

## ETIKA KOMENTAR NETIZEN DALAM TAGAR #KABURAJADULU DI TIKTOK

**Abid Muhammad Rizal<sup>1</sup>, Rizkiya Brilianti Nafilah<sup>2</sup>, Zeli Putri Leri<sup>3</sup>**

Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Muhammadiyah Riau

Email Korespondensi: 230402047@student.umri.ac.id

### ABSTRACT

This study explores the ethics of digital communication among Indonesian netizens during the viral TikTok trend #KaburAjaDulu. The research aims to analyze the forms, characteristics, and patterns of comments and assess how well these comments reflect ethical digital communication practices. Using a qualitative descriptive method, 25 comments from the five most popular TikTok videos tagged #KaburAjaDulu were analyzed with Microsoft Power BI. The results show that 40% of the comments were ethical, 44% neutral, and 16% unethical. Ethical comments featured polite language, constructive criticism, and supportive messages, while unethical ones included harsh language, provocation, and derogatory remarks. The context of the video influenced the tone of the comments; inspirational content often prompted ethical responses, while social critique videos triggered more provocative reactions. This study highlights the importance of digital literacy in developing responsible digital citizenship and urges collaboration among the government, educational institutions, and social media platforms to create a healthier digital communication environment.

**Keywords:** Digital ethics TikTok, netizen comments, digital literacy.

### ABSTRAK

Penelitian ini membahas etika komunikasi digital netizen dalam fenomena viral #KaburAjaDulu di TikTok, dengan tujuan menganalisis bentuk, karakteristik, dan pola komentar yang muncul serta sejauh mana komentar tersebut mencerminkan praktik etis dalam komunikasi digital. Menggunakan metode deskriptif kualitatif, data dikumpulkan dari 25 komentar terpilih pada 5 video TikTok terpopuler bertagar #KaburAjaDulu yang dianalisis melalui aplikasi Microsoft Power BI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 40% komentar termasuk dalam kategori etis, 44% netral, dan 16% tidak etis. Komentar etis ditandai dengan bahasa sopan, kritik konstruktif, dan dukungan positif, sedangkan komentar tidak etis mengandung provokasi, bahasa kasar, dan penghinaan. Konteks video memengaruhi jenis komentar yang muncul, di mana video inspiratif cenderung memunculkan komentar etis, sedangkan video kritik sosial menghasilkan komentar yang lebih provokatif. Penelitian ini menunjukkan pentingnya literasi digital dalam membentuk kewarganegaraan digital yang bertanggung jawab serta mendesak perlunya kolaborasi antara pemerintah, institusi pendidikan, dan platform media sosial untuk menciptakan ruang digital yang sehat dan etis.

**Kata kunci:** Etika digital TikTok, komentar netizen, literasi digital.

### PENDAHULUAN

Media sosial telah menjadi komponen penting dari kehidupan modern, termasuk di Indonesia. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai ruang publik digital yang menuntut penerapan etika komunikasi agar interaksi antar pengguna tetap sehat dan konstruktif (Febri Sari Siahaan, 2025) TikTok adalah salah satu platform yang berkembang pesat yang memungkinkan pengguna berbagi video pendek dan berinteraksi melalui fitur komentarnya. Perkembangan platform digital seperti TikTok memperkuat urgensi literasi digital, terutama dalam membentuk perilaku etis generasi muda di ruang daring (Ridho Rahmatulloh et al., 2024). Fenomena viral "KaburAjaDulu" yang muncul di Indonesia di TikTok menjadi menarik untuk dipelajari karena mencerminkan dinamika komunikasi digital masyarakat

**Penerbit:**

**LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)**  
[redaksigovernance@gmail.com](mailto:redaksigovernance@gmail.com)/[admin@lkispol.or.id](mailto:admin@lkispol.or.id)

399

Indexed



**SINTA 5**

**PKP INDEX**

**OneSearch**

# GOVERNANCE: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal dan Pembangunan

ISSN: 2406-8721 (Media Cetak) dan ISSN: 2406-8985 (Media Online)

Volume 12 Nomor 2 Desember 2025

Indonesia saat ini.

Alasan memilih judul ini didasari oleh beberapa pertimbangan akademis dan praktis. Pertama, urgensi untuk memahami etika komunikasi digital dalam konteks media sosial yang semakin masif penggunaannya, khususnya TikTok sebagai platform yang mengalami pertumbuhan eksponensial di Indonesia. Kedua, fenomena #KaburAjaDulu dipilih sebagai studi kasus karena popularitasnya yang tinggi, viral dalam waktu singkat, dan beragamnya respons yang muncul dalam kolom komentar, sehingga memberikan gambaran yang komprehensif tentang perilaku berkomentar pengguna TikTok Indonesia. Ketiga, tagar ini mencerminkan budaya digital lokal Indonesia yang unik, dimana humor dan ironi sering digunakan sebagai mekanisme coping dalam menghadapi situasi sulit. Keempat, fenomena ini relevan dengan pendidikan kewarganegaraan digital, dimana etika berkomunikasi dalam ruang publik digital menjadi kompetensi penting bagi warga negara abad 21.

Pemilihan sampel berupa 25 komentar dari 5 video terpopuler didasarkan pada prinsip saturasi data dalam penelitian kualitatif. Dalam pendekatan kualitatif, penekanan utama terletak pada kedalaman dan makna dari data yang diperoleh, bukan pada jumlahnya. Penelitian ini bertujuan untuk memahami fenomena sosial secara menyeluruh dengan menggali pengalaman, persepsi, serta konteks yang melingkupinya. Oleh karena itu, meskipun jumlah informan atau komentar terbatas, data tetap dinilai bernilai tinggi selama mampu merepresentasikan keragaman makna dan dinamika komunikasi yang relevan dengan fokus penelitian (Nursapia Harahap, 2020). Oleh karena itu, 25 komentar dari video yang paling banyak ditonton dipandang sudah cukup mewakili untuk menangkap keragaman dan pola dalam etika komunikasi digital. Pemilihan fokus pada 5 video terpopuler bertujuan untuk memungkinkan analisis yang lebih mendalam terhadap konten yang benar-benar viral dan memiliki pengaruh besar dalam membentuk wacana publik digital. Hal ini sejalan dengan prinsip purposive sampling yang lebih menekankan pada relevansi dan kekayaan informasi daripada representasi statistic.

Penelitian terkait etika digital sebelumnya telah dilakukan oleh beberapa peneliti, seperti (Hamidah et al., 2024) yang menyoroti etika komunikasi netizen dalam merespons konten keagamaan kontroversial di media sosial X. Studi ini menemukan bahwa masih banyak netizen yang belum menerapkan sopan santun, efektivitas komunikasi, dan sikap saling menghargai dalam berkomentar, khususnya pada isu-isu sensitif. Penelitian (Febri Sari Siahaan, 2025) menunjukkan bahwa tingkat literasi digital berpengaruh signifikan terhadap kecenderungan pengguna dalam menyampaikan pendapat secara etis di media sosial. Sementara itu, (Komunikasi et al., n.d.). Mengkaji budaya komentar di media sosial melalui pendekatan nilai-nilai Pancasila, dan menegaskan pentingnya literasi digital serta etika Pancasila sebagai landasan membangun ruang digital yang lebih sehat dan inklusif. Selain itu, (Salma Besariani et al., 2025) menegaskan bahwa kolom komentar media sosial berperan penting dalam pembentukan opini publik, baik secara positif maupun negatif. Namun demikian, kajian khusus mengenai etika berkomentar dalam konteks tagar viral seperti #KaburAjaDulu di platform TikTok masih sangat terbatas, sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut untuk memahami dinamika etika digital dalam fenomena viral tersebut. Terlepas dari fakta bahwa sejumlah besar penelitian telah menyelidiki etika komunikasi digital, masih ada beberapa area penelitian yang perlu dipenuhi. Pertama, TikTok, platform berbasis video pendek yang berkembang pesat, masih kurang mendapat perhatian akademis, sementara mayoritas penelitian sebelumnya lebih fokus pada platform media sosial konvensional seperti Facebook, Twitter, dan Instagram. Kedua, meskipun penelitian saat ini tentang etika digital sebagian besar bersifat normatif dan teoritis, analisis langsung dari fenomena viral tertentu seperti tagar #KaburAjaDulu masih terbatas. Ketiga, tidak ada penelitian yang secara khusus menyelidiki etika komunikasi menggunakan humor dan ironi sebagai cara untuk beradaptasi dengan budaya digital Indonesia. Keempat, ada kekurangan metodologis juga. Penelitian sebelumnya belum menggunakan teknologi analisis data seperti Microsoft Power BI untuk menganalisis pola komunikasi digital secara lebih menyeluruh.

Selain itu, Penelitian sebelumnya belum secara menyeluruh mengaitkan fenomena viral media sosial dengan dampak mereka pada pendidikan kewarganegaraan digital. Namun, memahami bagaimana

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)  
[redaksigovernance@gmail.com](mailto:redaksigovernance@gmail.com)/[admin@lkispol.or.id](mailto:admin@lkispol.or.id)

400

Indexed



SINTA 5

PKP INDEX

OneSearch

berkomunikasi dengan benar di ruang digital menjadi sangat penting untuk membangun warga negara digital yang bertanggung jawab. Pemahaman akademis tentang dinamika komunikasi etis di TikTok masih terbatas, tetapi gap ini menjadi semakin penting karena platform tersebut menjadi favorit generasi muda Indonesia.

Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat mengisi kekosongan tersebut dengan memberikan analisis empiris yang komprehensif tentang etika komunikasi digital dalam konteks fenomena viral TikTok, khususnya tagar #KaburAjaDulu, serta mengaitkannya dengan perspektif pendidikan kewarganegaraan digital.

Berdasarkan latar belakang dan gap penelitian yang telah diidentifikasi, permasalahan utama yang muncul adalah kurangnya kesadaran pengguna akan etika berkomunikasi di ruang digital, khususnya dalam fenomena viral seperti tagar #KaburAjaDulu di TikTok. Komentar-komentar yang tidak etis dapat mempengaruhi dinamika sosial dan menciptakan konflik dalam masyarakat digital. Meskipun TikTok telah menjadi platform komunikasi yang populer di kalangan masyarakat Indonesia, belum ada kajian mendalam mengenai etika komunikasi digital dalam konteks fenomena viral tertentu yang mencerminkan budaya lokal Indonesia.

Oleh karena itu, penelitian ini merumuskan masalah sebagai berikut: Pertama, bagaimana bentuk dan karakteristik komentar netizen dalam video TikTok bertaggar #KaburAjaDulu? Kedua, sejauh mana komentar-komentar tersebut mencerminkan praktik etika komunikasi digital yang baik? Ketiga, bagaimana pola pembentukan perilaku etis dan tidak etis dalam kolom komentar video bertaggar #KaburAjaDulu? Keempat, bagaimana komentar negatif berpengaruh terhadap dinamika sosial dalam masyarakat digital, khususnya dalam konteks interaksi di media sosial TikTok ?

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis bentuk-bentuk komentar yang muncul dalam video TikTok bertaggar #KaburAjaDulu, mengevaluasi tingkat etika komunikasi digital yang tercermin dalam komentar-komentar tersebut, menganalisis pola pembentukan perilaku etis dan tidak etis dalam kolom komentar, serta mengkaji pengaruh komentar negatif terhadap dinamika sosial masyarakat digital.

Manfaat teoretis dari penelitian ini adalah memberikan kontribusi pada pengembangan teori komunikasi digital dan etika media sosial, khususnya dalam konteks platform TikTok. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar untuk pengembangan program literasi digital dan edukasi etika komunikasi dalam pendidikan kewarganegaraan, serta memberikan rekomendasi untuk pengembangan kebijakan terkait etika digital di Indonesia.

## METODE

Berfokus pada tagar #KaburAjaDulu, penelitian ini menganalisis fenomena etika berkomentar di media sosial TikTok melalui metode kualitatif deskriptif. Penelitian ini mengumpulkan data dari platform TikTok Indonesia selama tiga bulan, dari Januari hingga Maret 2024.

Tujuan dari penelitian kualitatif deskriptif ini adalah untuk menggambarkan dan menganalisis fenomena etika komunikasi digital secara menyeluruh. Komentar yang muncul dalam video TikTok dengan tagar #KaburAjaDulu merupakan sumber data primer dalam penelitian ini. Sementara itu, sumber data sekunder adalah literatur dan penelitian sebelumnya tentang etika digital dan komunikasi media sosial.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan kriteria video yang memiliki tagar #KaburAjaDulu, telah dipublikasikan dalam periode penelitian, dan merupakan 5 video terpopuler berdasarkan jumlah views, komentar, dan share terbanyak. Dari setiap video terpilih, akan dianalisis 10 komentar teratas sehingga total sampel komentar yang dianalisis adalah 25 komentar dari 5 video terpopuler tersebut.

Instrumen pengumpulan data yang digunakan meliputi aplikasi Microsoft Power BI untuk mencatat, mengklasifikasi, dan memvisualisasikan komentar berdasarkan kategori etis dan tidak etis, panduan observasi digital sebagai framework kategorisasi, lembar coding yang terintegrasi dalam Power BI untuk

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)  
[redaksigovernance@gmail.com](mailto:redaksigovernance@gmail.com)/[admin@lkispol.or.id](mailto:admin@lkispol.or.id)

401

Indexed



SINTA 5

PKP INDEX

OneSearch

kategorisasi jenis komentar, dan panduan wawancara untuk mendapatkan perspektif tambahan dari pengguna TikTok. Penggunaan Power BI dipilih karena kemampuannya dalam mengolah data semi-terstruktur seperti teks komentar, fitur klasifikasi otomatis yang dapat dikustomisasi sesuai kategori etis dan tidak etis, serta kemudahan dalam membuat visualisasi data untuk analisis pola komunikasi digital.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis konten kualitatif dengan model interaktif Miles dan Huberman yang terdiri dari empat tahapan utama. Pertama, tahap pengumpulan data (data collection) dilakukan dengan mengunduh dan mendokumentasikan komentar-komentar dari 5 video TikTok terpopuler bertaggar #KaburAjaDulu menggunakan aplikasi Microsoft Power BI. Setiap komentar direkam secara verbatim beserta metadata seperti waktu posting, jumlah like, dan respons yang diterima. Data kemudian diorganisir dalam format spreadsheet dengan kolom-kolom yang mencakup nomor urut, teks komentar, konteks video, dan kategori awal.

Kedua, tahap reduksi data (data reduction) melibatkan proses seleksi, penyederhanaan, dan transformasi data mentah menjadi data yang lebih terfokus. Dalam tahap ini, peneliti melakukan coding terbuka untuk mengidentifikasi tema-tema awal yang muncul dari komentar-komentar tersebut. Komentar-komentar yang tidak relevan dengan fokus penelitian, seperti komentar yang hanya berupa emoji atau mention tanpa substansi, dieliminasi dari analisis. Proses reduksi juga melibatkan kategorisasi awal berdasarkan indikator etika komunikasi digital yang telah ditetapkan, yaitu: penggunaan bahasa sopan, konstruktivitas pesan, dan tidak adanya unsur sara atau diskriminasi.

Ketiga, tahap penyajian data (data display) dilakukan dengan mengorganisir dan menyajikan data yang telah direduksi dalam bentuk tabel distribusi kategori etika komentar, matriks analisis konten, dan visualisasi data menggunakan Microsoft Power BI. Penyajian data mencakup pengelompokan komentar berdasarkan tiga kategori utama: etis, netral, dan tidak etis. Setiap kategori kemudian dianalisis lebih lanjut untuk mengidentifikasi sub-kategori dan pola-pola komunikasi yang muncul. Visualisasi data membantu peneliti dalam mengidentifikasi trend dan distribusi karakteristik komentar berdasarkan konteks video dan waktu posting.

Keempat, tahap penarikan kesimpulan dan verifikasi (conclusion drawing and verification) merupakan tahap akhir dimana peneliti menginterpretasikan temuan dan menarik kesimpulan berdasarkan pola-pola yang telah diidentifikasi. Proses verifikasi dilakukan dengan cara triangulasi data, yaitu membandingkan hasil analisis dengan literatur yang relevan tentang etika komunikasi digital dan fenomena media sosial. Selain itu, peneliti juga melakukan member checking dengan cara mendiskusikan temuan dengan beberapa pengguna TikTok aktif untuk memvalidasi interpretasi yang dibuat. Proses analisis berlangsung secara siklik, dimana setiap tahap dapat kembali ke tahap sebelumnya jika ditemukan data atau pola baru yang memerlukan analisis lebih mendalam.

Untuk memastikan reliabilitas dan validitas analisis, penelitian ini menggunakan beberapa strategi validasi. Pertama, validitas internal dijaga melalui penggunaan kriteria kategorisasi yang jelas dan konsisten. Setiap komentar dikategorisasi berdasarkan indikator yang telah ditetapkan: komentar etis (menggunakan bahasa sopan, memberikan kritik konstruktif, mendukung atau memotivasi), komentar netral (menyampaikan fakta atau pengalaman tanpa emosi berlebihan), dan komentar tidak etis (menggunakan bahasa kasar, provokatif, atau merendahkan). Kedua, reliabilitas inter-rater dijaga dengan melibatkan dua peneliti independen dalam proses kategorisasi sampel komentar untuk memastikan konsistensi hasil. Ketiga, validitas eksternal dipertahankan melalui pemilihan sampel yang representatif dari video-video terpopuler dalam periode penelitian.

Penggunaan Microsoft Power BI dalam penelitian ini tidak hanya sebagai alat visualisasi, tetapi juga sebagai platform analisis yang memungkinkan kategorisasi otomatis berdasarkan kata kunci tertentu, analisis sentiment dasar, dan pembuatan dashboard interaktif untuk memudahkan interpretasi data. Fitur-fitur seperti word cloud, trend analysis, dan cross-tabulation membantu peneliti dalam mengidentifikasi pola komunikasi yang tidak terlihat secara manual. Seluruh proses analisis didokumentasikan dalam audit trail untuk memastikan transparansi dan dapat direplikasi oleh peneliti lain.

## PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis terhadap 25 komentar dari 5 video TikTok bertaggar #KaburAjaDulu yang dipublikasikan pada periode Januari–Maret 2024, penelitian ini mengidentifikasi tiga kategori utama etika berkomentar netizen: etis (40%), netral (44%), dan tidak etis (16%). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas komentar netizen dalam fenomena #KaburAjaDulu masih berada dalam koridor etika komunikasi digital yang dapat diterima.

Dari 25 komentar yang dianalisis, 10 komentar (40%) dikategorikan sebagai etis, 11 komentar (44%) bersifat netral, dan 4 komentar (16%) tidak etis. Distribusi ini menunjukkan bahwa meskipun terdapat kritik dan keluhan terhadap kondisi negara, sebagian besar netizen masih mampu menyampaikan pendapat dengan cara yang sopan dan konstruktif.

**Tabel 1: Distribusi Kategori Etika Komentar**

Kategori Etika	Jumlah Komentar	Percentase
Etis	10	40%
Netral	11	44%
Tidak Etis	4	16%
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>

Data diperoleh dari analisis 25 komentar yang diambil dari lima video TikTok bertaggar #KaburAjaDulu

Komentar yang dikategorikan etis menunjukkan beberapa karakteristik utama. Pertama, penggunaan bahasa yang sopan dan konstruktif, seperti terlihat pada komentar "Saya cinta dan sangat bela tanah air. Namun jika kondisi negara seperti ini. Pergila kalian wahai anak bangsa lanjutkan cita-cita kalian. Tapi tetap ingat pulang dan gunakan kekuatan kalian nanti untuk mengubah bangsa." Komentar ini menunjukkan sikap nasionalisme yang tetap positif meskipun mengakui adanya permasalahan.

Kedua, komentar etis cenderung memberikan solusi atau saran yang membangun, seperti "Saranku. Kalau modal kurang cukup. Usahakan kabur ke negeri tetangga dulu sambil belajar bahasa dan kumpulin modal." Komentar ini menunjukkan empati dan keinginan untuk membantu sesama tanpa merendahkan pihak lain.

Ketiga, komentar etis sering kali disertai dengan motivasi dan dukungan positif, seperti "semoga adik<sup>2</sup> yg mempunyai cita<sup>2</sup> berkarier di LN dapat terwujud #KaburAjaDulu memang tidak murah, tapi setidaknya kami berusaha untuk mendapatkan kehidupan yg layak." Hal ini menunjukkan solidaritas dan dukungan antarnetizen dalam menghadapi tantangan ekonomi.

Komentar netral, yang merupakan kategori terbesar (44%), umumnya berupa penyampaian fakta atau pengalaman pribadi tanpa menggunakan bahasa yang menyenggung atau merendahkan. Contohnya, "di Bali kerja dari jam 7 pagi sampai 11 malam istirahat 2 jam gaji 1.3 itu di restoran bagian waiters dan bersih-bersih demi apapun nyari loker di Indonesia susah banget gak sesuai pekerjaan." Komentar ini menyampaikan keluhan faktual tanpa menggunakan kata-kata kasar atau menyalahkan pihak tertentu secara berlebihan.

Komentar netral juga sering berupa perbandingan objektif antara kondisi di dalam dan luar negeri, seperti "mending kerja di luar negeri bg, saya di sini lebih dihargai daripada di negara sendiri, ya meskipun pada akhirnya pulang ke negara sendiri, terima kasih negara." Komentar ini menunjukkan kemampuan netizen untuk menyampaikan pandangan dengan cara yang seimbang.

Di sisi lain, meskipun persentasenya paling kecil (16%), komentar tidak etis menunjukkan pola yang mengkhawatirkan. Pertama, penggunaan kata-kata kasar atau merendahkan, seperti "bismillah ya Allah tahun ini atau tahun depan bisa ikut #KaburAjaDulu udah muak banget sama ini negara" yang menggunakan kata "muak" untuk mengekspresikan kebencian terhadap negara.

Kedua, penggunaan bahasa yang provokatif dan mengancam, seperti "KABUR AJA DULU ITU KODE KERAS. BIAR PARA PEMIMPIN PEJABAT MIKIR BUKAN NGUSIR!" yang menggunakan

**Penerbit:**

**LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)**  
[redaksigovernance@gmail.com](mailto:redaksigovernance@gmail.com)/[admin@lkispol.or.id](mailto:admin@lkispol.or.id)

403

Indexed



SINTA 5

PKP INDEX

OneSearch

huruf kapital dan nada yang agresif. Ketiga, penggunaan kata-kata vulgar seperti "anjjj" yang sangat tidak pantas dalam komunikasi public.

Paling mengkhawatirkan adalah komentar yang merendahkan martabat warga negara, seperti "semakin hari semakin kayak ternak" yang mengibaratkan masyarakat Indonesia sebagai hewan ternak. Hal ini menunjukkan degradasi nilai-nilai kemanusiaan dalam komunikasi digital.

Hasil analisis juga menunjukkan bahwa konteks video mempengaruhi karakteristik komentar yang muncul. Video dengan konteks "Pov #KaburAjaDulu" cenderung menghasilkan komentar yang lebih seimbang antara etis dan netral. Sementara video dengan konteks "kritik sosial terhadap Pemerintah" menghasilkan proporsi komentar tidak etis yang lebih tinggi, menunjukkan bahwa topik politik cenderung memicu respons emosional yang kurang terkontrol.

Video dengan konteks "Kisah Perjuangan di Luar Negeri" menghasilkan komentar yang paling positif, dengan dominasi komentar etis yang berupa dukungan dan motivasi. Hal ini menunjukkan bahwa narasi personal dan inspiratif cenderung memunculkan respons yang lebih konstruktif dari netizen.

Dalam konteks pendidikan kewarganegaraan digital, temuan penelitian ini memiliki implikasi penting. Pertama, meskipun sebagian besar komentar berada dalam kategori etis dan netral, masih terdapat 16% komentar yang tidak etis. Hal ini menunjukkan perlunya peningkatan literasi digital dan etika komunikasi dalam Pendidikan. Temuan penelitian ini sejalan dengan konsep kewarganegaraan digital yang menekankan pentingnya etika berpendapat dan tanggung jawab sosial dalam ruang publik daring (Summiyani et al., 2025).

Kedua, kemampuan netizen untuk menyampaikan kritik konstruktif dan memberikan dukungan positif menunjukkan potensi yang dapat dikembangkan lebih lanjut. Program pendidikan kewarganegaraan digital dapat memanfaatkan karakteristik positif ini sebagai model pembelajaran.

Ketiga, perbedaan pola komunikasi berdasarkan konteks video menunjukkan pentingnya konteks dalam membentuk perilaku komunikasi digital. Pendidikan kewarganegaraan digital perlu mengajarkan kemampuan adaptasi komunikasi sesuai konteks tanpa melanggar prinsip etika.

Lebih lanjut, fenomena #KaburAjaDulu mencerminkan kompleksitas nasionalisme dalam era digital. Di satu sisi, terdapat komentar yang menunjukkan cinta tanah air dan harapan untuk kembali berkontribusi, seperti "tetap ingat pulang dan gunakan kekuatan kalian nanti untuk mengubah bangsa." Di sisi lain, terdapat komentar yang menunjukkan kekecewaan mendalam terhadap kondisi negara.

Penelitian ini menemukan bahwa nasionalisme netizen tidak bersifat hitam-putih, melainkan kompleks dan kontekstual. Sebagian besar netizen masih menunjukkan rasa cinta tanah air meskipun mengkritik kondisi negara. Hal ini tercermin dari komentar-komentar yang menyatakan niat untuk kembali dan berkontribusi setelah memperoleh pengalaman di luar negeri.

Meskipun demikian, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diakui. Pertama, sampel yang terbatas pada 25 komentar dari 5 video mungkin belum sepenuhnya mewakili keragaman komentar dalam fenomena #KaburAjaDulu. Kedua, periode penelitian yang terbatas pada Januari–Maret 2024 mungkin tidak menangkap evolusi dinamika komunikasi dalam fenomena ini.

Ketiga, kategorisasi etika komunikasi yang digunakan bersifat subjektif dan dapat bervariasi tergantung pada perspektif peneliti. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan multiple rater untuk meningkatkan objektivitas kategorisasi.

Berdasarkan temuan penelitian, beberapa rekomendasi dapat diajukan. Pertama, perlunya pengembangan program literasi digital yang fokus pada etika komunikasi dalam media sosial. Kedua, platform media sosial seperti TikTok perlu mengembangkan fitur yang mendorong komunikasi yang lebih konstruktif. Ketiga, pemerintah dan institusi pendidikan perlu berkolaborasi dalam mengembangkan kurikulum pendidikan kewarganegaraan digital yang relevan dengan tantangan komunikasi era digital.

## KESIMPULAN

Penelitian ini mengidentifikasi dan menganalisis pola etika komunikasi digital netizen Indonesia dalam fenomena viral #KaburAjaDulu di TikTok melalui analisis 25 komentar dari 5 video terpopuler. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas netizen masih mampu menyampaikan pendapat mereka dengan cara yang tetap menghargai etika komunikasi digital, dengan persentase komentar etis sebesar 40%, netral 44%, dan tidak etis 16%. Karakteristik komentar etis meliputi penggunaan bahasa sopan, mengusulkan pendapat yang bertujuan untuk membantu mencari solusi, serta dukungan positif antar pengguna. Komentar netral didominasi oleh penyampaian fakta dan pengalaman pribadi tanpa unsur merendahkan, sedangkan komentar tidak etis ditandai dengan penggunaan bahasa kasar, provokatif, dan kata-kata yang merendahkan martabat bangsa. Selain itu, jenis video juga mempengaruhi cara netizen berkomentar. Ketika video berisi kisah inspiratif atau pengalaman pribadi, komentar cenderung lebih positif dan membangun. Sebaliknya, video yang berisi kritik sosial terhadap kritik terhadap kondisi sosial sering kali memunculkan komentar yang lebih kasar dan provokatif.

Fenomena #KaburAjaDulu mencerminkan nasionalisme digital yang dinamis dan kontekstual, di mana cinta tanah air tidak hanya ditunjukkan melalui dukungan langsung terhadap negara, tetapi juga melalui kritik dan harapan yang dilandasi rasa peduli terhadap kondisi bangsa. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa TikTok telah berkembang menjadi ruang diskusi publik yang signifikan, tempat beragam pandangan dan ekspresi masyarakat saling berinteraksi. Namun, meskipun netizen menunjukkan potensi komunikasi yang etis dan reflektif, masih ditemukan komentar-komentar yang bersifat provokatif dan tidak membangun. Penguatan literasi dan etika digital menjadi langkah strategis dalam mendorong terciptanya komunikasi yang sehat dan beradab di media sosial, khususnya di kalangan generasi muda (Febri Sari Siahaan, 2025). Oleh karena itu, penguatan literasi digital menjadi krusial dalam mendorong praktik komunikasi yang bertanggung jawab, sopan, dan solutif. Untuk menjawab tantangan tersebut, disarankan adanya pengembangan program literasi digital yang terintegrasi dalam pendidikan kewarganegaraan, dengan penekanan pada etika komunikasi media sosial dan keterampilan berpikir kritis dalam menyikapi konten digital. Kolaborasi antara platform media sosial seperti TikTok, institusi pendidikan, dan pemerintah perlu dijalin guna menciptakan fitur edukatif serta sistem moderasi yang mendorong terciptanya ruang digital yang sehat. Selain itu, pemerintah juga perlu menyusun kebijakan yang mendukung peningkatan kesadaran etika digital tanpa membatasi kebebasan berekspresi, misalnya melalui panduan komunikasi publik dan pelatihan yang menjangkau berbagai kalangan masyarakat. Dengan upaya yang menyeluruh dan kolaboratif, kualitas diskusi publik di ruang digital dapat ditingkatkan menuju arah yang lebih positif dan mencerdaskan.

## REFERENSI

- Febri Sari Siahaan, C. R. N. A. S. G. K. B. S. R. H. L. P. S. (2025). *Literasi Media Sosial Untuk Siswa Sebagai Solusi Hoaks Dan Kenakalan Remaja*.
- Hamidah, unatul, Silvi Yasmin, Y., Hikma, N., & Islam Negeri Walisongo Semarang, U. (2024). Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial (Analisis Komentar terkait Konten Keagamaan di Media X). *Journal of Da'wah and Communication*, 118(2).
- Komunikasi, J., Ilmu Politik, dan, Primanita Gunawan, N., Kurnianto, F., & Antoni, H. (n.d.). *Retorika Perubahan Digitalisasi dalam Membangun Etika Pancasila Pada Lingkup Komentar di Media Sosial*.
- Nursapia Harahap. (2020). *BUKU METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF DR. NURSAPIA HARAHAP, M.HUM.*
- Ridho Rahmatulloh, Alip Kusuma Wardana, Muhammad Sobahri, Raihan Fariz Syaban, & April Laksana. (2024). Etika Berkommunikasi di Media Sosial : Perspektif Generasi Z. *Studi Administrasi Publik Dan Ilmu Komunikasi*, 1(4), 44–50. <https://doi.org/10.62383/studi.v1i4.52>
- Salma Besariani, Anisti, & Tuty Mutiah. (2025). Gaya Komunikasi Ibu-Ibu di Era Digital Melalui Media

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)  
[redaksigovernance@gmail.com](mailto:redaksigovernance@gmail.com)/[admin@lkispol.or.id](mailto:admin@lkispol.or.id)

405

Indexed



SINTA 5

PKP INDEX



# GOVERNANCE: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal dan Pembangunan

ISSN: 2406-8721 (Media Cetak) dan ISSN: 2406-8985 (Media Online)

Volume 12 Nomor 2 Desember 2025

Sosial Tiktok. *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam Dan Humaniora (E-ISSN 2745-4584)*, 6(1), 482–492. <https://doi.org/10.37680/almikraj.v6i1.7909>

Summiyani, S., Sandrinabila, M., Adha, S., Sakdiah, S., Novita, P. D., Cahyani, V. P., Wardani, M., Prasetyo, D., Azra, S. S., & Saputra, D. Y. (2025). Pelatihan Etika Digital di Era Media Sosial Bagi Mahasiswa Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Syaifuddin Jambi. *Bima Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(3), 573–580. <https://doi.org/10.53299/bajpm.v5i3.2311>

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)

[redaksigovernance@gmail.com](mailto:redaksigovernance@gmail.com)/[admin@lkispol.or.id](mailto:admin@lkispol.or.id)

406

Indexed



SINTA 5

PKP INDEX

OneSearch