IJEDR: Indonesian Journal of Education and Development Research
E-ISSN: 3025-2393 P-ISSN: 3025-2385
Vol. 5 No. 1 Januari 2027

Pengaruh Anonimitas Media Sosial terhadap Etika Komunikasi Digital Siswa SMAN 10 Merangin

Chairun Nisa[1] Alif Aditya Candra[2] Dona Sariani[3]
Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jambi, Kota Jambi, Provinsi Jambi, Indonesia[1,2,3]
Email: chairunnisaa2293@gmail.com[1] alifaditya@unja.ac.id[2] donasariani@unja.ac.id[3]

Abstrak

Penggunaan media sosial di kalangan siswa tidak terlepas dari permasalahan etika komunikasi digital, seperti penggunaan bahasa kasar, sindiran, penyebaran informasi tanpa verifikasi, dan pelanggaran privasi. Fenomena tersebut ditemukan pada siswa SMA Negeri 10 Merangin berdasarkan hasil observasi dan studi pendahuluan terhadap 68 siswa. Salah satu faktor yang diduga berkaitan dengan perilaku tersebut adalah anonimitas media sosial, yaitu kondisi ketika identitas pengguna tidak mudah dikenali oleh orang lain. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh anonimitas media sosial terhadap etika komunikasi digital siswa. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan *jenis ex post facto* karena mengkaji kondisi yang telah terjadi tanpa memberikan perlakuan kepada responden. Sampel penelitian berjumlah 157 siswa yang ditentukan melalui teknik sampling jenuh. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner skala Likert dan dianalisis melalui regresi linear sederhana dengan bantuan *IBM SPSS Statistics versi 27*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa anonimitas media sosial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap etika komunikasi digital, dengan koefisien regresi sebesar -0,676 dan nilai signifikansi 0,013. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,039 menunjukkan bahwa anonimitas memberikan kontribusi sebesar 3,9% terhadap variasi etika komunikasi digital siswa. Dengan demikian, semakin tinggi persepsi anonimitas, semakin rendah kecenderungan etika komunikasi digital siswa. Penelitian ini menyimpulkan bahwa anonimitas merupakan salah satu faktor yang berkaitan dengan etika komunikasi digital, meskipun kontribusinya relatif kecil. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji faktor lain, seperti kontrol diri, pengaruh teman sebaya, dan literasi digital.

Kata Kunci: Anonimitas Media Sosial, Etika Komunikasi Digital, Siswa

Abstract

The use of social media among students is inseparable from issues related to digital communication ethics, such as the use of offensive language, sarcastic remarks, the dissemination of unverified information, and privacy violations. These phenomena were identified among students of SMA Negeri 10 Merangin based on observations and a preliminary study involving 68 students. One factor suspected to be associated with such behavior is social media anonymity, which refers to a condition in which users' identities are not easily recognized by others. This study aimed to determine the effect of social media anonymity on students' digital communication ethics. This research employed a quantitative approach with an ex post facto design, as it examined existing conditions without providing any treatment to the respondents. The research sample consisted of 157 students selected using a total sampling technique. Data were collected through a Likert-scale questionnaire and analyzed using simple linear regression with the assistance of IBM SPSS Statistics version 27. The results showed that social media anonymity had a negative and significant effect on digital communication ethics, with a regression coefficient of -0.676 and a significance value of 0.013. The coefficient of determination of 0.039 indicated that anonymity contributed 3.9% to the variation in students' digital communication ethics. Thus, higher perceived anonymity was associated with lower levels of digital communication ethics among students. This study concludes that anonymity is one of the factors associated with digital communication ethics, although its contribution is relatively small. Future research is recommended to examine other factors, such as self-control, peer influence, and digital literacy.

Keywords: *Social Media Anonymity, Digital Communication Ethics, Students.*

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan dalam kehidupan masyarakat, terutama dalam pola interaksi dan komunikasi. Kemajuan teknologi digital memungkinkan masyarakat memperoleh informasi dan berkomunikasi secara cepat tanpa dibatasi ruang dan waktu (Faizin et al., 2024) Perkembangan tersebut turut mengubah pola interaksi masyarakat melalui ruang digital (Widagdo et al., 2026). Salah satu bentuk pemanfaatan teknologi tersebut adalah media sosial yang memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk berkomunikasi, berbagi informasi, menyampaikan pendapat, dan mengekspresikan diri (Nana et al., 2025). Penggunaan media sosial juga semakin dekat dengan kehidupan remaja, termasuk siswa sekolah menengah atas. Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia menunjukkan bahwa tingkat penetrasi internet pada kelompok pendidikan SMA mencapai 90,4% (APJII, 2026). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa internet telah menjadi bagian dari aktivitas kalangan pelajar sehingga penerapan etika dalam berkomunikasi di ruang digital menjadi hal yang penting untuk diperhatikan. Seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial, etika dalam berkomunikasi di ruang digital menjadi hal yang penting untuk diperhatikan. Etika komunikasi digital berperan sebagai pedoman bagi pengguna dalam berinteraksi, menyampaikan pendapat, dan bertukar informasi agar tetap memperhatikan norma kesopanan, kejujuran, serta tanggung jawab terhadap orang lain. Hal ini penting karena komunikasi melalui media sosial memungkinkan pesan disampaikan dengan cepat dan menjangkau banyak orang, sehingga setiap pengguna perlu mempertimbangkan isi pesan serta dampak yang ditimbulkan. Penggunaan media sosial juga perlu memperhatikan beberapa prinsip, seperti menghindari kata-kata kasar dan provokatif serta tidak menyebarkan informasi yang tidak benar (Mutiah et al., 2019). Etika bermedia sosial dapat diwujudkan melalui kebiasaan membagikan konten yang bermanfaat, mempertimbangkan isi unggahan sebelum dipublikasikan, menjaga privasi, dan menghormati hak orang lain (Naimnule et al., 2025).

Namun, penerapan prinsip tersebut masih menghadapi berbagai tantangan. Pengguna media sosial cenderung mudah meluapkan emosi dan menyampaikan opini negatif tanpa mempertimbangkan perasaan orang lain (Mutiarani et al., 2024). Komunikasi melalui media sosial yang berlangsung singkat dan spontan juga terkadang membuat pengguna kurang mempertimbangkan kesopanan serta dampak pesan yang disampaikan (Hamama, 2024). Permasalahan tersebut dapat terlihat melalui penggunaan bahasa kasar, ujaran kebencian, perundungan siber (*cyberbullying*), penyebaran informasi bohong, hingga pelanggaran privasi (Sari et al., 2026). Permasalahan tersebut juga terlihat dari hasil *Digital Civility Index Microsoft* tahun 2021 yang menempatkan Indonesia pada peringkat ke-29 dari 32 negara dalam kesopanan digital. Selain itu, data SNPHAR 2024 menunjukkan bahwa 14,49% anak laki-laki dan 13,78% anak perempuan usia 13–17 tahun pernah mengalami *cyberbullying.*

Fenomena tersebut juga ditemukan di SMA Negeri 10 Merangin berdasarkan hasil observasi awal dan studi pendahuluan terhadap 68 siswa. Hasil pengamatan menunjukkan adanya penggunaan kata-kata kasar dalam pesan pribadi, unggahan berupa sindiran terhadap teman, serta ungkapan kekesalan melalui fitur Catatan (*Notes*) Instagram. Hasil angket juga menunjukkan bahwa 48 siswa menyatakan setuju dan sangat setuju menggunakan status, cerita *(story)*, atau unggahan media sosial untuk menyampaikan sindiran atau kekesalan kepada teman. Selain itu, ditemukan perilaku membagikan informasi tanpa memeriksa kebenarannya, menggunakan kata-kata kasar, serta mengunggah foto atau video teman tanpa izin. Temuan tersebut menunjukkan bahwa penerapan etika komunikasi digital masih menjadi persoalan yang perlu diperhatikan di kalangan siswa.

Permasalahan etika komunikasi digital dapat berkaitan dengan berbagai faktor, salah satunya anonimitas media sosial. Anonimitas merupakan kondisi ketika identitas seseorang

tidak diketahui atau tidak mudah dikenali oleh pengguna lain dalam interaksi digital (Kuswanto & Kurniawan, 2025). Kondisi ini dapat memberikan kebebasan kepada individu untuk menyampaikan pendapat tanpa terlalu khawatir terhadap penilaian sosial (Utari, 2024) . Namun, persepsi bahwa identitas diri tidak mudah dikenali juga berpotensi memengaruhi cara individu mengendalikan perilaku dan mempertimbangkan konsekuensi dari komunikasi yang dilakukan. Keterkaitan tersebut dapat dijelaskan melalui teori *Online Disinhibition Effect* yang dikemukakan oleh Suler (2004), yaitu kecenderungan individu untuk mengekspresikan pikiran, perasaan, dan perilaku secara lebih bebas dalam lingkungan daring karena berkurangnya hambatan psikologis dan kontrol sosial.

Penelitian mengenai anonimitas media sosial telah dilakukan dalam berbagai konteks. Simamora et al. (2025) mengkaji anonimitas dalam kaitannya dengan kebebasan berekspresi dan tanggung jawab hukum pada akun anonim di Twitter. Kemudian Febriana (2024)meneliti fenomena komunikasi virtual anonim dalam melakukan *self-disclosure* pada pengguna Voisa.app menggunakan pendekatan fenomenologi. Sementara itu, Sumarauw et al. (2025) mengkaji pengaruh anonimitas terhadap perilaku *cyberbullying* pada penggemar K-pop di Instagram.Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa anonimitas telah dikaji dalam konteks kebebasan berekspresi, keterbukaan diri, dan *cyberbullying*. Namun, penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh anonimitas terhadap etika komunikasi digital pada siswa SMA masih perlu dikembangkan. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini memiliki fokus untuk mengkaji pengaruh anonimitas media sosial terhadap etika komunikasi digital siswa SMA Negeri 10 Merangin. Penelitian ini juga menginterpretasikan hasilnya dalam perspektif kewarganegaraan digital (*digital citizenship*), khususnya berkaitan dengan kesadaran etis, tanggung jawab, dan penghormatan terhadap hak orang lain dalam menggunakan media sosial. Perspektif ini penting karena perilaku warga negara yang baik tidak hanya tercermin dalam kehidupan nyata, tetapi juga dalam aktivitas dan interaksi di ruang digital.Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh anonimitas media sosial terhadap etika komunikasi digital siswa SMA Negeri 10 Merangin.

Kajian Teori

Anonimitas Media Sosial

Anonimitas media sosial merupakan kondisi ketika identitas asli seseorang tidak diketahui atau tidak mudah dikenali oleh pengguna lain saat berinteraksi di ruang digital. Istilah anonimitas berasal dari bahasa Yunani *anonymia* yang berarti tanpa nama. Dalam konteks komunikasi digital, anonimitas memungkinkan individu berinteraksi, menyampaikan pendapat, dan mengekspresikan diri tanpa harus memperlihatkan identitas sebenarnya (Hasfi et al., 2017). Anonimitas berbeda dengan privasi. Privasi berkaitan dengan kontrol individu terhadap informasi pribadi yang dibagikan, sedangkan anonimitas lebih menekankan pada sejauh mana identitas seseorang dapat diketahui atau diidentifikasi oleh pihak lain (Marcina & Cooper, 2019). Anonimitas juga tidak selalu berarti identitas seseorang sepenuhnya tersembunyi, melainkan memiliki tingkatan berdasarkan informasi identitas yang ditampilkan dan sejauh mana individu dapat dikenali oleh pengguna lain (Nitschinsk et al., 2025) Menurut Pfitzmann dan Hansen sebagaimana dikutip dalam Amry dan Pratama (2021), anonimitas memiliki tiga dimensi utama, yaitu *unlinkability* (ketidaktertautan), yaitu kondisi ketika aktivitas digital seseorang tidak dapat dihubungkan dengan identitas aslinya; *unobservability* (ketidakteramatan), yaitu kondisi ketika aktivitas atau komunikasi seseorang sulit diamati oleh pihak lain; serta *pseudonymity* (penggunaan nama samaran), yaitu penggunaan identitas alternatif sebagai pengganti identitas asli dalam berinteraksi di ruang digital. Selain itu, anonimitas dapat dilihat melalui aspek sosial dan teknikal. *Social anonymity* berkaitan dengan persepsi orang lain terhadap keteridentifikasian seseorang, sedangkan *technical anonymity*

berkaitan dengan sejauh mana informasi identitas seseorang dihilangkan dalam proses komunikasi digital (Kim et al., 2023). Dengan demikian, anonimitas media sosial dipahami sebagai kondisi ketika individu merasa identitas dirinya tidak mudah dikenali oleh pengguna lain saat berinteraksi di media sosial. Kondisi tersebut dapat memengaruhi kebebasan individu dalam mengekspresikan pendapat maupun perilakunya ketika berkomunikasi di ruang digital.

Etika Komunikasi Digital

Etika komunikasi merupakan seperangkat nilai, norma, dan prinsip moral yang menjadi pedoman bagi individu dalam menyampaikan maupun menerima pesan. Etika komunikasi mengarahkan individu agar berinteraksi secara santun, jujur, bertanggung jawab, serta menghormati hak dan perasaan orang lain (Wahyuni, 2021). Dalam perkembangannya, penerapan etika komunikasi tidak hanya diperlukan dalam interaksi secara langsung, tetapi juga dalam komunikasi melalui media digital. Etika komunikasi digital merupakan prinsip moral yang menjadi pedoman individu dalam berinteraksi dan menyebarkan informasi di ruang digital. Penerapannya menuntut kesadaran pengguna terhadap konsekuensi dari setiap pesan atau informasi yang disampaikan kepada publik (La Dono, 2025). Oleh karena itu, kebebasan berekspresi di media sosial perlu diimbangi dengan tanggung jawab, kesopanan, dan penghargaan terhadap hak pengguna lainnya (Al Ghani, 2025). Menurut (Fatkhulloh et al., 2025) etika komunikasi digital dapat dilihat melalui lima indikator, yaitu: (1) kesopanan dalam komunikasi, yakni kemampuan menyampaikan pendapat tanpa menghina atau menyinggung orang lain; (2) kejujuran dalam menyampaikan informasi, yaitu menyampaikan informasi berdasarkan fakta dan melakukan verifikasi sebelum membagikannya; (3) penggunaan bahasa yang sesuai, yaitu memilih kata-kata yang santun dan sesuai dengan konteks komunikasi; (4) kesadaran terhadap privasi digital, yaitu menghargai informasi pribadi dan hak orang lain; serta (5) tanggung jawab terhadap konten yang dibagikan, yaitu mempertimbangkan dampak dari setiap unggahan, komentar, dan informasi yang disebarluaskan.

Hubungan Anonimitas Media Sosial dengan Etika Komunikasi Digital

Hubungan anonimitas media sosial dengan etika komunikasi digital dapat dijelaskan melalui teori *Online Disinhibition Effect* yang dikemukakan oleh Suler (2004). Teori ini menjelaskan bahwa individu cenderung lebih bebas mengekspresikan pikiran, perasaan, dan perilakunya ketika berinteraksi di ruang digital dibandingkan dengan komunikasi secara langsung. Salah satu karakteristiknya adalah *dissociative anonymity*, yaitu kondisi ketika individu merasa identitas dirinya terpisah dari aktivitas yang dilakukan di ruang digital sehingga mengurangi kekhawatiran terhadap penilaian dan konsekuensi sosial. Suler (2004) membagi efek disinhibisi daring menjadi dua bentuk, *yaitu benign online disinhibition* (disinhibisi positif) yang mendorong keterbukaan dan dukungan sosial, serta *toxic online disinhibition* (disinhibisi negatif) yang dapat memicu perilaku seperti penghinaan, provokasi, dan penggunaan bahasa kasar. Hal ini menunjukkan bahwa anonimitas dapat memengaruhi perilaku individu dalam berkomunikasi, baik secara positif maupun negatif.

Konsep Kewarganegaraan digital *(digital citizenship)*

Kewarganegaraan digital *(digital citizenship)* merupakan konsep yang menekankan kemampuan individu untuk berpartisipasi secara aktif, kritis, dan bertanggung jawab dalam lingkungan digital. Konsep ini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi tidak hanya membutuhkan keterampilan teknis, tetapi juga pemahaman mengenai hak, kewajiban, nilai, norma, dan etika dalam berinteraksi di ruang digital (Anom & Rassanjani, 2026). Menurut Wahyudi et al. (2020)kompetensi kewarganegaraan terdiri atas tiga aspek, yaitu *civic knowledge, civic skills,* dan *civic disposition. Civic knowledge* berkaitan dengan pengetahuan

mengenai hak, kewajiban, hukum, dan nilai-nilai kewarganegaraan. *Civic skills* merupakan keterampilan dalam berpikir kritis, berkomunikasi, dan mengambil keputusan. Sementara itu, *civic disposition* merupakan karakter atau sikap yang mencerminkan tanggung jawab, kejujuran, toleransi, serta penghargaan terhadap hak orang lain.Dalam konteks digital, ketiga kompetensi tersebut tercermin melalui kemampuan memahami aturan dan etika penggunaan teknologi, menyaring informasi secara kritis, serta menunjukkan sikap santun dan bertanggung jawab ketika berinteraksi di media sosial. Oleh karena itu, etika komunikasi digital merupakan salah satu bentuk penerapan nilai-nilai kewarganegaraan dalam kehidupan digital.

Penelitian Terdahulu yang Relavan

No	Penulis/ Tahun	Judul	Tujuan	Metode	Hasil	Kontribusi dan relevansi
1	Sulaeman et al. (2026)	Mempraktikkan Etika Digital Dalam Komunikasi Media Sosial: Perspektif Dari Mahasiswa Generasi Z	Menganalisis penerapan etika digital mahasiswa dalam komunikasi media sosial.	Kualitatif deskriptif	Etika digital telah diterapkan, tetapi prinsip tanggung jawab dan penghormatan belum optimal.	Menjadi referensi dalam memahami penerapan etika digital di media sosial, khususnya aspek kesopanan, privasi, dan tanggung jawab yang berkaitan dengan etika komunikasi digital.
2	Saputro et al.(2025)	Persepsi Generasi Z tentang Etika Komunikasi dalam Penyebaran Informasi melalui Media Sosial	Mengetahui persepsi Generasi Z terhadap etika komunikasi di media sosial.	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan Sebanyak 51% mahasiswa memiliki persepsi etika komunikasi tinggi, sedangkan 49% lainnya memiliki persepsi rendah. menunjukkan bahwa masih terdapat pengguna media sosial yang perlu meningkatkan penerapan etika komunikasi digital.	Memberikan gambaran empiris mengenai etika komunikasi Generasi Z dalam penyebaran informasi di media sosial yang relevan dengan variabel etika komunikasi digital.
3	Juliati et al. (2025)	*Online Disinhibition and Anonymity in Adolescent TikTok Discourse: Implications for Cyberbullying and Digital Education*	Mengetahui keterkaitan anonimitas dan *online disinhibition* dengan perilaku *cyberbullying* pada remaja pengguna TikTok.	Kuantitatif	Anonimitas dan *online disinhibition* secara signifikan memprediksi perilaku *cyberbullying.* Anonimitas memiliki pengaruh lebih kuat dengan koefisien beta sebesar 0,670.	Memperkuat kajian mengenai peran anonimitas dalam perilaku komunikasi remaja di media sosial sebagai dasar untuk mengkaji pengaruh anonimitas terhadap etika komunikasi digital.
4	Syaputra et al (2025)	Pengaruh Anonimitas terhadap Perilaku *Cyberbullying*	Mengkaji pengaruh anonimitas terhadap perilaku *cyberbullying* di media sosial	Kuantitatif	Anonimitas berkontribusi terhadap peningkatan perilaku agresif di media sosial. Pengaruh tersebut dapat dimoderasi oleh empati, norma sosial, dan kebijakan	Menjadi referensi empiris mengenai keterkaitan anonimitas dengan perilaku negatif di ruang digital yang dapat digunakan sebagai pembanding dalam penelitian ini.

					moderasi platform digital.	
5	Zhao (2024)	*The Effect of Perceived Anonymity on Cyberbullying: The Mediating Role of Online Disinhibition and the Moderating*	Mengkaji *perceived anonymity* terhadap *cyberbullying.*	Kuantitatif	*Perceived anonymity* berpengaruh positif terhadap *cyberbullying* (B = 0,27; p < 0,001), dengan *online disinhibition* sebagai mediator dan *mindfulness* sebagai moderator.	Memberikan dukungan empiris mengenai pengaruh *perceived anonymity* terhadap perilaku negatif di ruang digital

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang meneliti populasi atau sampel tertentu dengan menggunakan instrumen penelitian sebagai alat pengumpulan data (Sugiyono, 2022). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian *ex post facto*, yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengkaji hubungan sebab akibat antara variabel kondisi berdasarkan yang telah terjadi tanpa memberikan perlakuan kepada responden (Paramita et al., 2021). Penelitian ini dilaksanakan di SMAN 10 Merangin dengan populasi seluruh siswa aktif yang berjumlah 157 siswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan sampling jenuh, sehingga seluruh anggota populasi dijadikan sampel penelitian yaitu sebanyak 157 siswa. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner tertutup yang disebarkan secara daring menggunakan *Google Form* dengan skala Likert 1–4. Kuesioner yang dibagikan berisi item-item pernyataan dari variabel anonimitas media sosial yang diadaptasi dari skala *Perceived Anonymity* (PA) yang berjumlah 5 item dan variabel etika komunikasi digital dari indikator kesopanan dalam komunikasi, kejujuran dalam menyampaikan informasi, penggunaan bahasa yang sesuai, kesadaran terhadap privasi digital, dan tanggung jawab terhadap konten yang dibagikan sebanyak 30 item. Pada penelitian ini, anonimitas media sosial didefinisikan sebagai persepsi individu mengenai sejauh mana identitas dirinya tidak diketahui atau tidak dapat diidentifikasi oleh orang lain di media sosial. Sementara itu, etika komunikasi digital didefinisikan sebagai perilaku seseorang dalam berinteraksi dan berkomunikasi melalui media digital yang sesuai norma,nilai moral, sopan santun, dan tanggung jawab di ruang digital.

Sebelum digunakan dalam penelitian, instrumen kuesioner diuji coba kepada 32 siswa SMAN 14 Merangin yang memiliki karakteristik serupa dengan responden penelitian. Hasil uji validitas setiap item dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan nilai *Pearson Product Moment*. Item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar daripada r tabel atau memenuhi kriteria validitas yang ditetapkan. Pada variabel anonimitas media sosial, hasil uji validitas menunjukkan bahwa 5 item dinyatakan valid dengan nilai validitas berkisar antara 0,422-0,815. Sementara itu, pada variabel etika komunikasi digital, dari 30 item sebanyak 26 item dinyatakan valid dengan nilai validitas berkisar antara 0,358-0,760. Uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* menunjukkan nilai sebesar 0,655 pada variabel anonimitas media sosial dan 0,903 pada variabel etika komunikasi digital. Kedua variabel dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60 (Sugiyono, 2022). Teknik analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak *IBM SPSS Statistics Version 27.* Sebelum pengujian hipotesis, dilakukan uji prasyarat analisis yang meliputi uji normalitas menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* dan uji linearitas untuk mengetahui hubungan antara kedua variabel. Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linear sederhana, uji t, dan uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui pengaruh anonimitas media sosial terhadap etika komunikasi digital serta besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan data yang telah didapatkan, data kemudian diolah menggunakan bantuan *IBM SPSS Statistics Version 27* diperoleh hasil pengolahan data sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Statistik Deskripstif

	N	Range	Min	Max	Mean	Std. Dev
Anonimitas Media Sosial	157	11	9	20	13,48	2,474
Etika Komunikasi Digital	157	35	63	98	84,43	8,420

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif terhadap 157 responden, variabel anonimitas media sosial (X) memperoleh skor minimum sebesar 9 dan maksimum sebesar 20, dengan nilai rata-rata (mean) 13,48, standar deviasi 2,474 dan rentang skor (*range*) sebesar 11. Sementara itu, variabel etika komunikasi digital (Y) memperoleh skor minimum sebesar 63 dan maksimum sebesar 98, dengan nilai rata-rata (mean) 84,43, standar deviasi 8,420 dan rentang skor (*range*) sebesar 35.

Tabel 2. Hasil Uji Nomalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Unstandardized Residual		
N		157
Normal Parameters [a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	8.252540
Most Extreme Differences	Absolute	,063
	Positive	,049
	Negative	-,063
Test Statistic		,063
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]		,200[d]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov.* hasil pengujian normalitas pada tabel diatas, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 dengan jumlah sampel sebanyak 157 responden. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 (0,200 > 0,05). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Tabel 3. Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Etika_Komunikasi * Anonimitas	Between Groups	(Combined)	1243.758	10	124.376	1.850	.057
		Linearity	436.118	1	436.118	6.486	.012
		Deviation from Linearity	807.640	9	89.738	1.335	.224
	Within Groups		9816.650	146	67.237		
	Total		11060.408	156			

Hasil pengujian linearitas pada tabel diatas, diperoleh nilai signifikansi pada bagian Deviation from Linearity sebesar 0,224. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 (0,224 > 0,05). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel anonimitas media sosial

(X) dan etika komunikasi digital (Y) bersifat linear. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel memenuhi kriteria linearitas untuk analisis regresi linear sederhana.

Tabel 4. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients[a]						
Unstandardized Coefficients				Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	93,538	3,672		25,473	,001
	Anonimitas	-,676	,268	- ,199	- 2,522	,013
a. Dependent Variable: Etika_Komunikasi						

Berdasarkan tabel Coefficients di atas, diperoleh nilai konstanta sebesar 93,538 dan koefisien regresi variabel anonimitas media sosial sebesar -0,676. Dengan demikian, persamaan regresi linear sederhana dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Y = 93,538 – 0,676X Persamaan regresi tersebut memberikan gambaran mengenai hubungan antara variabel anonimitas media sosial dan etika komunikasi digitalNilai konstanta sebesar 93,538 menunjukkan bahwa apabila variabel anonimitas media sosial bernilai 0, maka skor etika komunikasi digital diprediksi sebesar 93,538. Sementara itu, nilai koefisien regresi (b) pada variabel anonimitas media sosial adalah sebesar -0,676. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada skor anonimitas media sosial akan diikuti penurunan skor etika komunikasi digital sebesar 0,676 satuan. Dalam hal ini, nilai koefisien yang negatif menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel memiliki arah yang berlawanan. Artinya, semakin tinggi persepsi anonimitas siswa di media sosial, maka skor etika komunikasi digital cenderung semakin rendah.

Tabel 5. Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients[a]						
Unstandardized Coefficients				Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	93,538	3,672		25,473	,001
	Anonimitas	-,676	,268	- ,199	- 2,522	,013
a. Dependent Variable: Etika_Komunikasi						

Berdasarkan tabel hasil uji t di atas, diketahui bahwa variabel anonimitas media sosial (X) memperoleh nilai t hitung sebesar -2,522 dengan nilai signifikansi sebesar 0,013. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 (0,013 < 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa anonimitas media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap etika komunikasi digital siswa SMA Negeri 10 Merangin. Sementara itu, nilai koefisien regresi yang negatif menunjukkan bahwa pengaruh kedua variabel memiliki arah yang berlawanan. Artinya, semakin tinggi persepsi anonimitas siswa di media sosial, maka skor etika komunikasi digital cenderung semakin rendah.

Tabel 6. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,199[a]	,039	,033	8,279
a. Predictors: (Constant), Anonimitas				

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai R Square sebesar 0,039. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel anonimitas media sosial memberikan kontribusi sebesar 3,9% dalam menjelaskan variasi etika komunikasi digital. Sementara itu, sebesar 96,1% variasi etika komunikasi digital tidak dapat dijelaskan oleh model regresi yang digunakan dalam penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang tlah dilakukan, menunjukkan bahwa persepsi anonimitas media sosial memiliki pengaruh negatif dan signifikan secara statistik terhadap etika komunikasi digital siswa SMA Negeri 10 Merangin. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi sebesar −0,676 dan dengan nilai signifikansi sebesar 0,013. Sementara itu, nilai koefisien determinasi sebesar 0,039 menunjukkan bahwa anonimitas media sosial hanya mampu menjelaskan 3,9% variasi etika komunikasi digital siswa. Temuan tersebut menunjukkan bahwa meskipun anonimitas media sosial berkaitan dengan etika komunikasi digital, namun kemampuan variabel tersebut dalam menjelaskan variasi etika komunikasi digital relatif kecil. Temuan tersebut dapat dipahami melalui teori *Online Disinhibition Effect*, khususnya aspek *dissociative anonymity, y*ang menjelaskan bahwa persepsi individu mengenai sulitnya identitas diri dikenali dalam interaksi daring dapat menimbulkan perasaan terpisah antara identitas di dunia maya dan kehidupan nyata. Keadaan tersebut memungkinkan berkurangnya hambatan sosial yang biasanya membatasi perilaku individu ketika berkomunikasi secara langsung. Akibatnya, individu dapat merasa lebih bebas dalam menyampaikan pendapat dan mengekspresikan diri di media sosial. Dalam kaitannya dengan hasil penelitian ini, semakin tinggi persepsi anonimitas yang dirasakan siswa dapat berkaitan dengan berkurangnya kehati-hatian dalam berkomunikasi, sehingga berpotensi memengaruhi penerapan etika komunikasi digital. Dengan demikian, konsep *dissociative anonymity* memberikan penjelasan teoretis mengenai kemungkinan bagaimana persepsi anonimitas berkaitan dengan perilaku komunikasi siswa di ruang digital. Namun, mekanisme disinhibisi tersebut tidak diukur secara langsung dalam penelitian ini.

Temuan penelitian ini juga didukung oleh hasil penelitian (Zhao, 2024) yang menunjukkan bahwa persepsi anonimitas berkaitan dengan meningkatnya perilaku *cyberbullying*, baik secara langsung maupun melalui *online disinhibition*. Sejalan dengan hal tersebut, (Juliati et al, 2025) menemukan bahwa anonimitas dan *online disinhibition* secara signifikan memprediksi perilaku *cyberbullying* pada remaja pengguna TikTok. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa persepsi individu terhadap anonimitas dapat berkaitan dengan munculnya perilaku komunikasi kurang etis ketika berinteraksi di ruang digital. Hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) menunjukkan nilai *R Square* sebesar 0,039. Hasil tersebut menunjukkan bahwa anonimitas media sosial memberikan kontribusi sebesar 3,9% terhadap etika komunikasi digital siswa SMA Negeri 10 Merangin. Besarnya kontribusi tersebut tergolong rendah, yang menunjukkan bahwa anonimitas media sosial bukan satu-satunya faktor yang berkaitan dengan etika komunikasi digital siswa. Hal ini didukung oleh penelitian (Putri et al., 2024), yang menunjukkan bahwa pengendalian diri, kecerdasan emosional, dan paparan media sosial berkaitan dengan penerapan etika digital pada remaja. Selain itu, penelitian (Laili et al., 2026), menunjukkan bahwa literasi digital dan pengendalian diri berpengaruh terhadap perilaku etis dalam penggunaan media digital. Dengan demikian, etika komunikasi digital tidak hanya berkaitan dengan anonimitas media sosial, tetapi juga dapat berkaitan dengan faktor-faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini. Dalam konteks Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan (PPKn), temuan penelitian ini menegaskan pentingnya penguatan tanggung jawab moral dan etika kewarganegaraan digital. Hal ini sejalan dengan konsep *digital citizenship* yang dikemukakan oleh Ribble (2015), khususnya unsur

digital etiquette serta *digital rights and responsibilities*, yang menekankan pentingnya perilaku etis dan tanggung jawab dalam menggunakan teknologi digital. Selain itu, (Pernantah et al., 2025), menjelaskan bahwa nilai-nilai Pancasila dapat menjadi landasan etika digital dalam membentuk warga negara yang bertanggung jawab dan berpartisipasi secara etis di ruang digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 157 siswa SMA Negeri 10 Merangin, dapat disimpulkan bahwa persepsi anonimitas media sosial memiliki hubungan prediktif yang negatif dan signifikan secara statistik dengan etika komunikasi digital siswa. Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan koefisien regresi sebesar −0,676 dengan nilai signifikansi 0,013 ($p < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi skor persepsi anonimitas siswa, semakin rendah kecenderungan skor etika komunikasi digitalnya. Meskipun demikian, koefisien determinasi sebesar 0,039 menunjukkan bahwa persepsi anonimitas hanya mampu menjelaskan 3,9% variasi etika komunikasi digital. Sementara itu, sebesar 96,1% variasi etika komunikasi digital tidak dapat dijelaskan oleh model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Dengan demikian, kemampuan variabel anonimitas dalam menjelaskan etika komunikasi digital siswa tergolong kecil. Temuan ini menunjukkan bahwa anonimitas merupakan salah satu variabel yang berkaitan dengan etika komunikasi digital, tetapi bukan satu-satunya aspek yang perlu diperhatikan dalam memahami perilaku kewarganegaraan digital yang bertanggung jawab.

Kebaruan penelitian ini terletak pada pengembangan perspektif empiris mengenai anonimitas media sosial sebagai faktor yang memengaruhi pembentukan etika komunikasi digital di kalangan siswa sekolah menengah, khususnya dalam konteks pendidikan Pancasila dan kewarganegaraan. Berbeda dari kajian terdahulu yang cenderung menempatkan anonimitas dalam pembahasan perilaku pengguna internet secara umum, penelitian ini secara spesifik menguji keterkaitan anonimitas dengan dimensi etika komunikasi digital dalam lingkungan pendidikan formal melalui pendekatan kuantitatif. Kontribusi orisinal penelitian ini diperkuat oleh temuan empiris bahwa anonimitas media sosial memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap etika komunikasi digital siswa, meskipun hanya menjelaskan 3,9% variasi perilaku tersebut. Temuan ini memberikan perspektif kritis bahwa ketersembunyian identitas digital berpotensi melemahkan tanggung jawab moral dan kesadaran etis siswa dalam berkomunikasi di ruang siber. Dengan demikian, penelitian ini menawarkan kontribusi konseptual dan empiris bagi pengembangan pendidikan kewarganegaraan digital (digital citizenship education), khususnya dalam merumuskan strategi penguatan tanggung jawab, kesadaran etis, dan perilaku komunikasi yang berlandaskan nilai-nilai Pancasila di tengah meningkatnya penggunaan media sosial oleh generasi muda.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, siswa diharapkan menggunakan media sosial secara bijak dan tetap menerapkan etika komunikasi digital. Guru dan pihak sekolah diharapkan meningkatkan edukasi literasi digital, sedangkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel lain, seperti kontrol diri, pengaruh teman sebaya, dan literasi digital.

DAFTAR PUSTAKA

Al Ghani, L. E. H. (2025). Etika Komunikasi Generasi Digital: Antara Kebebasan Berpendapat Dan Tanggung Jawab Moral. Cemara Education and Science, 3(4), 1–4. https://cemarajournal.com/journal/index.php/ces/article/view/185.

Amry, H., & Pratama, M. (2021). Pengaruh Anonimitas Terhadap Cyberbullying Pada Penggemar K-Pop Twitter. Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial, 8(1), 262–270. Https://doi.org/10.31604/jips.v8i1.2021.262-270

Anom, E., & Rassanjani, S. (2026). Digital Ethics, Cultural Values, And Self-Regulation Of Social Media Activities In Indonesia And Malaysia. Frontiers In Communication, *11*(February), 1–9. Https://Doi.Org/10.3389/Fcomm.2026.1745680

Faizin, Ulfa Khairina, H. R. P. (2024). Gaya Komunikasi Host Dirundeng Podcast Dalam Penyampaian Pesan. Jimmi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Multidisiplin *1*(2), 101–122. Https://Jurnal.Fanshurinstitute.Org/Index.Php/Jimmi/Article/Download/72/54

Fathiya Cinindyta Utari. (2024). Anominitas Dan Kebebasan Berpendapat Di Media Sosial. Journal Of Dialogos, *1*(2), 1–9. Https://Doi.Org/10.62872/Gtfsjk36

Fatkhulloh, A., Kurniawanto, H., Arrafat, B. S., Widyantoro, A. N., & Widagdo, R. A. (2025). Persepsi Generasi Z Mahasiswa Vokasi Penerbangan Terhadap Etika Dalam Komunikasi Digital. Jurnal Lentera Bisnis, 14(2), 2786–2798. Https://Doi.Org/10.34127/Jrlab.V14i2.1682

Febriana, V. R. (2024). Fenomena Komunikasi Virtual Anonim Dalam Melakukan Self Disclosure (Studi Fenomenologi Pada Pengguna Voisa . App). Persuasi (Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa Ilmu Komunikasi), 1(1), 68–78. Https://Jtam.Ulm.Ac.Id/Index.Php/Persuasi

Hasfi, N., Usmand, S., & Santoso, H. P. (2017). Anonimitas Di Media Sosial: Sarana Kebebasan Berekspresi Atau Patologi Demokrasi? Jurnal Ilmu Komunikasi, 15(1), 28. Https://Doi.Org/10.31315/Jik.V15i1.2152

Juliati, K., & , Sigit Nugroho, N. N. Q. (2025). Research Article Online Disinhibition And Anonymity In Adolescent Tiktok Discourse, Journal Of Pragmatics And Discourse Research, *5*(2). Https://Doi.Org/And Discourse Research Https://Doi.Org/10.51817/Jpdr. V5.I2.1357

Kim, M., Ellithorpe, M., & Burt, S. A. (2023). Anonymity And Its Role In Digital Aggression: A Systematic Review. Aggression And Violent Behavior, 72, 101856. Https://Doi.Org/10.1016/J.Avb.2023.101856

Kuswanto, R. T., & Kurniawan, M. A. (2025). Fenomena Anonim Media Sosial Ditinjau Dalam Perspektif Islam. Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial Dan Pengabdian Kepada Masyarakat, *5*(2), 225–238. Https://Doi.Org/10.56832/Edu.V5i2.1105

La Dono, I. A. (2025). Etika Dan Regulasi Komunikasi Digital (Digital Communication Ethics And Regulation). Madhangi: Jurnal Ilmu Komunikasi, *6*(01), 1–10.

Laili, L. N., Sasana, M. Y., Haariz, M. Al, Syahrin, M. A., Ahmad, I., Probolinggo, D., Ahmad, I., Probolinggo, D., Ahmad, I., Probolinggo, D., Ahmad, I., & Probolinggo, D. (2026). Digital Literacy And Self-Control As Predictors Of Ethical Online Behavior Among Generation Z. *13*, 364–374. Https://Doi.Org/10.35445/Jpep.V14i1.973

Marcina, A., & Cooper, T. (2019). *Anonymity*. American Library Association.

Mutiah, T., Albar, I., Fitriyanto, & A. R. (2019). Etika Komunikasi Dalam Menggunakan Media Sosial. Global Komunika, 1(1), 14–24. Https://doi.org/10.33822/gk.v2i1.1561

Mutiarani, U. P., Karimah, I. N., & Syarafa, Y. P. (2024). Etika Komunikasi Dalam Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa. Jurnal Harmoni Nusa Bangsa, 1(2). Https://Doi.Org/10.47256/Jhnb.V1i2.301

Naimnule, L., Halek, E. F., & Naimnule, M. (2025). Sosialisasi Etika Komunikasi Di Media Sosial Pada Kalangan Siswa Sma Sebagai Antisipasi Penyalahgunaan Teknologi. Bima Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 5(3), 632–639. Https://doi.org/10.53299/bajpm.v5i3.2425

Nana, K. R., Mas'ud, F., Gemian, S. B., Sanung, F., Keba, A. D., & Jelita, M. T. (2025). Etika Media

Sosial Dan Implikasinya Bagi Individu Dan Masyarakat. Jimmi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Multidisiplin, 2(3), 288–299. Https://Doi.Org/10.71153/Jimmi.V2i3.295

Nitschinsk, L., Tobin, S. J., Varley, D., & Vanman, E. J. (2025). Why Do People Sometimes Wear An Anonymous Mask? Motivations For Seeking Anonymity Online. *Personality And Social* Psychology Bulletin, *51*(7), 1099–1120. Https://Doi.Org/10.1177/01461672231210465

Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif.

Pernantah, P. S., Supriatna, N., Komalasari, K., & K, S. N. (2025). Philosophical Reflection On Pancasila As A Source Of Digital Ethics In Shaping Good Digital Citizenship. 7(1), 139–154. Https://doi.org/10.20527/issj.v7i1.14804

Putri, A. P., Purnama, N., Andini, P. F., & Eva, Y. (2024). Mastering Digital Ethic : Uncovering The Influence Of Self- Control , Peer Attachment , And Emotional Intelligence On Netiquette Through Adolescent Social Media Exposure. Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora 13(1), 71–82. Https://doi.org/10.23887/jish.v13i1.71218.

Sari, Y. P., Usmanto Heri, Opeska, & Yuslistia. (2026). Analisis Kesadaran Hukum Warga Negara Digital Dalam Interaksi Media Sosial Mahasiswa. Jiip - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, *9*(4), 4485–4489. Https://Doi.Org/10.54371/Jiip.V9i4.11218

Simamora, R. M., Siahaan, P. G., Novridah Reanti Purba, Jane Agustin Sianturi, Ananda Meriah Ate Banurea, Sabar Saur Matua Br Limbong, & Asya Junita Rajagukguk. (2025). Pengaruh Anonimitas Di Media Sosial Terhadap Kebebasan Berpendapat Dan Tanggung Jawab Hukum Studi Kasus: (Analisis Kasus Akun Fufufafa Dalam Penyebaran Informasi Palsu Dan Ujaran Kebencian Di Media Sosial Twitter). Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan, *3*(4), 4647–4652. Https://Doi.Org/10.31004/Jerkin.V3i4.1050

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.

Sumarauw, P. C. (2025). Pengaruh Anonimitas Terhadap Perilaku Cyberbullying Penggemar K-Pop pada Aplikasi Instagram. Psikopedia, *6*(3), 337–346.

Syifa Hamama. (2024). Etika Komunikasi Dalam Media Sosial: Tantangan Dan Solusinya. Selasar Kpi : Referensi Media Komunikasi Dan Dakwah, 4(2), 182–197. Https://Ejournal.Iainu-Kebumen.Ac.Id/Index.Php/Selasar

Wahyudi, And, A., & Deny Setiawan, J. (2020). Pendidikan Kewarganegaraan Perspektif Moral Dan Karakter. Cv. Aa. Rizky.

Wahyuni, S. (2021). Etika Berkomunikasi Di Media Sosial (Whatsapp). Eunoia (Jurnal Pendidikan Bahasa Indonesia), 1(2), 156. Https://Doi.Org/10.30821/Eunoia.V1i2.1150

Widagdo, Arif, Viqueque, Diva, Exlecia, F., Ali, M. A., Nur, S., Munandar, A., Sasy, N. N., & Rahmadhani, T. O. (2026). Dampak Teknologi Digital : Positif & Negatif The Impact Of Digital Technology : Positive & Negative. Jurnal Kolaboratif Sains (JKS), 9(1), 144–146. Https://Doi.Org/10.56338/Jks.V9i1.9799

Zhao, Z. (2024). The Effect Of Perceived Anonymity On Cyberbullying The Mediating Role Of Online Disinhibition And The Moderating Role Of Mindfulness (Number Isemss). Atlantis Press Sarl. Https://Doi.Org/10.2991/978-2-38476-297-2