

Dilema Etika dalam Era Digital: Analisis Perilaku Pengguna Media Sosial

Aurellia Putri Demas¹, Mila Komalasari², Nazwa Indah Yuradini³, Najwa Kholifatunnisa⁴, Fajar Nur Iman⁵

^{1,2,3} Sistem Informasi, Universitas Raharja, Tangerang

⁴ Manajemen Retail, Universitas Raharja, Tangerang

Email: najwa@raharja.info

Abstrak—Perkembangan media sosial di Indonesia telah menciptakan ekosistem komunikasi digital yang kompleks dengan lebih dari 139 juta pengguna aktif pada tahun 2024. Penelitian ini menganalisis dilema etika yang dihadapi pengguna media sosial di Indonesia, mencakup pertentangan antara privasi dan keterbukaan, kebebasan berekspresi dan tanggung jawab, serta fenomena cyberbullying dan hate speech. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan kajian literatur mendalam, penelitian menemukan bahwa dilema etika digital bersifat multidimensional dan saling terkait, dipengaruhi oleh faktor psikologis, sosial, budaya, dan teknologi. Pola perilaku pengguna seperti FOMO, mudah terprovokasi, dan rendahnya literasi digital menjadi faktor pendorong pelanggaran etika. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penanganan dilema etika digital memerlukan pendekatan terintegrasi yang melibatkan penguatan regulasi, literasi digital, serta desain platform yang bertanggung jawab.

Kata Kunci: etika digital, media sosial, cyberbullying, privasi, literasi digital, Indonesia

Abstract—*The development of social media in Indonesia has created a complex digital communication ecosystem with more than 139 million active users in 2024. This study analyzes the ethical dilemmas faced by social media users in Indonesia, encompassing the tension between privacy and openness, freedom of expression and responsibility, and the phenomena of cyberbullying and hate speech. Using a descriptive qualitative approach with in-depth literature review, the study finds that digital ethical dilemmas are multidimensional and interconnected, influenced by psychological, social, cultural, and technological factors. Behavioral patterns such as FOMO, susceptibility to provocation, and low digital literacy are key drivers of ethical violations. The study concludes that addressing digital ethical dilemmas requires an integrated approach involving regulatory strengthening, digital literacy promotion, and responsible platform design.*

Keywords: digital ethics, social media, cyberbullying, privacy, digital literacy, Indonesia

1. PENDAHULUAN

Pada tahun 2024, lebih dari 139 juta penduduk Indonesia aktif menggunakan media sosial dengan rata-rata waktu penggunaan 3 jam 14 menit per hari (Data Reportal, 2024). Media sosial telah mengubah cara pandang manusia dalam berkomunikasi. Sebelum adanya media sosial, interaksi tatap muka hanya di lingkungan rumah, sekolah dan kantor. Setelah adanya media sosial, kini interaksi tatap muka seakan tidak terbatas oleh tempat maupun waktu. Transformasi ini tidak hanya mengubah cara manusia bersosialisasi, tetapi juga mengubah bagaimana cara manusia untuk menerima dan menyebarkan informasi yang dahulu hanya mengandalkan surat kabar, radio dan televisi.

Namun, transformasi digital membawa kontradiksi, di satu sisi memberi kemudahan untuk berkomunikasi, tetapi di sisi lain memunculkan berbagai masalah pelanggaran etika digital seperti cyberbullying, hate speech, hoaks, penipuan online sampai pelecehan seksual digital. Selain itu fenomena kecanduan media sosial (social media addiction) juga merupakan dampak yang serius untuk kesehatan mental (psikologis) pengguna, ini berkaitan dengan kecemasan, depresi dan tidak produktif yang dirasakan oleh pengguna akibat dari kecanduan media sosial.

Meskipun saat ini sudah diberlakukan aturan UU ITE, pelanggaran etika di media sosial masih terus meningkat. Penelitian terdahulu lebih sering membahas tentang etika dan moral di era digital, tetapi hanya fokus terhadap satu kasus saja tanpa menganalisis kasus lain yang terjadi dalam faktor yang sama. Padahal, masalah ini saling terkait dan bersifat multidimensional, sehingga memerlukan analisis yang lebih menyeluruh untuk memahami akar permasalahan dari fenomena tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini berfungsi untuk menganalisis dilema etika dalam era digital secara menyeluruh, khususnya pada perilaku pengguna media sosial di Indonesia guna memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh tentang fenomena ini.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai bentuk dilema etika yang muncul dalam penggunaan media sosial di Indonesia, menganalisis pola perilaku pengguna media sosial dalam merespons dilema etika digital, menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan etis pengguna dalam bermedia sosial, mengevaluasi implikasi dilema etika digital terhadap dinamika kehidupan sosial masyarakat.

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat yaitu, secara teoritis, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan kajian etika digital dan komunikasi media sosial, khususnya dalam konteks Indonesia. Temuan penelitian ini dapat menjadi referensi akademik bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan dilema etika di ruang digital. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi pengguna media sosial dalam mengenali dan menavigasi dilema etika digital, masukan bagi pembuat kebijakan dalam merancang regulasi yang lebih efektif, serta rekomendasi bagi platform media sosial dalam merancang fitur yang mendorong perilaku etis penggunanya.

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memahami dan menjelaskan fenomena dilema etika digital secara mendalam dan komprehensif. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu mengungkap kompleksitas, nuansa, dan konteks dari fenomena sosial yang tidak dapat direduksi ke dalam angka atau data statistik semata (Creswell, 2014). Penelitian deskriptif memungkinkan peneliti untuk menggambarkan karakteristik dan pola fenomena yang diteliti secara sistematis.

Jenis penelitian yang digunakan adalah studi literatur (library research) atau kajian pustaka, yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan, menganalisis, dan mensintesis berbagai sumber sekunder berupa jurnal ilmiah, buku, laporan penelitian, dan sumber akademik lainnya yang relevan dengan topik dilema etika digital (Zed, 2004).

2.2 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi sistematis dengan menelusuri berbagai sumber ilmiah dari database akademik seperti Google Scholar, JSTOR, Scopus, dan ProQuest. Kriteria inklusi sumber meliputi:

(1) artikel jurnal yang telah melalui proses peer review; (2) buku ilmiah yang relevan dengan topik penelitian; (3) laporan lembaga riset kredibel; dan (4) sumber yang diterbitkan dalam rentang waktu 2004-2024 untuk memastikan relevansi dan kebaruan informasi.

Kata kunci pencarian yang digunakan mencakup: etika digital, media sosial, cyberbullying, hate speech, privasi digital, literasi digital, perilaku pengguna media sosial, dan berbagai kombinasinya dalam bahasa Indonesia maupun Inggris.

2.3 Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan melalui tiga tahap utama. Pertama, reduksi data dengan memilih dan memfokuskan pada informasi yang paling relevan dengan pertanyaan penelitian. Kedua, penyajian data dengan mengorganisasikan informasi ke dalam tema-tema yang koheren dan sistematis. Ketiga, penarikan kesimpulan dan verifikasi melalui triangulasi antar-sumber untuk memastikan validitas temuan (Miles, Huberman & Saldana, 2014).

Analisis konten (content analysis) digunakan untuk mengidentifikasi pola, tema, dan kategori yang muncul secara konsisten dari berbagai sumber literatur. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengintegrasikan temuan dari berbagai sumber menjadi pemahaman yang komprehensif tentang fenomena dilema etika digital.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Bentuk Dilema Etika yang Dihadapi Pengguna Media Sosial di Indonesia

Berdasarkan analisis literatur yang dilakukan, ditemukan empat bentuk utama dilema etika yang secara konsisten dihadapi oleh pengguna media sosial di Indonesia.

3.1.1 Dilema Privasi vs Keterbukaan

Dilema ini merupakan salah satu yang paling umum dan mendasar dalam penggunaan media sosial. Pengguna Indonesia menghadapi ketegangan antara keinginan untuk berbagi kehidupan mereka dan kebutuhan untuk melindungi privasi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa privacy paradox sangat kuat di Indonesia, di mana budaya kolektif dan kebiasaan berbagi (sharing culture) ini mendorong keterbukaan, sementara kesadaran akan risiko privasi masih cenderung rendah.

Perwujudan nyata dilema ini terlihat dari perilaku berbagi foto atau video yang berpotensi disalahgunakan, penggunaan identitas asli vs pseudonim, juga keputusan tentang seberapa banyak informasi pribadi yang layak dibagikan. Platform media sosial yang dirancang untuk mendorong keterbukaan maksimal, melalui fitur-fitur seperti "check-in" lokasi, foto otomatis, dan sinkronisasi kontak bisa memperparah dilema ini dengan meminimalkan gesekan dalam berbagi informasi.

3.1.2 Dilema Kebebasan Berekspresi vs Tanggung Jawab Sosial

Pengguna media sosial Indonesia menghadapi dilema antara hak untuk menyuarakan pendapat dan tanggung jawab atas dampak ekspresi tersebut. Kompleksitas dilema ini diperkuat oleh keberagaman Indonesia dari segi agama, etnis, dan budaya, di mana konten yang dianggap biasa dalam satu konteks budaya dapat sangat ofensif dalam konteks lain.

Penelitian menemukan bahwa pengguna sering mengalami pelepasan moral ketika melakukan kritik atau serangan di media sosial, melakukan pembenaran perilaku yang tidak etis dengan argumentasi seperti "ini hak saya untuk berpendapat" atau "orang ini memang layak dikritik." Fenomena cancel culture yang semakin umum di Indonesia, ini menunjukkan bagaimana kebebasan berekspresi secara kelompok dapat menjadi instrumen penghukuman sosial yang melampaui batas kewajaran.

3.1.3 Dilema Informasi: Antara Menyebarkan dan Memverifikasi

Indonesia adalah salah satu negara dengan tingkat penyebaran hoaks tertinggi di dunia, sebagaimana dilaporkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo, 2023). Dilema ini muncul ketika pengguna menerima informasi yang menarik atau mengejutkan: apakah langsung menyebarkannya untuk berbagi dengan jaringan sosial, atau mengambil waktu untuk memverifikasi kebenarannya terlebih dahulu?

Tekanan sosial, keinginan untuk menjadi yang pertama berbagi berita terkini (first-mover advantage), dan rendahnya kesadaran tentang akibat dari penyebaran hoaks mendorong pengguna untuk memilih kecepatan daripada akurasi. Algoritma platform yang memprioritaskan konten dengan antusias tinggi (viral) terutama yang mengandung unsur emosional, sensasional, atau provokatif memperparah dilema ini dengan memberikan insentif untuk menyebarkan konten yang belum terverifikasi.

3.1.4 Dilema Loyalitas vs Integritas

Dilema ini muncul ketika pengguna menyaksikan perilaku tidak etis dari teman, keluarga, atau kelompok sosial mereka di media sosial. Keputusan untuk melaporkan, mengkritik, atau membiarkan perilaku tersebut menciptakan konflik antara loyalitas kelompok dan komitmen terhadap nilai-nilai etis pada umumnya. Di Indonesia, dengan budaya kebersamaan yang kuat, tekanan untuk melindungi citra kelompok sering mengalahkan keberanian untuk berbicara menentang perilaku tidak etis sesama anggota komunitas.

3.2 Pola Perilaku Pengguna dalam Menghadapi Dilema Etika Digital

Analisis menunjukkan beberapa pola perilaku dominan yang ditunjukkan pengguna media sosial Indonesia dalam menghadapi dilema etika digital.

3.2.1 Perilaku Reaktif-Emosional

Pengguna Indonesia cenderung menunjukkan respons emosional yang cepat dan intens terhadap konten yang memicu perasaan kuat, terutama yang berkaitan dengan identitas kelompok seperti agama, nasionalisme, dan etnis. Pola ini menciptakan siklus reaktif: konten

provokatif mendapatkan antusias tinggi (viral), algoritma mempromosikannya kepada lebih banyak pengguna, lebih banyak respons emosional dihasilkan, dan siklus terus berputar.

3.2.2 Perilaku Konformis

Banyak pengguna mengikuti arus mayoritas dalam menghadapi dilema etika, terutama ketika tekanan sosial sangat kuat. Ketika ribuan orang menyerang seseorang secara online, sebagian pengguna ikut bergabung bukan karena keyakinan pribadi, melainkan karena tekanan konformitas atau rasa takut menjadi target selanjutnya. Pola ini diperparah oleh algoritma yang menciptakan echo chamber, di mana pengguna hanya terpapar pada pandangan yang selaras dengan keyakinan mereka sendiri.

3.2.3 Perilaku Avoidant (Menghindar)

Sebagian pengguna merespons dilema etika dengan strategi penghindaran: membatasi interaksi, mengurangi frekuensi penggunaan media sosial, atau menarik diri dari percakapan yang berpotensi konflik. Meskipun strategi ini dapat melindungi kesehatan mental individu, secara kolektif dapat menciptakan kekosongan suara-suara moderat dan rasional dalam diskursus publik digital, membiarkan ruang didominasi oleh suara-suara yang lebih ekstrem.

3.2.4 Perilaku Reflektif-Etis

Sebagian kecil pengguna—terutama mereka dengan tingkat literasi digital yang lebih tinggi—menunjukkan pola perilaku reflektif: mempertimbangkan konsekuensi sebelum memposting, memverifikasi informasi sebelum menyebarkannya, dan berani menyuarakan perspektif etis meskipun tidak populer. Pola ini menunjukkan bahwa literasi digital dan etika digital yang kuat dapat menjadi faktor protektif terhadap perilaku tidak etis di media sosial.

3.3 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pengambilan Keputusan Etis

3.3.1 Faktor Individu

Pada tingkat individu, beberapa faktor mempengaruhi keputusan etis pengguna. Tingkat literasi digital merupakan prediktor paling kuat: pengguna dengan pemahaman yang baik tentang cara kerja algoritma, konsekuensi digital, dan keterampilan verifikasi informasi cenderung membuat keputusan yang lebih etis. Nilai-nilai dan moral yang ditanamkan sejak dini juga berperan penting, termasuk nilai-nilai agama yang masih kuat di masyarakat Indonesia.

Faktor psikologis seperti empati digital—kemampuan untuk merasakan dampak tindakan digital pada orang lain—dan regulasi emosi juga signifikan. Pengguna dengan kemampuan regulasi emosi yang baik cenderung tidak bereaksi impulsif terhadap konten yang memancing emosi. Motivasi penggunaan media sosial (apakah untuk koneksi sosial, hiburan, atau informasi) juga memengaruhi seberapa besar perhatian yang diberikan pada pertimbangan etis.

3.3.2 Faktor Sosial dan Budaya

Lingkungan sosial memiliki pengaruh signifikan melalui mekanisme norma sosial dan tekanan kelompok. Di Indonesia, nilai-nilai budaya seperti gotong royong, keharmonisan sosial, dan rasa sungkan dapat memiliki efek ganda: mendorong perilaku prososial di satu sisi, namun di sisi lain menciptakan konformitas yang menghambat keberanian untuk berbicara menentang perilaku tidak etis.

Faktor demografi seperti usia, pendidikan, dan status sosio-ekonomi juga berperan. Penelitian menunjukkan bahwa generasi yang lebih muda (Gen Z) yang tumbuh dengan media sosial memiliki pemahaman teknologi yang lebih baik, namun tidak selalu disertai dengan kedewasaan etis yang memadai. Tingkat pendidikan berkorelasi positif dengan kemampuan berpikir kritis dan pertimbangan etis dalam penggunaan media sosial.

3.3.3 Faktor Teknologi dan Platform

Desain platform media sosial secara langsung mempengaruhi perilaku etis penggunanya. Fitur-fitur seperti anonimitas, engagement metrics (jumlah like, share, comment), dan algoritma rekomendasi menciptakan lingkungan yang sering mendorong perilaku tidak etis. Anonimitas mengurangi akuntabilitas dan empati; engagement metrics menciptakan insentif untuk konten

yang sensasional dan provokatif; algoritma memperkuat polarisasi dan echo chamber.

Studi oleh Haidt dan Rosen (2022) menunjukkan bahwa desain platform yang mengoptimalkan engagement di atas segalanya secara struktural mendorong penyebaran konten yang memancing emosi negatif seperti kemarahan dan kecemasan, karena konten tersebut cenderung mendapatkan lebih banyak interaksi dibandingkan konten yang netral atau positif.

3.3.4 Faktor Regulasi dan Penegakan Hukum

Ketersediaan dan efektivitas regulasi merupakan faktor penting yang sering diabaikan. Di Indonesia, UU ITE memberikan kerangka hukum untuk menangani pelanggaran etika digital, namun implementasinya masih inkonsisten dan sering menimbulkan kontroversi. Ketidakpastian hukum dan persepsi bahwa pelaku pelanggaran jarang mendapat sanksi nyata berkontribusi pada rendahnya deterrence effect dari regulasi yang ada.

3.4 Implikasi Dilema Etika Digital terhadap Kehidupan Sosial Masyarakat

3.4.1 Fragmentasi Sosial dan Polarisasi

Dilema etika digital yang tidak tertangani dengan baik berkontribusi pada meningkatnya fragmentasi dan polarisasi masyarakat. Echo chamber dan filter bubble yang diciptakan oleh algoritma media sosial menyebabkan pengguna semakin terekspos hanya pada pandangan yang sejalan dengan keyakinan mereka, memperkuat bias konfirmasi dan mengurangi pemahaman terhadap perspektif yang berbeda. Di Indonesia, fenomena ini terlihat jelas dalam diskursus politik dan agama yang semakin terpolarisasi di media sosial.

3.4.2 Dampak pada Kesehatan Mental

Paparan konten yang toxic, cyberbullying, dan tekanan sosial yang konstan di media sosial berdampak signifikan terhadap kesehatan mental masyarakat. Penelitian Twenge et al. (2018) menemukan korelasi antara meningkatnya penggunaan media sosial dengan peningkatan angka kecemasan dan depresi, khususnya di kalangan remaja. Di Indonesia, laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2023) mengindikasikan bahwa masalah kesehatan mental terkait media sosial semakin meningkat.

3.4.3 Erosi Kepercayaan dan Modal Sosial

Penyebaran hoaks, misinformasi, dan konten manipulatif yang masif mengikis kepercayaan publik terhadap media, institusi, dan bahkan sesama warga. Ketika orang tidak lagi dapat membedakan mana informasi yang benar dan mana yang salah, modal sosial yang merupakan fondasi dari kohesi dan kerja sama masyarakat— mengalami erosi yang serius. Fenomena ini menciptakan krisis epistemik di mana kebenaran bersama (shared truth) semakin sulit untuk disepakati.

3.4.4 Dampak pada Demokrasi dan Partisipasi Sipil

Di satu sisi, media sosial telah membuka ruang partisipasi sipil yang lebih luas, memungkinkan warga untuk mengadvokasi isu-isu penting dan meminta akuntabilitas dari pemerintah dan institusi. Di sisi lain, manipulasi informasi, troll farm, dan kampanye disinformasi yang terorganisir mengancam integritas proses demokratis. Pemilu Indonesia telah berulang kali diwarnai oleh penyebaran hoaks dan narasi manipulatif yang berpotensi memengaruhi keputusan pemilih.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan utama. Pertama, dilema etika digital yang dihadapi pengguna media sosial di Indonesia bersifat multidimensional dan saling terkait, mencakup setidaknya empat dimensi utama: privasi vs keterbukaan, kebebasan berekspresi vs tanggung jawab sosial, kecepatan berbagi vs akurasi informasi, dan loyalitas kelompok vs integritas etis.

Kedua, pola perilaku pengguna dalam menghadapi dilema etika digital sangat dipengaruhi oleh karakteristik desain platform, tekanan sosial, dan tingkat literasi digital. Perilaku reaktif-emosional dan konformis masih mendominasi, sementara perilaku reflektif-etis masih menjadi minoritas. Ketiga, faktor-faktor yang paling signifikan dalam memengaruhi keputusan etis adalah literasi digital, desain platform yang mengoptimalkan engagement, norma sosial kelompok, dan efektivitas regulasi.

Keempat, implikasi dilema etika digital terhadap kehidupan sosial sangat serius, mencakup fragmentasi sosial, degradasi kesehatan mental, erosi kepercayaan dan modal sosial, serta ancaman terhadap kualitas demokrasi. Fenomena-fenomena ini menunjukkan bahwa masalah etika di media sosial bukan sekadar urusan personal, melainkan persoalan struktural yang memerlukan respons sistemik.

4.2 Saran

Berdasarkan temuan penelitian, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat dipertimbangkan oleh berbagai pemangku kepentingan. Bagi pemerintah, diperlukan revisi UU ITE yang lebih berimbang dan tidak kriminalisasi ekspresi sah, penguatan program literasi digital nasional yang menyentuh semua kelompok usia, serta regulasi platform media sosial yang mewajibkan transparansi algoritma dan mekanisme moderasi konten yang efektif.

Bagi platform media sosial, diperlukan redesain algoritma yang tidak hanya mengoptimalkan engagement tetapi juga mempertimbangkan dampak sosial konten; pengembangan fitur yang mendorong verifikasi informasi sebelum berbagi; serta sistem moderasi yang lebih efektif dan transparan untuk menangani cyberbullying dan hate speech.

Bagi masyarakat dan pengguna, peningkatan kesadaran diri tentang bias-bias kognitif yang memengaruhi perilaku online, penerapan prinsip berpikir kritis sebelum berbagi informasi, serta pembangunan empati digital dalam setiap interaksi di ruang digital merupakan langkah-langkah yang sangat penting untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini membuka peluang untuk kajian empiris yang lebih mendalam tentang efektivitas berbagai intervensi literasi digital, analisis dampak algoritmik terhadap polarisasi di Indonesia, serta studi tentang hubungan antara nilai budaya lokal dan perilaku etis di media sosial.

REFERENCES

- Altman, I., & Taylor, D. A. (1973). *Social penetration: The development of interpersonal relationships*. Holt, Rinehart and Winston.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2023). *Survei penetrasi internet Indonesia 2023*. Jakarta: APJII.
- Asch, S. E. (1951). Effects of group pressure upon the modification and distortion of judgments. In H. Guetzkow (Ed.), *Groups, leadership, and men* (pp. 177-190). Carnegie Press.
- Bandura, A. (1999). Moral disengagement in the perpetration of inhumanities. *Personality and Social Psychology Review*, 3(3), 193-209.
- Bayer, J. B., Ellison, N. B., Schoenebeck, S. Y., & Falk, E. B. (2016). Sharing the small moments: Ephemeral social interaction on Snapchat. *Information, Communication & Society*, 19(7), 956-977.
- Bertens, K. (2013). *Etika*. Gramedia Pustaka Utama.
- Boyd, D. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press.
- Boyd, D., & Ellison, N. B. (2013). Sociality through social network sites. In W. H. Dutton (Ed.), *The Oxford handbook of internet studies* (pp. 151-172). Oxford University Press.
- Bynum, T. W. (2018). *Computer ethics and professional responsibility*. Blackwell Publishers. Capurro, R. (2017). Digitization as an ethical challenge. *AI & Society*, 32(2), 277-283.
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social media: Defining, developing, and divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46-65.
- Chou, H. T. G., & Edge, N. (2012). 'They are happier and having better lives than I am': The impact of using Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 117-121.
- Christopherson, K. M. (2007). The positive and negative implications of anonymity in Internet social interactions: 'On the Internet, nobody knows you're a dog.' *Computers in Human Behavior*, 23(6), 3038-3056.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th

- ed.). SAGE Publications.
- Darley, J. M., & Latane, B. (1968). Bystander intervention in emergencies: Diffusion of responsibility. *Journal of Personality and Social Psychology*, 8(4), 377-383.
- Das, S., & Kramer, A. (2013). Self-censorship on Facebook. *Proceedings of the Seventh International AAAI Conference on Weblogs and Social Media* (pp. 120-127).
- Data Reportal. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. Diakses dari <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- ELSAM. (2019). Laporan situasi hak atas kebebasan berekspresi dan berpendapat di internet Indonesia 2019. Jakarta: Lembaga Studi dan Advokasi Masyarakat.
- Fallis, D. (2015). What is disinformation? *Library Trends*, 63(3), 401-426.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117-140.
- Floridi, L. (2013). The ethics of artificial intelligence. In N. Copeland & L. Floridi (Eds.), *The Cambridge handbook of artificial intelligence* (pp. 273-291). Cambridge University Press.
- Floridi, L. (2015). *The onlife manifesto: Being human in a hyperconnected era*. Springer.
- Fuchs, C. (2017). *Social media: A critical introduction* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Gagliardone, I., Gal, D., Alves, T., & Martinez, G. (2015). Countering online hate speech. UNESCO.
- Gillespie, T. (2018). *Custodians of the internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. Yale University Press.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Anchor Books.
- Haidt, J., & Rosen, G. (2022). *Facebook versus democracy*. The Atlantic.
- Hinduja, S., & Patchin, J. W. (2010). Bullying, cyberbullying, and suicide. *Archives of Suicide Research*, 14(3), 206-221.
- Hobbs, R. (2010). *Digital and media literacy: A plan of action*. The Aspen Institute.
- Introna, L. D. (2016). Phenomenological approaches to ethics and information technology. *Stanford Encyclopedia of Philosophy*.
- Jurgenson, N. (2011). Digital dualism versus augmented reality. *The Society Pages*.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Kaspersky. (2021). *Cybersecurity and sports survey 2021*. Kaspersky Research.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications* (pp. 19-32). SAGE Publications.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2023). *Laporan tahunan penanganan konten negatif 2023*. Jakarta: Kominfo.
- Kowalski, R. M., Giumetti, G. W., Schroeder, A. N., & Lattanner, M. R. (2014). Bullying in the digital age: A critical review and meta-analysis of cyberbullying research among youth. *Psychological Bulletin*, 140(4), 1073-1137.
- Krasnova, H., Veltri, N. F., & Gunther, O. (2010). Self-disclosure and privacy calculus on social networking sites. *Business & Information Systems Engineering*, 2(4), 249-258.
- Mantilla, K. (2015). *Gendertrolling: How misogyny went viral*. Praeger.
- Marcus, G. E., Neuman, W. R., & MacKuen, M. (2000). *Affective intelligence and political judgment*. University of Chicago Press.
- Marwick, A., & Boyd, D. (2011). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New Media & Society*, 13(1), 114-133.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396.
- McRoberts, S., Ma, H., Hall, A., & Yarosh, S. (2017). Share first, save later: Performance of self through Snapchat stories. *Proceedings of the 2017 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Mill, J. S. (1859). *On liberty*. John W. Parker and Son.
- Nixon, C. L. (2014). Current perspectives: The impact of cyberbullying on adolescent health. *Adolescent Health, Medicine and Therapeutics*, 5, 143-158.
- Norberg, P. A., Horne, D. R., & Horne, D. A. (2007). The privacy paradox: Personal information disclosure intentions versus behaviors. *Journal of Consumer Affairs*, 41(1), 100-126.
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin Press.
- Patchin, J. W., & Hinduja, S. (2015). Measuring cyberbullying: Implications for research. *Aggression and Violent Behavior*, 23, 69-74.
- Perloff, R. M. (2014). Social media effects on young women's body image concerns: Theoretical perspectives and an agenda for research. *Sex Roles*, 71(11-12), 363-377.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841-1848.
- Quinn, M. J. (2017). *Ethics for the information age* (7th ed.). Pearson.

- Ribble, M. (2015). Digital citizenship in schools: Nine elements all students should know (3rd ed.). International Society for Technology in Education.
- Ronson, J. (2015). So you've been publicly shamed. Riverhead Books.
- Smith, P. K., Mahdavi, J., Carvalho, M., Fisher, S., Russell, S., & Tippett, N. (2008). Cyberbullying: Its nature and impact in secondary school pupils. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 49(4), 376-385.
- Spinello, R. A. (2017). *Cyberethics: Morality and law in cyberspace* (6th ed.). Jones & Bartlett Learning.
- Staksrud, E. (2013). *Children in the online world: Risk, regulation, rights*. Routledge.
- Suler, J. (2004). The online disinhibition effect. *CyberPsychology & Behavior*, 7(3), 321-326.
- Sunstein, C. R. (2009). *Going to extremes: How like minds unite and divide*. Oxford University Press.
- Suseno, F. M. (2015). *Etika dasar: Masalah-masalah pokok filsafat moral*. Kanisius.
- Tavani, H. T. (2016). *Ethics and technology: Controversies, questions, and strategies for ethical computing* (5th ed.). Wiley.
- Tokunaga, R. S. (2010). Following you home from school: A critical review and synthesis of research on cyberbullying victimization. *Computers in Human Behavior*, 26(3), 277-287.
- Tufekci, Z. (2017). *Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest*. Yale University Press.
- Twenge, J. M., Martin, G. N., & Campbell, W. K. (2018). Decreases in psychological well-being among American adolescents after 2012 and links to screen time during the rise of smartphone technology. *Emotion*, 18(6), 765-780.
- United Nations. (1948). *Universal Declaration of Human Rights*. General Assembly Resolution 217 A.
- Van Dijck, J. (2007). *Mediated memories in the digital age*. Stanford University Press.
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-evaluation. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206-222.
- Waldron, J. (2012). *The harm in hate speech*. Harvard University Press.
- Wisniewski, P., Islam, A. K. M. N., Knijnenburg, B. P., & Patil, S. (2017). Give or take: Privacy behaviors on social media. *Proceedings of the 20th ACM Conference on Computer-Supported Cooperative Work and Social Computing*.
- Zed, M. (2004). *Metode penelitian kepustakaan*. Yayasan Obor Indonesia.
- Zhao, S., Grasmuck, S., & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*, 24(5), 1816-1836.
- Zimbardo, P. G. (2007). *The Lucifer effect: Understanding how good people turn evil*. Random House.