

PENGARUH KONTEN VIRAL TERHADAP PERUBAHAN ETIKA DAN POLA KOMUNIKASI DI KALANGAN REMAJA

**Fauriza Wildhani Susilo¹, Nurul Aini², Okva Tri Tami Perangin-Angin³,
Ricki Saroha Christian Situmeang⁴, Vannya Cannya Carissa⁵, Bahrudi Efendi Damanik⁶**

¹Program Studi Sistem Informasi, STIKOM Tunas Bangsa, Pematangsiantar,
Indonesia

Email: ¹ faurizawildhani46@gmail.com, ² nululaini27094i@gmail.com, ³ okvatami269@gmail.com,
⁴ christiansitumeang2001@gmail.com, ⁵ vanyaccarrisa03@gmail.com, ⁶ bahrudiefendi@gmail.com, *

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh konten *viral* terhadap perubahan etika dan pola komunikasi remaja. Menggunakan pendekatan kuantitatif berbasis analisis data sekunder, penelitian ini memanfaatkan *dataset Social Media Usage* dari *Kaggle*, yang mencakup variabel durasi penggunaan media sosial, preferensi platform, interaksi digital, serta karakteristik demografis pengguna. Hasil analisis menunjukkan bahwa remaja merupakan kelompok yang paling intens menggunakan media sosial, khususnya platform berbasis video seperti *TikTok*, *Instagram*, dan *YouTube*, sehingga memiliki tingkat paparan konten viral yang lebih tinggi dibanding kelompok usia lainnya. Paparan ini berkontribusi pada perubahan etika komunikasi, seperti meningkatnya perilaku impulsif, penggunaan bahasa yang tidak etis, serta kecenderungan menyebarkan informasi tanpa verifikasi. Namun, konten viral dengan nilai positif juga dapat mendorong komunikasi yang lebih empatik dan bertanggung jawab. Selain itu, konten viral terbukti mempengaruhi gaya komunikasi remaja, baik dalam interaksi daring maupun luring, melalui adopsi istilah, ekspresi, gaya humor, dan pola bahasa yang populer di media sosial. Penelitian ini menegaskan pentingnya literasi digital dan pendidikan etika sebagai upaya untuk meminimalkan dampak negatif konten viral terhadap perilaku remaja.

Kata kunci: *konten viral, etika komunikasi, remaja, media sosial, pola komunikasi, TikTok*

THE INFLUENCE OF VIRAL CONTENT ON CHANGES IN ETHICS AND COMMUNICATION PATTERNS AMONG ADOLESCENTS

Abstract

This study aims to analyze the influence of viral content on changes in adolescents' ethics and communication patterns. Using a quantitative approach based on secondary data analysis, the research utilizes the Social Media Usage dataset from Kaggle, which includes variables such as social media usage duration, platform preferences, digital interactions, and users' demographic characteristics. The analysis indicates that adolescents are the most intensive users of social media, particularly video-based platforms such as TikTok, Instagram, and YouTube, resulting in higher levels of exposure to viral content compared to other age groups. This exposure contributes to changes in communication ethics, such as increased impulsive behavior, the use of unethical language, and a tendency to spread information without verification. However, viral content with positive values can also foster more empathetic and responsible communication. In addition, viral content has been shown to influence adolescents' communication styles, both in online and offline interactions, through the adoption of terms, expressions, humor styles, and linguistic patterns that are popular on social media. This study emphasizes the importance of digital literacy and ethics education as efforts to minimize the negative impacts of viral content on adolescents' behavior.

Keywords: *viral content, communication ethics, adolescents, social media, communication patterns, TikTok*

1. PENDAHULUAN

Media sosial telah merevolusi cara remaja berkomunikasi, dengan konten viral menjadi elemen utama yang membentuk interaksi sehari-hari [1]. TikTok, sebagai platform yang populer di kalangan remaja, sering kali menghasilkan konten yang cepat menyebar, memengaruhi etika dan pola komunikasi antarbudaya [2]. Konten viral tidak hanya menghibur tetapi juga dapat memicu perubahan perilaku, termasuk penurunan standar etika komunikasi [3]. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh konten viral terhadap etika dan pola komunikasi remaja, dengan fokus pada aspek seperti viralitas dan dampaknya pada perilaku sosial [4].

Remaja sebagai pengguna utama media sosial rentan terhadap pengaruh konten viral yang sering kali mengutamakan sensasi daripada akurasi [5]. Perubahan etika komunikasi dapat terlihat dari peningkatan penyebaran hoaks atau konten yang melanggar norma sosial [6]. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk memahami dinamika ini dan memberikan rekomendasi bagi pendidikan etika digital [7].

Melihat kompleksitas pengaruh tersebut, diperlukan analisis lebih mendalam untuk memahami bagaimana konten viral membentuk pola komunikasi remaja, baik dalam konteks daring maupun luring. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh konten viral terhadap perubahan etika dan gaya komunikasi remaja dengan memanfaatkan pendekatan kuantitatif berbasis analisis data sekunder melalui dataset Social Media Usage dari Kaggle, yang memuat variabel terkait durasi penggunaan media sosial, preferensi platform, interaksi digital, serta karakteristik demografis. Temuan awal menunjukkan bahwa remaja memiliki tingkat paparan konten viral paling tinggi dibanding kelompok usia lainnya, sehingga berpotensi lebih besar mengalami perubahan perilaku komunikasi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan strategi literasi digital serta rekomendasi kebijakan pendidikan etika komunikasi dalam penggunaan media sosial.

2. TINJAUAN LITERATUR

2.1. Pengaruh Media Sosial terhadap Komunikasi Remaja

Media sosial seperti TikTok telah mengubah cara remaja berkomunikasi antarbudaya, dengan konten viral mempercepat penyebaran informasi [1]. Studi menunjukkan bahwa remaja yang terpapar konten viral cenderung mengadopsi pola komunikasi yang lebih cepat dan kurang formal, yang dapat mengurangi empati dalam interaksi [8]. Penggunaan TikTok secara intensif juga dikaitkan dengan perubahan perilaku remaja, termasuk peningkatan impulsivitas dalam berbagi konten [2].

2.2. Konsep Viralitas dan Etika Komunikasi

Viralitas merujuk pada kemampuan konten untuk menyebar dengan cepat di media sosial, sering kali didorong oleh algoritma platform [9]. Namun, proses ini sering kali mengabaikan etika komunikasi, seperti verifikasi informasi, yang dapat menyebabkan penyebaran misinformasi [4]. Di era digital, etika komunikasi menjadi krusial, terutama bagi remaja yang mudah terpengaruh oleh konten viral [3]. Penelitian tentang konten TikTok spesifik menunjukkan bahwa akun populer sering kali melanggar etika dengan konten yang provokatif [6].

2.3. Dampak pada Etika Perilaku dan Gaya Komunikasi

Generasi Z, yang sebagian besar adalah remaja, memiliki persepsi tertentu tentang etika dalam penyebaran informasi melalui media sosial [7]. Konten viral dapat memengaruhi etika perilaku mahasiswa dan remaja, mendorong gaya komunikasi yang lebih agresif atau kurang bertanggung jawab [10]. Selain itu, etika komunikasi konten kreator di era media baru sering kali dipengaruhi oleh nilai lokal, seperti yang terlihat dalam budaya Bugis Makassar [11]. Analisis etika pada konten viral menunjukkan bahwa banyak konten melanggar prinsip-prinsip komunikasi yang baik [12].

3. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis data sekunder. Dataset yang digunakan adalah "Social Media Usage" yang diperoleh dari platform Kaggle, mencakup variabel terkait durasi penggunaan media sosial, jenis platform yang diakses, demografi pengguna, serta pola interaksi digital. Dataset ini dipilih karena memiliki struktur yang komprehensif dan relevan untuk mengidentifikasi pola perilaku penggunaan media sosial pada populasi pengguna internet. Seluruh data dianalisis menggunakan teknik eksplorasi dan pemodelan statistik untuk memahami distribusi, kecenderungan, serta hubungan antarvariabel.

Proses analisis dilakukan melalui beberapa tahapan, mulai dari pembersihan data (data cleaning), seperti penanganan nilai kosong, duplikasi, dan penyimpangan data. Setelah itu dilakukan analisis deskriptif untuk melihat gambaran umum penggunaan media sosial pada responden. Selanjutnya, penelitian menerapkan metode analisis inferensial sesuai tujuan studi, termasuk korelasi antarvariabel dan pengujian model prediktif apabila diperlukan. Tahapan ini memungkinkan dataset Social Media Usage digunakan secara optimal untuk menjawab rumusan masalah serta mendukung temuan penelitian.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Data

Dataset Social Media Usage terdiri atas sejumlah variabel yang menggambarkan durasi penggunaan media sosial, preferensi platform, frekuensi interaksi, serta karakteristik demografis responden. Berdasarkan analisis deskriptif, mayoritas responden menunjukkan tingkat penggunaan media sosial yang cukup tinggi, dengan rata-rata waktu penggunaan harian berada pada kategori menengah hingga tinggi. Variabel durasi penggunaan cenderung memiliki distribusi kanan (*right-skewed*), yang menunjukkan bahwa sebagian kecil responden menggunakan media sosial secara intensif jauh di atas rata-rata populasi. Perbedaan perilaku juga terlihat pada kategori usia, di mana kelompok remaja dan dewasa muda mendominasi penggunaan aktif dibandingkan kelompok usia lainnya.

Selain durasi penggunaan, preferensi platform juga menunjukkan pola yang menarik. Platform berbasis visual dan interaksi cepat seperti Instagram, TikTok, dan YouTube memiliki tingkat keterlibatan tertinggi, sedangkan platform berbasis teks seperti Twitter atau Facebook cenderung digunakan oleh kelompok usia yang lebih tinggi. Temuan ini mengindikasikan adanya perubahan perilaku digital sesuai perkembangan tren media sosial, sekaligus memperkuat karakteristik generasi saat ini yang lebih menyukai konten visual dan hiburan interaktif.

4.2. Analisis Hubungan Antarvariabel

Hasil analisis korelasi menunjukkan adanya hubungan yang cukup signifikan antara intensitas penggunaan media sosial dan beberapa variabel perilaku digital. Misalnya, durasi penggunaan harian memiliki korelasi positif terhadap frekuensi unggahan dan interaksi sosial seperti komentar atau pesan langsung. Artinya, semakin tinggi waktu penggunaan, semakin besar kecenderungan seseorang untuk terlibat aktif dalam aktivitas berbagi konten maupun komunikasi digital. Namun, hubungan tersebut tidak bersifat linear sepenuhnya; pada titik tertentu, peningkatan durasi tidak lagi diikuti kenaikan interaksi, mengindikasikan pola kejenuhan pengguna.

Jika ditinjau berdasarkan kelompok demografis, pola hubungan antarvariabel juga memperlihatkan variasi. Pada kelompok remaja, korelasi antara durasi penggunaan dan intensitas interaksi lebih kuat dibanding kelompok usia dewasa, yang cenderung menggunakan media sosial secara lebih terarah untuk kebutuhan pekerjaan, informasi, atau jejaring profesional. Hal ini menegaskan bahwa fungsi media sosial berbeda pada tiap kelompok, sehingga pengaruhnya terhadap perilaku komunikasi pun tidak seragam.

4.3. Pola Paparan Konten Viral di Kalangan Remaja

Hasil analisis menunjukkan bahwa remaja merupakan kelompok yang paling intens terpapar konten viral, terutama melalui platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube. Platform berbasis video pendek dan tren cepat ini memang memiliki algoritma yang mendorong penyebaran konten viral secara masif, sesuatu yang juga ditegaskan oleh penelitian sebelumnya mengenai peran TikTok sebagai medium dominan interaksi dan komunikasi remaja modern [1], [2]. Pada dataset Social Media Usage, durasi penggunaan harian dan frekuensi interaksi remaja berada pada tingkat tinggi, yang memperlihatkan bahwa paparan terhadap konten viral bukan hanya bersifat pasif, tetapi berlangsung secara rutin dan menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari.

Fenomena ini juga sejalan dengan pandangan bahwa viralitas telah menjadi paradigma baru dalam komunikasi digital, di mana popularitas konten menentukan pola konsumsi media pengguna, khususnya kelompok usia muda [9], [4]. Remaja memiliki kecenderungan mengikuti tren yang sedang ramai dibicarakan, baik berupa tantangan, gaya bahasa, maupun isu tertentu, sehingga interaksi mereka di media sosial sangat dipengaruhi oleh dinamika viralitas yang bergerak cepat.

4.4. Pengaruh Konten Viral Terhadap Etika Remaja

Data menunjukkan bahwa konten viral memiliki dampak nyata terhadap perubahan etika digital remaja. Remaja yang terpapar intens pada konten viral cenderung menunjukkan pola interaksi yang lebih impulsif, seperti penggunaan bahasa yang lebih bebas, meniru gaya komunikasi kreator viral, atau membagikan ulang informasi tanpa proses verifikasi. Temuan ini konsisten dengan penelitian mengenai perubahan etika komunikasi akibat tingginya konsumsi konten TikTok di kalangan remaja [6] maupun penelitian tentang perilaku digital generasi muda di media sosial [10].

Sebaliknya, remaja yang terpapar konten edukatif dan konten positif menunjukkan arah etika yang lebih baik, seperti komunikasi yang lebih empatik, respons yang lebih bijak, serta kecenderungan untuk mendukung isu sosial yang sedang tren. Hal ini selaras dengan literatur yang menekankan bahwa media digital dapat menjadi ruang pembelajaran etika selama pengguna memiliki literasi dan kesadaran yang memadai [3], [7]. Dengan demikian, pengaruh konten viral terhadap etika remaja tidak bersifat tunggal; ia sangat bergantung pada jenis konten, nilai yang dibawa kreator, dan frekuensi paparan terhadap tren tertentu.

4.5. Pengaruh Konten Viral Terhadap Pola Komunikasi Remaja

Paparan tinggi terhadap konten viral terbukti memengaruhi gaya komunikasi remaja, baik dalam interaksi daring maupun luring. Remaja cenderung mengadopsi ekspresi, gaya humor, istilah gaul, dan pola bicara yang populer dalam konten viral, sebagaimana juga ditemukan pada riset mengenai etika komunikasi remaja yang dipengaruhi konten viral di media sosial [12]. Komunikasi menjadi lebih singkat, visual, dan berbasis simbol, mencerminkan budaya cepat dan spontan yang berkembang di ruang digital modern.

Selain itu, proses komunikasi remaja juga dipengaruhi oleh kecenderungan mengikuti figur viral atau viralor, yang kemudian membentuk gaya respons, opini, dan cara mereka menanggapi isu sosial tertentu. Fenomena ini pernah dibahas dalam kajian mengenai relasi antara “viralor” dan “viralee” dalam ekosistem media sosial [9]. Gaya komunikasi remaja di kehidupan sehari-hari pun terlihat dipengaruhi oleh referensi-referensi populer dari tren digital, sehingga batas antara komunikasi online dan offline menjadi semakin tipis. Pengaruh ini semakin kuat karena konten viral kerap menjadi acuan bersama atau bahasa universal di kalangan remaja kontemporer.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa konten viral memiliki pengaruh yang signifikan terhadap etika digital dan pola komunikasi remaja. Berdasarkan analisis dataset Social Media Usage, remaja merupakan kelompok yang paling intens menggunakan media sosial serta paling sering terpapar konten viral dari platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube. Tingginya paparan tersebut mendorong perubahan dalam perilaku dan etika komunikasi, yang dapat bersifat positif maupun negatif.

Konten viral negatif cenderung menurunkan etika komunikasi, seperti meningkatnya penggunaan bahasa impulsif, tindakan meniru tanpa filter, serta penyebaran informasi tanpa verifikasi. Sementara itu, konten viral edukatif dapat memperkuat etika digital berupa komunikasi yang lebih empatik dan bijaksana. Studi ini menegaskan bahwa viralitas bukan hanya fenomena penyebaran informasi, tetapi juga proses yang membentuk identitas, nilai, dan gaya komunikasi generasi muda.

Dengan demikian, diperlukan peningkatan literasi digital, pendidikan etika komunikasi, dan pengawasan yang lebih kuat dalam penggunaan media sosial agar remaja mampu memanfaatkan konten viral secara bijak. Hasil penelitian ini memberikan landasan penting bagi pendidik, orang tua, dan pembuat kebijakan dalam merancang strategi

edukasi digital yang relevan bagi generasi remaja saat ini.

6. DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. E. Azzahra, H. Y. Hasanah, D. Amelia, R. Melati, and A. D. Salwi, “Pengaruh Media Sosial terhadap Komunikasi Antarbudaya Remaja: Studi Kasus di TikTok,” vol. 2, no. 2, pp. 1–9, 2025.
- [2] A. Syarif, “Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Remaja pada Lingkungan Masyarakat,” vol. 6, 2024.
- [3] U. Rusmawan et al., “Menghadapi Isu Etika Dalam Media Digital Melalui Peningkatan Digital Ethics Facing Ethical Issues in Digital Media Through Improving Digital Ethics,” vol. 4, no. 1, pp. 31–37, 2024, doi: 10.34148/komatika/v4i1.797.
- [4] A. Méndiz-noguero and A. Méndiz-noguero, “Virality as a paradigm of digital communication . Review of the concept and update of the theoretical framework,” pp. 1–18, 2020.
- [5] E. Review, “The Impact of Social Media on Modern Communication : Evolution and Future Prospects Abstract,” pp. 1–3, 2024, doi: 10.36648/1550-7521.22.72.471.
- [6] S. N. Budihartana and R. H. Sudrajat, “Pengaruh Konten Tiktok Akun @ Imeyhou Terhadap Etika Komunikasi Remaja,” vol. 11, no. 6, pp. 6921–6930, 2024.
- [7] E. K. O. Prasetyo, N. Saputro, U. N. Yogyakarta, and U. N. Yogyakarta, “The Perception of Generation Z on Communication Ethics in Information Dissemination Through Social Media,” vol. 21, no. 1, pp. 65–74, 2025, doi: 10.21831/jss.v20i1.70279.
- [8] H. kurniya Umi Hasnah, Murny, Alwi, “Pediaqu : Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora Volume 4 Nomor 3 Juli (2025) 4814,” vol. 4, no. 3, pp. 4814–4819, 2025.
- [9] N. Abdullah, M. Nor, and A. Azman, “Viral in Social Media : the Viralor and the Viralee,” no. 4.
- [10] V. Fahira et al., “The Impact of Social Media on Behavioural Ethics and Communication Styles of Students of the Faculty of Social Sciences , State Islamic University of North Sumatra Dampak Media Sosial Yang Mempengaruhi Etika Perilaku Dan Gaya Komunikasi Mahasiswa / I Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara,” vol. 3, no. 1, pp. 31–36, 2024.
- [11] Z. Hamson, M. Akbar, and S. Aziz, “Communication ethics of content creators

in the new media era based on Bugis Makassar local wisdom,” no. April, pp. 279–289, 2025.

- [12] I. C. Mentari, “Analisis Etika Komunikasi Pada Konten Viral di Media Sosial,” vol. 3, pp. 54–66, 2024.