# ETIKA BERBAHASA DALAM DUNIA DIGITAL: STUDI KASUS KOMENTAR DI MEDIA SOSIAL TIKTOK

**Lastri Elisabet Butarbutar[1], Afifah Naila Nasution[2], Rohit Jhon Lamtama Purba[3], Yohana Lorinez S.[4], Daniel Rumahorbo[5], Anggia Putri[6]**
triibutarbutar05@gmail.com[1], afifahnaila90@gmail.com[2], purbarohit32@gmail.com[3], lorinezyohana@gmail.com[4], danielrumahorbo2004@gmail.com[5], anggia@unimed.ac.id[6]
**Universitas Negeri Medan**

## ABSTRAK

Perkembangan media sosial, khususnya TikTok, telah mengubah pola komunikasi masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis etika berbahasa dalam komentar di TikTok serta dampaknya terhadap pengguna. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan studi kasus, di mana data dikumpulkan dari lima konten TikTok yang memiliki tingkat interaksi tinggi dan didominasi oleh komentar negatif. Hasil analisis menunjukkan bahwa sebagian besar komentar mengandung ujaran kebencian, penghinaan, diskriminasi, serta perundungan. Fenomena ini mencerminkan kurangnya kesadaran pengguna dalam menerapkan etika berbahasa dalam komunikasi digital. Penelitian ini menegaskan pentingnya literasi digital dan kebijakan moderasi konten yang lebih ketat untuk menciptakan ruang komunikasi yang lebih sehat di media sosial.
**Kata Kunci:** Etika Berbahasa, Komunikasi Digital, Media Sosial, Tiktok, Ujaran Kebencian.

## *ABSTRACT*

*The development of social media, particularly TikTok, has transformed communication patterns in society. This study aims to analyze language ethics in TikTok comments and their impact on users. The research employs a qualitative approach with a case study method, collecting data from five TikTok contents with high interaction rates, predominantly featuring negative comments. The findings indicate that most comments contain hate speech, insults, discrimination, and cyberbullying. This phenomenon reflects users' lack of awareness in applying ethical language practices in digital communication. The study concludes that digital literacy and stricter content moderation policies are essential to fostering a healthier communication environment on social media.*
***Keywords:*** *Digital Communication, Hate Speech, Language Ethics, Social Media, Tiktok.*

## PENDAHULUAN

Permintaan manusia terhadap teknologi meningkat dari waktu ke waktu. Salah satunya, teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang begitu cepat yaitu internet. Kebutuhan manusia akan internet sudah menjadi hal yang sangat diperlukan dalam kehidupan sehari-hari. Internet dulunya hanya sebagai sarana penyampaian informasi kepada masyarakat, kini telah menjelma menjadi sebuah kehidupan yang sekunder dengan adanya berbagai jenis sosial media sehingga, bukan sekedar bertatap muka secara langsung dengan individu lainnya melainkan komunikasi melalui sosial mediapun sudah menjadi hal biasa dikalangan masyarakat, bahkan menjadi pilihan utama sebagai media komunikasi yang luwes untuk digunakan (Penyimpangan et al., 2022)

Keberadaan jaringan internet dan media sosial juga memberikan banyak dampak diberbagai bidang kehidupan, tidak terkecuali bahasa. Kehidupan manusia tidak lepas dari komunikasi tentunya membutuhkan berbagai cara untuk berbahasa.

Terutama di era digital yang semakin berkembang, media sosial teleh menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat. Terdapat beberapa platform media yang mengalami pertumbuhan pesat, diantaranya Facebook, Whatsapp, Twitter, Youtube dan Tiktok. Yang dimana hal ini memungkinkan penggunanya untuk berbagi dan beriinteraksi melalui video pendek. Dengan jumlah pengguna yang terus meningkat,

interaksi dalam platform ini semakin kompleks, terutama dalam bentuk komentar yang diberikan oleh pengguna terhadap berbagai konten yang diunggah.

Penelitian ini lebih berfokus pada media sosial tiktok, yang dimana aplikasi ini adalah salah satu aplikasi yang sangat diminati pada saat ini, baik itu kalangan orang dewasa maupun anak anak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola komunikasi yang digunakan dalam komentar di Tiktok serta menilai sejauh mana etika berbahasa diterapkan dalam interaksi digital. Studi ini juga akan mengeksplorasi dampak dari komentar tidak etis terhadap pengguna.

Dengan memahami dinamika etika berbahasa di Tiktok, diharapkan penelitian ini memberikan wawasan bagi pengguna media sosial, akademisi, serta pembuat kebijakan dalam mengembangkan strategi yang lebih baik untuk membentuk perilaku komunikasi yang santun dan bertanggung jawab di dunia digital.

## Kajian Pustaka

### Etika dalam media sosial

Etika jelas sangat penting dalam kontak sosial jika dikaitkan dengan media sosial. Kebebasan berkomunikasi di media sosial seringkali membuat masyarakat tidak mengindahkan etika atau norma komunikasi yang sesuai, sehingga dapat menimbulkan permasalahan yang dapat merugikan kesejahteraan masyarakat secara umum. Akibatnya, siapa pun yang menggunakan media sosial harus bertanggung jawab atas apa yang mereka lakukan. Selain itu, seperti yang dibahas terkait platform media sosial Tik Tok, kebebasan berbagi video tidak diatur secara ketat. Akibatnya, manusia dapat berinteraksi, berkomunikasi, dan mengekspresikan diri secara bebas tanpa terkekang oleh moralitas, yang berujung pada berbagai tindakan dan perkataan asusila yang merugikan kesejahteraan umum (Rambe et al., 2024)

Menurut Mutiah, dkk (2019, dalam Mutiarani, dkk, 2024) menjelaskan beberapa etika yang perlu diperhatikan dalam menggunakan media sosial yaitu: Pertama, jangan menggunakan kata kasar, provokatif, porno, ataupun SARA. Kedua, jangan memposting artikel atau status yang bohong. Ketiga, jangan mengcopy paste artikel atau gambar yang mempunyai ak cipta, serta memberikan komentar yang relevan. Menurut (Wahyudin and Karimah 2016 dalam Mutiarani, dkk, 2024) etika berkomunikasi di media sosial. Pertama, sebaiknya memposting konten yang bermanfaat atau berfaedah untuk kepentingan bersama. Kedua, sebelum memposting sebaiknya memeriksa dan mempertimbangkan kembali hal-hal yang akan diposting dan hal yang perlu diperhatikan adalah menghindari konten yang akan menimbulkan konflik seperti kekerasan, hoax, pornografi, dan isu SARA. Ketiga, dapat membedakan hal yang termasuk ranah ruang pribadi,s Sehingga sebelum memposting perlu mempertimbangkan yang seharusnya tidak untuk dipublikasikan. Keempat, berkomunikasi dengan santun. Kelima, memberikan komentar secara bijak dan sopan. Keenam, gambar yang mempunyai hak cipta tidak boleh ditiru serta memberikan komentar dengan bahasa santun.

### Bahasa

Bahasa merupakan alat komunikasi yang melaluinya seseorang dapat menyampaikan pikiran dan keinginan yang dirasakannya, oleh karena itu mempunyai peranan antara lain untuk mengungkapkan segala sesuatu yang terlintas di kepala. Salah satunya Bahasa Indonesia, Bahasa Indonesia merupakan bahasa utama yang digunakan oleh masyarakat sebagai sarana komunikasi pada kehidupan sehari-hari. Dengan Bahasa seseorang dapat mengungkapkan apa yang ingin disampaikan, apa yang dirasakan, dan apa tindakan yang diinginkannya melalui bahasa atau penggunaan bahasa (Wahyuni, n.d.).

**Media sosial**

Media sosial adalah sekumpulan aplikasi yang bisa menjalin hubungan sosial secara daring. Media sosial merupakan sarana yang memanfaatkan media online untuk tetap bisa berpartisipasi, berbagai, dan menciptakan pesan. Salah satu media sosial yang ada dan dapat mengirim pesan secara anonim adalah Secreto. Secreto adalah salah satu platform media sosial yang banyak digunakan, salah satunya dikalangan masyarakat Indonesia (Copyright @ Salwa Nadhirah et al., n.d.).

Namun, seiring dengan meningkatnya aktivitas digital, muncul pula tantangan dalam menjaga etika berbahasa di ruang publik virtual. Komentar yang diunggah di TikTok sering kali mencerminkan berbagai ekspresi, mulai dari dukungan, kritik, hingga ujaran kebencian. Fenomena ini menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana pengguna media sosial memahami dan menerapkan etika berbahasa dalam komunikasi digital.

**Tiktok**

TikTok adalah sebuah aplikasi berbasis internet yang memberikan berbagai macam filter kreatif dan backsound audio yang dapat digunakan oleh pengguna untuk membuat konten. Dengan begitu, pengguna dapat dengan mudah membuat video yang unik dan menarik perhatian banyak orang yang menontonnya. Aplikasi TikTok sudah diunduh sebanyak lebih dari 2.6 miliar kali oleh masyarakat di dunia. Para pengguna media sosial TikTok sering kali berinteraksi satu sama lain dengan saling berbalas komentar. Pengguna TikTok disebut dengan netizen. Netizen merupakan dari kata warga (citizen) dan internet. Netizen dapat diartikan sebagai warga internet (warganet) (Rikeu Ainul Fadilah & Bambang Saiful Ma'arif, 2023).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk menganalisis etika berbahasa dalam komentar di TikTok. Data dikumpulkan dan dianalisis dengan prosedur sebagai berikut:

**1. Pengambilan Data Komentar**

- Data diambil dari lima konten TikTok yang memiliki tingkat interaksi tinggi dan didominasi oleh komentar negatif.
- Komentar yang terkumpul berasal dari berbagai kategori, seperti kritik terhadap kreator, ujaran kebencian, diskriminasi, dan perundungan.
- Pencatatan data dilakukan secara manual untuk memastikan keakuratan dan relevansi komentar yang dikumpulkan.

**2. Analisis Data**

- **Klasifikasi Sentimen:** Komentar yang telah dikumpulkan dikategorikan ke dalam tiga jenis: positif, negatif, dan netral menggunakan HyperWrite AI. Fokus utama penelitian ini adalah pada komentar negatif yang berpotensi mengandung ujaran tidak etis.
- **Identifikasi Ujaran Tidak Etis:** Hasil klasifikasi sentimen kemudian dianalisis lebih lanjut untuk menemukan pola komunikasi yang mengandung ujaran kebencian, kata-kata kasar, diskriminasi, atau bentuk pelanggaran etika berbahasa lainnya.
- **Diskusi Kelompok:** Untuk memperdalam analisis, dilakukan diskusi kelompok guna meninjau lebih lanjut temuan dalam penelitian ini. Diskusi ini bertujuan untuk memperoleh wawasan yang lebih komprehensif mengenai etika berbahasa di TikTok, memahami faktor-faktor yang melatarbelakangi pola komunikasi negatif, serta mengeksplorasi kemungkinan solusi atau intervensi yang dapat diterapkan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Penelitian ini mengumpulkan komentar dari beberapa video TikTok yang memiliki tingkat interaksi tinggi. Dari data yang diperoleh, ditemukan berbagai bentuk komentar negatif yang mencerminkan kurangnya etika berbahasa di media sosial. Berdasarkan analisis sentimen menggunakan HyperWrite AI, sebagian besar komentar yang diamati tergolong dalam kategori negatif, dengan pola utama berupa ujaran kebencian, penghinaan, serta diskriminasi terhadap individu atau kelompok tertentu.

Untuk memperjelas hasil penelitian, berikut adalah klasifikasi komentar berdasarkan pola temuan yang dianalisis:

| **Kelompok 1 - Penghinaan Langsung & Kasar** | **Kelompok 2 - Body Shaming (Penampilan Fisik)** | **Kelompok 3 - Body Shaming (Warna dan Perawatan Kulit)** | **Kelompok 4 - Menghakimi Pola Asuh & Perilaku** |
|---|---|---|---|
| “Kerja Kontol” | “hidungnya keatas banget” | “dia skincare an kok gak putih-putih ya” | “ga bagus parentingnya” |
| “si kontol ngemis mulu” | “maaf ya dompet gw sumbing, eh maksudnya tipis” | “tetep aja tidak bisa hilang” | “pick me sejak dini” |
| “Tai mau tai” | | “dia maskeran bukan buat putih buat biar muka nya bersih” | “pick me sekeluarga” |

Komentar positif: “dia maskeran bukan buat putih tapi buat biar muka nya bersih” (ini bisa dianggap positif karena menunjukkan bahwa orang tersebut memiliki tujuan yang sehat dalam merawat kulit, yaitu untuk kebersihan, bukan hanya untuk memutihkan kulit)

Komentar negatif: "kerja kontol", "si kontol ngemis mulu", "tai mau tai", "dia skincare an kok gak putih-putih ya", “tetep aja tidak bisa hilang”, "ga bagus parentingnya", "pick me sejak dini",“pick me sekeluarga”, "hidungnya keatas banget”, "maaf ya dompeng gue sumbing, ehh maksudnya tipis".

Komentar netral: tidak ada komentar yang benar-benar netral. Semua komentar memiliki konotasi yang kuat, baik menghina, menghakimi, atau mengejek.

### 1. Stigma terhadap Kreator yang Melakukan Live TikTok untuk Mendapatkan Gift

Sejumlah kreator melakukan siaran langsung dengan harapan mendapatkan gift dari penonton. Namun, hal ini justru memicu banyak komentar negatif, seperti:

- "Kerja kontol"
- "Si kontol ngemis mulu”
- "Ngemis kok bangga"

Gambar 1. Konten Creator yang dihujat saat sedang live TikTok

Komentar-komentar tersebut menunjukkan adanya stigma terhadap kreator yang

memanfaatkan fitur live sebagai sumber penghasilan. Banyak pengguna TikTok menganggap bahwa menerima gift dari penonton merupakan bentuk "pengemis online" tanpa memahami bahwa hal tersebut adalah bagian dari sistem monetisasi yang sah dalam ekosistem platform digital.

**2. Penggunaan Kata-Kata Kasar dalam Kritik terhadap Pejabat Publik**

Beberapa komentar yang ditujukan kepada pejabat publik menggunakan bahasa yang kasar dan tidak beretika, di antaranya:

- "Tai, cuma bisa omong doang!"
- "Tai mau tai”

Gambar 2. Seorang pejabat yang dihujat di kolom komentar

Komentar-komentar ini mengindikasikan bahwa media sosial sering kali menjadi tempat ekspresi ketidakpuasan terhadap pemerintah atau pejabat tertentu. Namun, alih-alih menyampaikan kritik yang konstruktif, banyak pengguna justru menggunakan bahasa yang kasar dan bersifat menyerang individu.

**3. Diskriminasi Berbasis Warna Kulit (Colorism) terhadap Kreator Berkulit Gelap**

Seorang kreator dengan kulit gelap yang membagikan konten tentang skincare dan perawatan wajah menerima komentar yang merendahkan, seperti:

- "dia skincarean kok nggak putih putih ya?"
- "Tetap aja hitamnya nggak bisa hilang walau pakai skincare"

Gambar 3. Konten Creator yang dihujat di kolom komentar

Komentar ini menunjukkan bahwa standar kecantikan yang masih dominan di masyarakat cenderung bias terhadap kulit cerah. Kreator dengan kulit gelap sering kali mendapatkan komentar yang mengarah pada diskriminasi atau merendahkan kondisi

fisiknya.

**4. Kritik Berlebihan terhadap Anak dalam Konten Orang Tua**

Beberapa orang tua membagikan konten tentang anak mereka di TikTok, namun tidak semua netizen merespons secara positif. Beberapa komentar yang muncul di antaranya:

- "Pick me sejak dini!"
- "Ga bagus Parentingnya"
- "Sifat orang tua nurun ke anak, satu keluarga pick me semua."
- "Pick me sekeluarga"

Gambar 4. Anak kecil yang dihujat di kolom komentar

Fenomena ini menunjukkan bahwa bahkan anak-anak pun tidak luput dari hujatan di media sosial. Kritik terhadap anak yang masih dalam tahap perkembangan psikologis dapat berdampak buruk terhadap kepercayaan diri dan kesejahteraan emosional mereka.

**5. Perundungan terhadap Kreator dengan Cacat Fisik (Sumbing)**

Seorang kreator yang memiliki cacat fisik berupa sumbing pernah menjadi sasaran hujatan akibat kontennya yang dianggap mengundang kontroversi. Komentar-komentar negatif yang terus muncul hingga saat ini meliputi:

- "Maaf ya dompet gw sumbing, ehh maksudnya tipiss"
- "Hidungnya terlalu ke atas

Gambar 5. Konten Creator yang memiliki cacat fisik dihujat di kolom komentar

Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun suatu kontroversi telah berlalu, netizen masih terus mengaitkan kekurangan fisik seseorang dengan kesalahan yang pernah mereka buat. Fenomena ini memperlihatkan bagaimana stigma terhadap individu dengan kondisi fisik tertentu dapat terus berlangsung dalam jangka panjang di media sosial.

**Pembahasan**

Temuan dalam penelitian ini memperlihatkan bahwa etika berbahasa dalam komentar di TikTok masih menjadi permasalahan besar. Fenomena ujaran kebencian, penghinaan, dan diskriminasi dalam berbagai bentuk menunjukkan adanya pola komunikasi yang cenderung bebas tanpa kontrol etika yang memadai.

**1. Stigma terhadap Kreator yang Melakukan Live TikTok untuk Mendapatkan Gift**

Komentar negatif yang menyebut kreator sebagai "pengemis online" mencerminkan rendahnya pemahaman sebagian pengguna TikTok terhadap ekonomi kreator digital. Dalam perspektif ekonomi digital, monetisasi melalui gift adalah salah satu cara kreator mendapatkan penghasilan secara sah. Namun, karena kurangnya literasi digital, banyak pengguna yang masih menganggap bahwa aktivitas ini tidak layak atau tidak bermartabat.

**2. Penggunaan Bahasa Kasar dalam Kritik terhadap Pejabat Publik**

Pejabat publik memang kerap menjadi sasaran kritik di media sosial. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kritik sering kali tidak disampaikan secara objektif dan beradab. Banyak netizen lebih memilih menggunakan kata-kata kasar tanpa memberikan solusi atau argumen yang logis. Dalam konteks kebebasan berbicara, kritik yang disampaikan dengan etika berbahasa yang baik akan lebih efektif dalam menyampaikan pesan daripada sekadar mencaci maki.

**3. Diskriminasi Berbasis Warna Kulit dalam Komentar**

Fenomena colorism yang ditemukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa standar kecantikan yang diinternalisasi oleh banyak orang masih mengarah pada preferensi kulit cerah. Kreator dengan kulit gelap sering mendapatkan komentar yang mempertanyakan mengapa warna kulit mereka tidak berubah meskipun menggunakan skincare. Hal ini menunjukkan bahwa edukasi mengenai keberagaman warna kulit dan standar kecantikan inklusif masih sangat diperlukan di masyarakat.

**4. Cyberbullying terhadap Anak dalam Konten Orang Tua**

Fenomena komentar negatif terhadap anak yang muncul dalam konten orang tua

mencerminkan bahwa media sosial tidak selalu menjadi tempat yang aman bagi anak-anak. Kritik yang menyebut seorang anak sebagai "pick me" atau menyalahkan pola asuh orang tua mereka berpotensi menciptakan dampak psikologis negatif terhadap anak tersebut. Dalam konteks etika digital, penting untuk menyadari bahwa anak-anak memiliki hak untuk terlindungi dari perundungan siber.

**5. Perpetual Stigma terhadap Kreator dengan Cacat Fisik**

Komentar yang mengungkit kembali kondisi fisik kreator dengan sumbing menunjukkan bahwa media sosial dapat memperpanjang stigma terhadap individu dengan kekurangan fisik. Bahkan setelah kontroversi berlalu, netizen masih terus mengasosiasikan kekurangan fisik tersebut dengan kesalahan yang pernah dibuat oleh kreator. Hal ini menunjukkan bagaimana perundungan siber dapat berlangsung dalam jangka panjang dan memengaruhi kesejahteraan mental individu yang menjadi korban.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa komentar negatif di TikTok memiliki berbagai bentuk, mulai dari penghinaan terhadap kondisi ekonomi seseorang, diskriminasi warna kulit, kritik yang tidak beretika, hingga perundungan terhadap individu dengan disabilitas. Hal ini menegaskan pentingnya literasi digital yang lebih baik serta upaya moderasi konten yang lebih ketat dari platform media sosial untuk mengurangi penyebaran ujaran kebencian di dunia digital.

## KESIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa interaksi di TikTok, khususnya dalam bentuk komentar, masih menunjukkan banyak pelanggaran terhadap etika berbahasa. Dari hasil analisis, ditemukan bahwa ujaran kebencian, penghinaan, dan diskriminasi menjadi bagian dominan dalam komunikasi digital di platform ini. Pengguna media sosial cenderung menggunakan kata-kata kasar, mencemooh kondisi fisik seseorang, memberikan komentar bernada rasis dan diskriminatif, serta melontarkan kritik yang tidak membangun. Hal ini menunjukkan bahwa kebebasan berekspresi di media sosial belum diiringi dengan tanggung jawab dalam berkomunikasi yang etis.

Simpulan utama dari penelitian ini adalah bahwa komentar di TikTok sering kali mengabaikan norma kesopanan dan lebih didominasi oleh ekspresi negatif yang dapat berdampak buruk pada individu yang menjadi sasaran. Stigma terhadap kreator yang melakukan live untuk mendapatkan gift, penggunaan bahasa kasar dalam kritik terhadap pejabat publik, diskriminasi berbasis warna kulit, hujatan terhadap anak-anak dalam konten orang tua, serta perundungan terhadap individu dengan disabilitas menunjukkan bahwa interaksi digital masih jauh dari prinsip komunikasi yang menghargai dan menghormati sesama.

### Saran

Berdasarkan temuan ini, ada beberapa saran yang dapat diberikan. Pertama, bagi pengguna media sosial, khususnya TikTok, diperlukan peningkatan literasi digital agar mereka lebih memahami etika berbahasa dalam berkomunikasi di dunia maya. Kesadaran untuk berkomentar secara lebih bijak dan bertanggung jawab perlu ditanamkan guna menciptakan lingkungan media sosial yang lebih sehat. Kedua, bagi platform TikTok, diperlukan kebijakan moderasi yang lebih ketat dalam menyaring komentar negatif, termasuk implementasi sistem pemfilteran ujaran kebencian yang lebih efektif. Ketiga, bagi akademisi dan peneliti di bidang komunikasi digital, studi lebih lanjut mengenai dampak psikologis dari ujaran kebencian di media sosial dapat menjadi fokus penelitian ke depan guna menemukan solusi yang lebih komprehensif terhadap masalah ini. Keempat, bagi pembuat kebijakan, diperlukan regulasi yang lebih jelas dalam menangani ujaran kebencian di media sosial agar individu yang menjadi korban mendapatkan perlindungan

hukum yang memadai.

**Ucapan Terimakasih**

Sebagai bentuk apresiasi, peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penelitian ini, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pengguna media sosial, akademisi, serta pembuat kebijakan dalam mengembangkan strategi yang lebih baik untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya etika berbahasa dalam komunikasi digital.

## DAFTAR PUSTAKA

Aulia, K., Wardinasahira, P., Cintani, N. L., Nisrina, N. A., & Sholihatin, E. (2023). Dampak Penggunaan Teknologi Internet Melalui TikTok Akun Gosip Terhadap Etika Berbahasa. JSIM: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan, 4(2). http://dx.doi.org/10.36418/syntax-imperatif.v4i2.230

Fadhli, M., Sufiyandi, & Wisman. (2020). Peningkatan Kesadaran Masyarakat dalam Menggunakan Bahasa yang Bijak di Media Sosial pada Era Digitalisasi. Jurnal Abdi Pendidikan, 1(1), 25-31.

Fadilah, R. A., & Ma'arif, B. S. (2023). Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial pada Akun

Hamzah, N. B., Rahim, R., & Iskandar. (2022). Kekerasan Verbal pada Media Sosial Facebook Ditinjau dari Perspektif Penyimpangan Kesantunan Berbahasa. Jurnal Konsepsi, 11(1), 119-130.

Maharani, S., Deyanti, F., Rahmah, S. F., Dwiyanto, R., Nurhayati, M., & Hindun, H. (2024). Studi Kesalahan Berbahasa: Komentar Netizen pada Salah Satu Unggahan Liputan 6 di TikTok. Jurnal Arjuna: Publikasi Ilmu Pendidikan, Bahasa dan Matematika, 2(3), 321-329. https://doi.org/10.61132/arjuna.v2i3.991

Nadhirah, S., Aradhana, A., Maulana, D. F., Riskitavani, A., Narendra, S., Jihad, M. W., Pratama, V. H., & Sholihatin, E. (2024). Analisis Bentuk Tuturan Kejahatan Berbahasa dalam Sosial Media Secreto. INNOVATIVE: Journal of Social Science Research, 4(3), 7330-7339.

Rambe, N. U., Khoiri, N., & Qarai, W. (2024). Etika Komunikasi di Media Sosial Tiktok Untuk Mengantisipasi Fenomena Bullying. Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI), 4(1), 133-138.

Silaban, G. H., Pangaribuan, M. S., Simanjuntak, P. A., & Surip, M. (2024). Pengaruh Etika Berbahasa Indonesia yang Buruk di Media Sosial terhadap Individu. Fonologi: Jurnal Ilmuan Bahasa dan Sastra Inggris, 2(2), 104-110. https://doi.org/10.61132/fonologi.v2i2.655

TikTok @Chikakiku dalam Perspektif Islam. Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam, 3(2), 129-138. https://doi.org/10.29313/jrkpi.v3i2.3029

Unika Putry Mutiarani, I. N. (2024). Etika Komunikasi Dalam Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa. JURNAL HARMONI NUSA BANGSA, 205-215.

Wahyuni, S. (2021). Etika Berkomunikasi di Media Sosial (Whatsapp). EUNOIA (Jurnal Pendidikan Bahasa Indonesia), 1(2), 156-163.