

PERSEPSI GENERASI-Z TENTANG ETIKA KOMUNIKASI DALAM PENYAMPAIAN INFORMASI MELALUI MEDIA SOSIAL

Oleh: **Dr.Dra. Pratiwi Wahyu Widiarti, M.Si., Eko Prasetyo Nugroho Saputro, S.Pd, M.Hum, M.I.Kom., Ratna Ekawati, S.I.P., M.A., Dr. Wuri Handayani, M.Si., Rahma Kamila, Yoanita Cahya Cinta Y**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mendeskripsikan persepsi generasi-Z terhadap etika komunikasi dalam penyampaian pesan di ruang virtual melalui media sosial, (2) mengidentifikasi faktor-faktor yang mendorong generasi-Z dalam melakukan persepsi etika komunikasi, dan (3) menjelaskan persepsi etika komunikasi seperti apa yang seharusnya diterapkan oleh generasi-Z. Penelitian ini menggunakan pendekatan campuran sequential (mix method sequential) yaitu menggabungkan atau memperluas penemuan yang diperoleh dari satu metode dengan penemuandari metode lain. Penelitian dimulai dengan metode kuantitatif terlebih dahulu dengan menguji konseppersepsi tentang etika komunikasi, kemudian diikuti dengan metode kualitatif dengan mengeksplorasi kasus dan individu. Subjek penelitian generasi Z, adalah mahasiswa aktif UNY, Teknik sampling menggunakan multistage sampling, dalam hal ini sampelnya diperoleh 394 mahasiswa, yang terdiri dari 8 fakultas, yaitu FIPP, FISHIPOL, FIKK, FT, FMIPA, FBSB, FEB, FV. Teknik pengumpulan data terdiri dari angket, wawancara dan dokumentasi. Uji validitas angket diperoleh dari 32 item, yang tidakvalid 6 item, sehingga item yang digunakan 26 item. Uji reliabilitas sebesar 0,858 (reliabel). Penentuan sampel kualitatif ditentukan secara purposive sampling yaitu mahasiswa dari fakultas -fakultas, dan diperoleh 7 mahasiswa di lingkungan Universitas Negeri Yogyakarta yang merupakan pengguna aktif media sosial. Uji keabsahan data kualitatif menggunakan triangulasi sumber. Analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan teknik statistik deskriptif persentase dan tabulasi silang, sedang analisis data kualitatif menggunakan model interaktif dari Miles and Huberman yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan/verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan dalam penelitian kuantitatif, mahasiswa UNY yang memiliki persepsi yang tinggi tentang etika komunikasi ada 201 mahasiswa (51%), sedang yang memiliki persepsi yang rendah tentang etika komunikasi ada 193 mahasiswa (49%). Luaran penelitian ini berupa artikel yang terpublikasikan di Jurnal Informasi Terindeks Sinta 2 dan Prosiding Seminar Internasional ICSSD (International Conference of Social Sciences and Education

Kata Kunci: *Persepsi, Generasi-Z, Etika Komunikasi, Informasi, Media Sosial*