethic Theory.

The research's outcomes found Twitter as communication cyberspace, make possible the user to write down everythings identity that they want to make an image. Protecting personal and friend's information prevent others to threat the user. Plagiarism is still to be the problem, appreciating of the other writing is important. Twitter's restrictiveness to show the non verbal cues, information's validity, and misunderstanding possibility are very high.

The research is expected to give some implication on academic and practical aspect. Academic's implication connect to contribute science about new media interaction whereas this research has no much study. Then, practical implication give some recommendation for Twitter user to understand the behavior rule so it will make a good communication.

Key words : social media, interaction, communication ethic, Twitter