



KONFLIK SOSIAL DALAM KOMUNITAS MEDIA SOSIAL WHATSAPP DI KALANGAN GENERASI GEN Z

An Nisaa Atila Thabrani¹⁾, Ichsan Malik²⁾, Halomoan freddy sitinjak³⁾,

Wilopo⁴⁾, Endang Prihatin⁵⁾

1, 2, 3,) Program Studi Damai dan Resolusi Konflik, Fakultas Keamanan Nasional,
Universitas Pertahanan RI

4) Program Studi Manajemen Bencana, Fakultas Keamanan Nasional,
Universitas Pertahanan RI

5) Universitas Pendidikan Indonesia

Abstrak

Media sosial semakin berkembang seiring dengan kemajuan teknologi, informasi dan digitalisasi di segala bidang kehidupan. Grup WhatsApp, sebagai media sosial, menjadi sarana utama masyarakat untuk berinteraksi. Hal ini memudahkan komunikasi dan interaksi antara individu dan kelompok dalam masyarakat. Penyajian data dalam komunikasi memaksakan kehendak seseorang dan cenderung mengungkapkan keegoisan individu atau kolektif, sehingga seringkali menimbulkan konflik sosial atau konflik kepentingan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konflik yang muncul di komunitas media sosial dan cara mengatasinya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Kumpulkan data melalui wawancara online, dokumen, dan review dokumen. Kesimpulan dari penelitian ini adalah konflik sosial yang terjadi pada komunitas jejaring sosial Generasi Z terutama disebabkan oleh kesalahpahaman dalam memahami cerita yang disampaikan seseorang secara apriori, atau karena ketidaksesuaian beberapa simbol, terkait pesan SARA dan egoisme terhadap kelompok yang berbeda. . masyarakat. anggota. Konflik yang saling bertentangan ketika melihat pesan memunculkan tiga kelompok, yaitu kelompok liberal, kelompok proaktif dan reaktif, dan kelompok pembaca. Kelompok aktif dan reaktif merupakan kelompok yang selalu memberikan umpan balik. menengahi pihak-pihak yang berkonflik, menengahi, mengeluarkan sementara pelaku dari komunitas media sosial, dan memposting gambar dan meme lucu untuk menghibur anggota kelompok.

Kata Kunci: Media Sosial, Konflik Sosial, Generasi Gen Z.

*Correspondence Address : wilopo02@gmail.com

DOI : 10.31604/jips.v11i3.2024. 1083-1092

© 2024UM-Tapsel Press

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi di seluruh dunia telah mendorong munculnya berbagai jenis jejaring sosial di dunia. Menurut data survei yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2017, 143,26 juta masyarakat India menggunakan Internet dalam kehidupan sehari-hari. Sekitar 89,35% dari seluruh pengguna Internet menggunakan jejaring sosial sebagai alat komunikasi yang paling mudah diakses. Kelompok umur yang paling banyak menggunakan jejaring sosial adalah 13-18 tahun (75,50%) dan 19-34 tahun (72,23%). Data ini menunjukkan bahwa Generasi Z sangat tertarik menggunakan media sosial. Meningkatnya minat Generasi Z didukung oleh berbagai aplikasi pesan media sosial seperti WhatsApp, Blackberry Messenger (BBM) dan Facebook. Menurut Jasmadi (2008), aplikasi tersebut memungkinkan Generasi Z untuk memperluas jaringan sosialnya, memperkuat ikatan emosional dengan orang lain, bahkan bertemu teman lama di komunitas online (komunitas SNS) (Simangunsong, 2017). Komunitas jaringan sosial atau komunitas online adalah sekelompok orang yang menggunakan Internet sebagai alat komunikasi utama dan tidak bergantung pada pertemuan tatap muka. Komunitas sosial merupakan tempat dimana masyarakat dapat mengekspresikan ide dan berkomunikasi secara online (Laudon dan Traver, 2016) Melalui komunitas sosial, masyarakat tidak hanya akan membeli informasi, namun juga akan memposting informasi untuk disebarkan kepada anggota lainnya. Dalam situasi ini, masyarakat dapat menjadi penerima

atau konsumen informasi, namun mereka juga dapat menjadi produsen atau distributor informasi (Weeks & Holbert, 2013). Model interaksi multifaset inilah yang menjadi alasan Gen Z begitu bersemangat menggunakan media sosial untuk interaksi sosial sehari-hari.

Salah satu fitur media sosial yang paling populer di kalangan Gen Z saat ini adalah fitur WhatsAppGroups. Grup WhatsApp adalah cara favorit Gen Z untuk terhubung dengan teman sebayanya. Grup WhatsApp memungkinkan GenZ bertemu secara online, saling menyapa, bertukar pikiran, mengobrol, dan tertawa. Anda bisa bercerita dan menceritakan lelucon.

WhatsApp dibuat oleh Jan Koum dan Brian Acton pada tahun 2009. Keduanya bekerja di raksasa teknologi Yahoo selama 20 tahun.

Keinginan untuk membuat aplikasi komunikasi muncul setelah Jan Koum menyadari potensi besar industri aplikasi App Store yang saat itu baru berusia satu bulan.

Ide pertama Jan Koum sederhana saja. Menurut Feedough, awalnya dia ingin membuat aplikasi yang menampilkan status pengguna dengan nama unik, dan Coombe mendiskusikan ide tersebut dengan Brian Acton. Mereka duduk bersama Alex Fishman untuk mendapatkan lebih banyak wawasan dan wawasan.

Mereka tahu akan sulit menerapkan ide ini tanpa bantuan pengembang iOS. Fishman memperkenalkan Koum kepada

pengembang iOS Rusia Igor Solomennikov.

Ketika WhatsApp dikembangkan, ia menghadapi banyak masalah dan Koun hampir keluar dari WhatsApp. Demo WhatsApp yang dibuat oleh Koun tidak diterima dengan baik oleh teman-teman Koun, termasuk Fishman, dan akibatnya, WhatsApp memiliki banyak kekurangan pada saat itu, termasuk baterai terkuras dan aplikasi mogok. Koun membuat WhatsApp dengan bantuan Brian Acton.

Pada tanggal 24 Februari 2009, Koun mendirikan WhatsApp Inc. Perusahaan berhasil mengembangkan WhatsApp untuk iOS, yang mengambil namanya dari WhatsApp.

Kehadiran komunitas jejaring sosial (grup WhatsApp) ada baik dan buruknya. Salah satu dampak negatif komunitas media sosial adalah membuka pintu konflik antar anggota. Masalah sosial Gen Z berasal dari percakapan atau lelucon antar anggota, yang membuat sebagian orang merasa lebih baik. Pesan yang disampaikan sangat buruk. Di sini, kata-kata kotor dianggap sebagai bentuk sarkasme. Polarisasi ini terlihat antara kelompok aktif dan pasif. Kedua kelompok ini aktif memposting cerita, ide, cerita, topik dan cerita melalui media sosial.

Dunia maya memediasi aktivitas manusia dan orang tidak dapat memahami keadaan pikiran orang yang berbicara. Hal ini dapat menimbulkan jarak atau konflik dalam interaksi sosial di setting media sosial.

Komunitas jaringan sosial berisi berbagai model anggota manusia yang mencerminkan sifat pribadi setiap anggota. Setiap anggota grup menjaga citranya masing-masing agar terlihat lebih baik di depan anggota lainnya. Untuk menjaga citra pribadi ini,

terkadang masing-masing anggota menonjolkan pendapatnya sendiri, sehingga menambah masalah. Selain itu, komunitas media sosial yang merupakan forum publik juga memberikan peluang besar bagi individu anggotanya untuk mengirimkan pesan atau komentar yang berisi informasi palsu (scam). Lelucon ini berdasarkan perkataan Curtis D. Mac Dougall (Syahputra, 2017) yang mengatakan kebohongan dimaksudkan untuk meyakinkan kebenaran.

Sangat menarik untuk mengkaji situasi konflik yang terjadi di jejaring sosial. Faktanya, komunitas jejaring sosial tidak hanya dapat "mereformasi" permasalahan realitas sosial, namun penting juga bagi setiap anggotanya untuk memahami konsekuensi dari interaksi yang terjadi dalam komunitas jejaring sosial tersebut. Hal ini terutama tentang memberikan ruang perdebatan antara peserta dan anggota kelompok diskusi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memahami apa saja penyebab permasalahan pada komunitas jejaring sosial dan bagaimana cara mengatasi permasalahan tersebut.

Dalam dunia sosial, komunitas sosial lahir dari datangnya informasi baru. Upaya mengkaji situasi ini penting karena merupakan situasi yang menimbulkan konflik dalam dunia sosial dan menjadikannya peluang rekonsiliasi. Penelitian ini penting bagi organisasi, sehingga jelas akan memberikan wawasan yang luas mengenai upaya memahami media baru dan kontribusinya terhadap interaksi sosial Generasi Z.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara online. Respondennya meliputi Generasi Z, anggota komunitas media sosial, dan orang-orang yang belum pernah

berpartisipasi dalam diskusi di komunitas media sosial. Untuk referensi, lihat Stokes (2016). Sumber dipilih berdasarkan kemudahan dan kemampuan peneliti dalam mengakses sumber.

Selain wawancara, pengumpulan data juga dilakukan melalui survei perpustakaan. Selain itu, metode survei literatur digunakan untuk mengumpulkan data. Gunakan dokumen hanya untuk mendukung pengumpulan data. Data dokumenter melengkapi data yang sudah ada (Gunawan, 2014). Penulis menggunakan sumber penelitian untuk melakukan penelitian dokumenter dengan mencari gambar diskusi anggota dalam situasi konflik di komunitas SNS anggota, dan melakukan penelitian dokumenter dengan menafsirkan data yang diperoleh menggunakan literatur yang relevan.

Data-data tersebut diolah dengan menggunakan teknik triangulasi data untuk menjaga keutuhan data penulis. Triangulasi data dilakukan dengan menggunakan interpretasi peneliti, sumber data, dan teori (Bungin, 2000). Penulis menganalisisnya dengan menggunakan metode kualitatif.

Masa dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari 2024. Lokasi penelitian dilakukan di Jakarta.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah serangkaian kegiatan yang saling terkait yang dirancang untuk mengumpulkan informasi dan menggunakannya untuk menjawab pertanyaan. Pertanyaan Penelitian (Creswell, 2014). Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi tiga bagian: observasi, wawancara dan penelitian kepustakaan (Nasution, 2006).

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode Miles, Hubberman, dan Saldana (2014) yang meliputi pengumpulan data, interpretasi data, penyajian data, dan pengambilan keputusan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian, lima bidang utama konflik sosial yang perlu diatasi dalam komunitas jejaring sosial adalah kesalahpahaman, moderasi, cyberbullying, isu pemberitaan SARA, dan egoisme dalam masyarakat sosial.

1. Kesalahpahaman tentang media sosial

Mayfield (2008) menekankan bahwa media sosial dapat membantu pengguna mengirim dan membuat pesan dengan lebih mudah melalui jejaring sosial, online, dan grup. Media sosial membuka ruang di mana masyarakat dapat berkomunikasi dengan cepat tanpa jarak dan waktu. Hal ini dikemukakan oleh Stockdale dan Borovicka (2006). Adanya kebebasan berpikir dalam komunitas media sosial terkadang menimbulkan kesalahpahaman antar anggota dan terkadang menimbulkan perdebatan atau komentar negatif di media sosial. Menurut Rid (2013), ketika tidak ada konflik sosial, maka momennya tidak diketahui dan tidak ada yang mengetahui siapa pihak yang terlibat dalam konflik tersebut.

Para peneliti telah mengidentifikasi beberapa alasan mengapa misinformasi muncul di media sosial. Pertama, teks ditafsirkan secara berbeda. Banyak kesalahpahaman yang muncul karena perbedaan penafsiran pesan teks yang dikirimkan oleh anggota komunitas SNS. Perbedaan penafsiran pesan terkadang menimbulkan konflik antara kedua belah pihak, yang seringkali berujung pada konflik sosial.

Menurut Soekanto (1992), konflik interpersonal muncul karena perbedaan pendapat. Kedua, adanya kesalahan penggunaan simbol. Komunikasi di jejaring sosial memiliki kelemahan, seperti tidak bisa melihat wajah lawan bicara. Inovasi dalam jaringan sosial adalah tentang penerapan dan (bukan) pemberian sinyal yang menunjukkan wajah dan tindakan masyarakat secara real time. Orang-orang mengenali tanda ini sebagai indikasi siapa yang berbicara. Kesalahpahaman di kalangan anggota komunitas media sosial menjadi salah satu penyebab simbol-simbol tersebut disalahgunakan. Permasalahan muncul di komunitas media sosial karena kelemahan psikologis berikut ini. Oleh karena itu, apakah sinyalnya menipu atau tidak, kondisi mental penerimanya juga harus diperhatikan.

2. Pendekatan Komunitas Jaringan Sosial Akses terhadap komunitas jaringan sosial memungkinkan setiap anggotanya untuk memposting dan bekerja secara bebas. Dalam komunitas SNS, perselisihan terkadang muncul karena sifat memanjakan anggotanya. Pertama, kepekaan linguistik. Sensitivitas linguistik inilah yang peneliti sebut sebagai kemampuan seseorang untuk bereaksi negatif terhadap penggunaan bahasa anggota komunitas sosial lainnya.

Perbedaan budaya masih bisa diperdebatkan. Menurut Narwoko dan Bagong Suyanto (2005), perbedaan budaya menimbulkan konflik tidak hanya antar individu tetapi juga antar kelompok. Para peneliti telah mengklasifikasikan komunitas media sosial menjadi komunitas media sosial tradisional (yang mencakup almamater seseorang tetapi memiliki keragaman etnis, budaya, dan agama) dan komunitas media sosial kampus yang terorganisir (visi dan tujuannya sama, tetapi setiap anggotanya adalah orang yang berbeda).

, dll. Kelompok sosial yang homogen seperti klub (orang-orang dari ras dan budaya yang sama), klub bahasa Inggris, klub jejaring sosial (banyak anggota dengan minat yang sama terhadap bahasa tersebut), dll.

Fokus pada waktu mengapa para peneliti mengatakan orang-orang menghabiskan lebih sedikit waktu di media sosial? Kurangnya aturan standar yang jelas untuk komunitas media sosial berarti bahwa setiap anggota bebas memposting atau berinteraksi di komunitas media sosial kapan saja. Jika Anda tidak punya waktu untuk bekerja di komunitas media sosial Anda, Anda akhirnya fokus pada anggota lain. Beberapa anggota terkadang melecehkan anggota lain melalui media sosial pada malam hari. Kekhawatiran ini menyebabkan beberapa anggota ditegur karena menggunakan bahasa yang buruk, dan anggota saling melontarkan hinaan, sehingga menyebabkan kebingungan dan konflik. Oleh karena itu, komunikasi negatif mengacu pada penyampaian (mewakili) informasi yang salah tentang kondisi mental anggota lain, sehingga menimbulkan interpretasi negatif. Pesan yang dikirimkan oleh anggota lain pada jam kerja mungkin akan dimaknai berbeda ketika ada waktu luang. Jejaring sosial ini tidak memperbolehkan setiap anggotanya menentukan kondisi mental anggota lainnya. Kesalahan dalam beraktivitas sosial di media sosial dapat menarik perhatian anggota lainnya. Ketiga, fokus pada kegiatan masyarakat. Faktor sosial yang dibahas peneliti adalah kemampuan individu dalam melakukan tindakan yang berkaitan dengan situasi sosial dalam jaringan sosial. Interaksi media sosial hendaknya dilakukan demi kebaikan masyarakat. Namun, beberapa anggota lebih memilih untuk berkomunikasi secara pribadi di area pribadi. Perilaku seperti ini berujung pada teguran dan pada akhirnya

menimbulkan kesalahpahaman dan konflik di antara kedua orang tersebut. Obrolan pribadi memungkinkan Anda berinteraksi dengan anggota komunitas lainnya, namun tanpa menyadari bahwa interaksi Anda mengandung data pribadi yang mungkin rentan terhadap anggota lain.

3. Cyberbullying

Komunitas jejaring sosial bukan hanya cara untuk berbagi informasi, namun cara untuk bersenang-senang dan bercanda dengan anggota lain. Humor di komunitas media sosial seringkali berbentuk sindiran atau berbagi gambar yang mempermalukan anggota lain, yang pada akhirnya berujung pada pelecehan dan sindiran dari orang lain. Saling menindas di media sosial disebut cyberbullying. Menurut Hertz (2008), cyberbullying adalah suatu bentuk intimidasi atau kekerasan dalam bentuk ejekan, kebohongan, penggunaan bahasa yang menyinggung, penyebaran rumor, ancaman dan pengiriman pesan jahat melalui media seperti email, forum chat atau ruang ngobrol. . . , situs web (termasuk blog) dan pesan singkat (SMS). Jejaring sosial juga merupakan tempat yang paling sering digunakan untuk menyebarkan virus penindasan. Hal ini sesuai dengan temuan Whittaker dan Robin M. Kowalski (2015). Penelitian ini juga menunjukkan bahwa bullying adalah salah satunya..

4. Pembahasan Isu SARA di Komunitas Media Sosial

Isu terkait SARA (ras, agama, kasta, dan kelompok sosial) banyak diketahui di media sosial, dan isu-isu tersebut terkadang menjadi topik perbincangan di komunitas media sosial. Beberapa komentar dalam penelitian ini menunjukkan bahwa postingan tentang isu SARA dapat menimbulkan masalah di komunitas media sosial.

Kelompok mengambil sikap sebagai bentuk persatuan untuk

membuat seseorang bersedih. Penelitian Syahputra (2017) menyebut kelompok ini sebagai filantropis. Kelompok konservatif merespons dengan cepat dan mudah terhadap ide, komentar, dan isu yang banyak dibagikan oleh umat Islam di media sosial. Untuk Pemilihan Legislatif (Pilkada) DKI Jakarta 2017 disebut Aksi Bela Islam (ABI). Menurut peneliti, mereka adalah anggota yang menerima postingan dan membuka gif tersebut karena diundang untuk mengikuti program amal. Sederhananya, media telah membangun khalayak melalui upayanya membela Islam.

Kelompok penolakan harus menjadi kelompok terakhir yang menyetujui pandangan berdasarkan kompleksitas permasalahan. Kelompok-kelompok ini duduk dengan tenang bersebelahan dan mempunyai kesempatan untuk membaca dan mengkaji permasalahan yang diajukan oleh anggota lainnya. Kelompok ini tidak mau berurusan dengan dua kelompok sebelumnya.

Informasi palsu atau curang adalah upaya mengelabui atau menyesatkan masyarakat agar mempercayai sesuatu yang tidak benar.

5. Keegoisan dalam komunitas jejaring sosial

Keegoisan tidak bisa dipisahkan dari kehidupan pribadi. Keegoisan adalah keegoisan tanpa mengenal orang lain. Menurut Shaffer (2009) wajar jika melihat dunia dari sudut pandang sendiri tanpa memperhitungkan orang lain. Dalam komunitas SNS, keegoisan adalah penyebab utama konflik. Seperti yang sudah dijelaskan di awal, semua anggota komunitas jejaring sosial melindungi identitasnya masing-masing, sehingga terkadang mereka melindungi pendapatnya untuk menjaga reputasinya di hadapan anggota komunitas jejaring sosial lainnya, meskipun mereka salah paham. . Sikap Defensif.

Orang sering kali berselisih dengan dirinya sendiri. Pendapat peneliti adalah sebagai berikut: Ketika menilai kebutuhannya sendiri, anggota tim yang yakin pendapatnya benar akan kesulitan memberikan nasihat tanpa terpengaruh. Oleh karena itu, anggota tim yang lain menjadi bosan ketika berdiskusi atau berkoordinasi dalam tim. Jika anggota yang marah tidak bisa mengendalikan diri, maka akan muncul kata-kata yang tidak baik (Question Dalam komunitas jejaring sosial, perbedaan pendidikan, ras, dan budaya mencerminkan pendapat dalam suatu lingkungan sosial. Karena pendapat setiap anggota selalu mencerminkan pengalaman dan kepribadiannya masing-masing, terkadang setiap anggota mempunyai pendapatnya masing-masing.

Perbedaan cara menyampaikan pendapat di media sosial dapat dengan mudah menimbulkan sikap egois sehingga menimbulkan konflik antar anggota komunitas media sosial. Hal ini juga yang menyebabkan komunitas jejaring sosial mengancam persahabatan anggotanya. Penelitian Dasuki (2016) menunjukkan bahwa kehadiran media sosial di satu sisi dapat memberikan kontribusi kepada masyarakat, namun di sisi lain dapat menghancurkan persatuan dan keberagaman masyarakat Indonesia.

Konflik media sosial seringkali berujung pada konflik ideologi atau ideologi, namun konflik di dunia nyata seringkali berujung pada konflik fisik. Lauer (2001) menyebut hal ini sebagai konflik konstruksi atau konflik kinerja. Permasalahan tersebut timbul karena adanya perbedaan gagasan antar kelompok mengenai cara menghadapi permasalahan. Diskusi ini menghasilkan wawasan tentang ide-ide yang dapat membawa perbaikan, seperti perbedaan pendapat dalam organisasi. Selain itu, banyak konflik yang terjadi di komunitas SNS antar teman. Kusnadi (2002) menyebut hal ini sebagai konflik

kepentingan. Konflik kepentingan merupakan konflik yang terjadi antar individu atau kelompok yang mempunyai kedudukan yang sama.

Menurut peneliti, sifat egois para anggota didasarkan pada kemampuan mereka mempertahankan brand mereka di hadapan anggota lainnya. Kurangnya aturan baku dalam komunitas jejaring sosial berdampak pada kurangnya minat (egoisme) anggota yang melakukan aktivitas di komunitas jejaring sosial. Dampak Perang terhadap Media Sosial Seperti dampak perang pada umumnya, perang mempunyai dua dampak terhadap komunitas media sosial: baik dan buruk.

Dampak negatif konflik yang terjadi pada komunitas jaringan sosial adalah aktor-aktor yang berkonflik tidak berkomunikasi dalam kelompok atau ruang fisik. Penjahat perang kehilangan kepercayaan pada komunitas media sosial. Menurut Setiadi dan Usman Kolip (2011), dampak tersebut disebut dengan perubahan kepribadian. Perubahan kepribadian terlihat pada anggota yang mulai percaya diri dalam mengemukakan pendapat dan memberikan informasi mengenai suatu permasalahan tertentu, kemudian menjadi diam. Selain itu, ada jeda dalam grup, sehingga grup terdiam beberapa saat. Masalah tidak selalu terjadi, terkadang membawa hasil yang baik. Coser (1964) berpendapat bahwa konflik berkontribusi pada pembentukan dan penegasan kembali identitas kelompok.

Salah satu dampak positif dari perang di komunitas media sosial adalah terciptanya norma-norma baru di komunitas media sosial, seperti legalisasi. Selain itu, konflik yang timbul dari komunitas media sosial dapat meningkatkan hubungan antar anggota. Biasanya ketika konflik mulai mereda, anggota yang lain akan bertoleransi terhadap orang yang membuat konflik dan unit akan semakin kuat. Menurut

Narwoko dan Bagong Suyanto (2005), dampak positif konflik adalah meningkatkan kohesi internal dan rasa memiliki dalam kelompok. Pengelolaan Konflik Sosial Peneliti merujuk pada Nasikun (2003) untuk mendapatkan gagasan bagaimana menyelesaikan permasalahan sosial dan permasalahan sosial (manajemen konflik).

Menurutnya, metode penyelesaian konflik yang paling banyak digunakan adalah rekonsiliasi, mediasi, mediasi, negosiasi, dan deeskalasi atau perdamaian. Dalam komunitas media sosial, perselisihan diselesaikan melalui mediasi melalui pertemuan fisik antara pihak-pihak yang bersengketa dengan bantuan mediator. Pengacara (pasal) adalah penyelenggara, manajer, atau orang yang diberi wewenang. Selain itu, penyelesaian sengketa di komunitas media sosial juga dilakukan melalui arbitrase. Intervensi dilakukan dengan partisipasi anggota masyarakat untuk mengetahui penyebab permasalahan.

Mediasi ini terjadi di jejaring sosial dan dalam kehidupan seseorang. Thomas dan Killman menggambarkan pendekatan pemecahan masalah ini sebagai pendekatan kolaboratif dan disruptif (Wirawan, 2010). Artinya setiap orang yang terlibat konflik mengetahui bahwa mereka ingin menyelesaikan masalah dengan cara yang berbeda. Konflik di komunitas media sosial juga dapat diselesaikan melalui pemaksaan. Kewajibannya adalah mengeluarkan anggota yang melakukan pelanggaran dari komunitas media sosial.

Advokasi menjadi peran penting bagi pengelola dalam perselisihan yang terjadi di media sosial. Namun, terkadang permasalahannya adalah ketidakmampuan organisasi dalam menanggapi kontroversi di media sosial. Jadi, di akhir perang, sutradara meminta pihak yang bertikai untuk kembali ke media sosial. Manajemen perang lainnya dengan metode pengurangan. Hentikan

kerjanya dengan berkomunikasi dengan masing-masing anggota, dan beberapa anggota membuat anggota lain tertawa dengan memposting gambar-gambar lucu. Selain itu, beberapa anggota memilih merahasiakan media karena tidak ingin memperburuk konflik dan tidak ingin terlibat di dalamnya.

KESIMPULAN

Komunitas media sosial tidak hanya memudahkan seseorang untuk berinteraksi, mengirim pesan, dan menyapa anggota lainnya. Namun komunitas media sosial juga cenderung mengutarakan penyebab jarak atau konflik antar anggotanya.

Dampak konflik terhadap komunitas media sosial, khususnya dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan tingkat solidaritas anggota; dan dampak negatif yang terkait dengan perubahan kepribadian individu dan kesenjangan dalam komunitas media sosial.

Tren konflik di komunitas jejaring sosial terutama disebabkan oleh kebebasan berpendapat melalui ruang jejaring sosial.

Kesimpulan penelitian menegaskan pentingnya sopan santun dan introspeksi diri, khususnya di berbagai komunitas media sosial. Meskipun penelitian ini menemukan cara untuk menyelesaikan konflik dalam komunitas media sosial, Etika dalam komunikasi social dapat meminimalkan konflik di antara mereka. Oleh karena itu, keberlanjutan penelitian didorong untuk mengungkap lebih jauh dinamika komunikatif yang berperan dalam komunitas media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Bungin, Burhan. (2000). Penelitian Kualitatif, Komunikasi, ekonomi, kebijakan public dan ilmu sosial lainnya. Jakarta: Kencana.

- Coser, Lewis A. (1964). *The Functions of Social Conflict*. New York, NY: Free Press.
- Gunawan, Imam. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- J. Dwi Narwoko dan Bagong Suyanto. (2005). *Sosiologi Teks Pengantar dan Terapan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Jasmadi. (2008). *Membangun Komunitas Online Secara Praktis dan Gratis*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kusnadi. (2002). *Masalah Kerja Sama, Konflik dan Kinerja*. Malang : Taroda.
- Laudon, Kenneth C and Carol Guercio Traver. (2016). *E-Commerce: Business, Technology, Society*. Twelfth Edition. England: Pearson Education Limited.
- Mayfield, Antony. (2008). *What is Social Media?*, an e-book by Antony Mayfield from I Crossing, V 1.4 updated 01.08.08
- Mulyana, Deddy. (2007). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Generasi Gen Z Rosdakarya.
- Nasikun. (2003). *Sistem Sosial Indonesia*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Rid, Thomas. (2013). *Cyber War will not Take Place*. London: Hurst/Oxford Press
- Lauer, Robert H. (2001). *Perspektif Tentang Perubahan Sosial*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Setiadi, Elly M. dan Usman Kolip. (2011). *Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial: Teori, Aplikasi, dan Pemecahannya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Shaffer, David R. (2009). *Social and Personality Development*. 6 edition. Wadsworth: Cengage Learning.
- Soekanto, Soerjono. (1992). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Stokes, J. (2006). *How to do Media and Cultural Studies*. London: Sage.
- Subagyo, P.Joko. (2011). *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Hancock, B., Ockleford, E., & Windridge, K. (2009). *An Introduction to Qualitative Research*. Yorkshire, UK: The National Institute Health Research for Yorkshire and the Humber.
- Hammersley, M., & Atkinson, P. (2007). *Ethnography: Principles in Practice* (3rd ed). London ; New York: Routledge.
- Wirawan. (2010). *Konflik dan Manajemen Konflik: Teori, Aplikasi dan Penelitian*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Wimmer, R.D and Dominick, J.R. (2014). *Mass Media Research an Introduction*. Wadsworth: Cengage Learning.
- Jurnal:
 Aditya, Rangga. (2015). *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekanbaru*. Jurnal Komunikasi, 2(2) Universitas Riau.
- Dasuki, Muhammad Ramdon. (2016). *Media Sosial: Antara Kebutuhan dan Ancaman*, 8(2), 14.
- Petrucce, Irine. (2016). *Personal Branding Through Social Media*. International Journal of Communication Research, 6(4), 389-392.
- Simangunsong, B. A. (2017). *Interaksi Antarmanusia Melalui Media Sosial Facebook Mengenai Topik Keagamaan*. Jurnal ASPIKOM, 3(1), 65-76.
- Syahputra, Iswandi. (2017). *Demokrasi Media sosial dan Perang Siber di Media Sosial: Perspektif Netizen Indonesia*. Jurnal ASPIKOM, 3(3), 97-116.
- UI Lib. (2017). *Stop Hoax*. Berkala, 3(1), 1-28.
- Weeks, B.E. and Holbert, R.L. (2013). *Predicting Dissemination of Newsc Content in Social Media: A Focus on Reception, Friending and Partisanship*. Journalism and Mass Communication Quaterly, 90 (2), 12.
- Whittaker, Elizabeth and Robin M. Kowalski. (2015). *Cyberbullying Via Social Media*. Jurnal of Scholl Violence, 14 (1), 11.

Website:

APJII: Infografis Panetrasi dan Perilaku Pengguna Internet di Indonesia. (2017). Tersedia dari: <https://apjii.or.id/survei2017/kiri> mlink, diakses 31 November 2018.

Stockdale, Rosemary dan Michael Borovicka (2006). Developing an Online Business Community: A Travel Industry Case Study. Diterbitkan oleh System Sciences, 2006. HICSS '06. Prosiding Konferensi Internasional Hawaii ke- 39 di Indonesia. Tersedia dari: <https://fba.aiub.edu/Files/Uploads/MGT110040.pdf>, diakses pada 25 Mei 2018

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20210608100832-190-651585/sejarah-dan-perkembangan-whatsapp-dari-masa-ke-masa>. diakses pada 25 Januari 2024