

Etika Komunikasi dalam Media Sosial: Tantangan dan Solusinya

Syifa Hamama

Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Syariah Ushuluddin dan Dakwah, Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Kebumen, Indonesia

Email: chipamedia@gmail.com

Abstract. *The advancement of information and communication technology (ICT) through social media has significantly transformed the way people interact. Social media facilitates communication for personal, social, and professional purposes, with Indonesia ranking 10th in average daily social media usage at 197 minutes per day. However, this convenience also presents challenges related to communication ethics. Ethical communication on social media is crucial to ensure interactions respect social and moral values and do not harm others. Key challenges in applying communication ethics include the spread of misinformation, hate speech, privacy violations, and disregard for social norms. This study aims to analyze the ethical challenges in communication through social media and offer solutions to address them. The research uses a literature review method with an analytical approach to relevant sources. The findings are expected to contribute to creating a more positive and responsible digital communication space.*

Keywords: *Social media, communication ethics, misinformation, information technology.*

Abstrak. *Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) melalui media sosial telah mengubah cara manusia berinteraksi. Media sosial memudahkan komunikasi untuk tujuan pribadi, sosial, maupun profesional, dengan Indonesia menempati peringkat ke-10 dalam durasi penggunaan media sosial, rata-rata 197 menit per hari. Namun, kemudahan ini juga menghadirkan tantangan terkait etika komunikasi. Etika komunikasi di media sosial penting untuk memastikan interaksi yang berlangsung tetap menghormati nilai sosial dan moral, serta tidak merugikan pihak lain. Tantangan utama dalam penerapan etika komunikasi meliputi penyebaran disinformasi, ujaran kebencian, pelanggaran privasi, dan ketidakpedulian terhadap norma kesopanan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tantangan etis dalam komunikasi melalui media sosial dan menawarkan solusi untuk mengatasinya. Metode yang digunakan adalah studi literatur, dengan pendekatan analitis terhadap sumber pustaka yang relevan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam menciptakan ruang komunikasi digital yang lebih positif dan bertanggung jawab.*

Kata Kunci: *Media sosial, etika komunikasi, disinformasi, teknologi informasi.*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan dampak yang signifikan terhadap cara manusia berinteraksi, salah satunya melalui media sosial. Media sosial memungkinkan individu untuk berkomunikasi dengan cepat dan luas, baik untuk tujuan pribadi, sosial, maupun profesional. Salah satu alasan orang menggunakan media social adalah kemudahan berkomunikasi baik itu melalui pesan pribadi, grup atau berbagai sumber. Perkembangan media sosial berdampak pada berkomunikasi kita saat ini. Munculnya web 2.0 memungkinkan orang membangun hubungan sosial serta berbagi informasi (Nasrullah dalam Fatma Utami, 2018:258).

Pada saat ini, Indonesia menempati posisi ke sepuluh dengan rata-rata waktu penggunaan media sosial 197 menit atau sekitar 3,2 jam per hari (Annur, 2022). Dilaporkan bahwa lebih dari 60% pengguna media sosial di seluruh dunia menggunakannya untuk berinteraksi dengan teman dan keluarga. Pada tahun 2021, jumlah pengguna seluler di seluruh dunia mencapai 7,1 miliar, dan diperkirakan akan meningkat menjadi 7,26 miliar pada tahun 2022. Pada tahun 2025, jumlah pengguna seluler di seluruh dunia diperkirakan mencapai 7,49 miliar (Statista, 2023).

Namun, seiring dengan kemudahan tersebut, muncul pula tantangan baru terkait dengan etika komunikasi. Etika komunikasi dalam media sosial sangat penting untuk memastikan bahwa komunikasi yang terjadi tetap menghormati nilai-nilai moral dan sosial, serta tidak merugikan pihak lain. Tanpa adanya etika komunikasi yang baik, interaksi antar individu atau kelompok dapat menimbulkan konflik, penyebaran informasi yang salah, atau bahkan kerusakan hubungan yang tidak dapat diperbaiki. Etika komunikasi dalam media sosial mencakup prinsip-prinsip yang mengatur cara individu dan kelompok berinteraksi secara online, termasuk penggunaan bahasa, penyebaran informasi, serta penghormatan terhadap privasi dan hak orang lain. Dalam konteks ini, tantangan yang dihadapi sangat beragam, mulai dari penyebaran disinformasi dan ujaran kebencian hingga pelanggaran privasi dan pengabaian terhadap norma-norma kesopanan.

Oleh karena itu, etika komunikasi tidak hanya berfokus pada isi pesan yang disampaikan, tetapi juga pada cara penyampaiannya dan dampaknya terhadap audiens. Menurut Mutiah, dkk (2019) menjelaskan beberapa etika yang perlu diperhatikan dalam menggunakan media sosial yaitu : Pertama, jangan menggunakan kata kasar, provokatif, porno ataupun SARA. Kedua, jangan memposting artikel atau status yang bohong. Ketiga, jangan mencopy paste artikel atau gambar yang mempunyai hak cipta, serta memberikan komentar yang relevan. Etika komunikasi menjadi topik penting dalam konteks penggunaan media sosial dan komunikasi

digital. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa penerapan etika komunikasi yang baik dapat mencegah konflik, menyebarkan informasi yang akurat, dan menjaga keharmonisan antar pengguna.

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis tantangan-tantangan yang dihadapi dalam penerapan etika komunikasi di media sosial serta menawarkan solusi yang dapat diterapkan oleh individu, komunitas, dan platform media sosial itu sendiri. Dengan memahami isu-isu etis yang ada dan merumuskan langkah-langkah konkret untuk mengatasinya, kita dapat berkontribusi pada terciptanya ruang komunikasi yang lebih positif dan bertanggung jawab di dunia maya.

Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian studi literatur (*literature study*). Studi literatur pada penelitian ini adalah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengelola data penelitian secara obyektif, sistematis, analitis, dan kritis. Penelitian dengan studi literatur adalah penelitian yang persiapannya sama dengan penelitian lainnya akan tetapi sumber dan metode pengumpulan data dengan mengambil data di pustaka, membaca, mencatat, dan mengolah bahan penelitian. Menurut (Zed, 2014), pada riset pustaka (*library research*), penelusuran pustaka tidak hanya untuk langkah awal menyiapkan kerangka penelitian (*research design*) akan tetapi sekaligus memanfaatkan sumber-sumber perpustakaan untuk memperoleh data penelitian.

Hasil dan Pembahasan

1. Pengertian Etika

Etika merupakan bentuk pengendalian diri yang mengikat manusia dalam aturan bertingkah laku yang baik, sebab dengan bertingkah laku yang baik dan mampu mengendalikan diri sama halnya dengan mendidik orang-orang sekitar untuk berbuat baik pula. Manusia pada suatu ketika dan pada umumnya tahu ada baik dan buruk. Pengetahuan bahwa ada baik dan buruk itu disebut kesadaran etis atau kesadaran moral (Poedjawiyatna dalam Hartaka, 2019:36).

Terminologi "*etika*" secara etimologis berasal dari Yunani, "*ethos*", yang berarti "*custom*" atau kebiasaan yang berkaitan dengan tindakan atau tingkah laku manusia, juga dapat berarti "*karakter*" manusia (keseluruhan cetusan perilaku manusia dalam perbuatannya). Ethos memiliki makna "*an action that is one's own*",

atau suatu tindakan yang dilakukan seseorang dan menjadi miliknya. Makna “ethos” semacam ini juga dimiliki oleh kata Latin, “mores”, yang darinya kata “moral” diturunkan. Dengan demikian “ethical” dan “moral” bersinonim (Sari, 2020). Etika adalah filsafat moral. Etika berkaitan dengan moral dan sopan santun. Etika menunjuk pada tindakan manusia secara menyeluruh, mengantar orang pada bagaimana menjadi baik. Dengan menawarkan norma-norma hidup baik tersebut etika juga hendak membawa manusia kepada tingkah laku yang baik, sikap yang bertanggung jawab, menjunjung tinggi nilai kehidupan, dan mengedepankan kemanusiaan. Kamus Besar Bahasa Indonesia mengenali etika sebagai:

1. Ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk, dan tentang hak serta kewajiban moral;
2. Kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak;
3. Nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat (Dewantara, 2017: 3).

Agama Islam juga telah mengajari tentang etika. Etika didalam agama Islam bersumber dari Alquran dan hadist. Etika islam itu juga ada yang menyamakannya dengan akhlak. Etika berkomunikasi dalam Islam sangat dijunjung tinggi. Komunikasi Islam adalah proses penyampaian pesan-pesan keislaman dengan menggunakan prinsip-prinsip komunikasi dalam Islam. Dengan pengertian demikian, maka komunikasi Islam menekankan pada unsur pesan (message), yakni risalah atau nilai-nilai Islam, dan cara (how), dalam hal ini tentang gaya bicara dan penggunaan bahasa (retorika). Pesan-pesan keislaman yang disampaikan dalam komunikasi Islam meliputi seluruh ajaran Islam, meliputi akidah (iman), syariah (Islam), dan akhlak (ihsan). Mengenai cara (kaifiyah), dalam Al-Quran dan Al-Hadits ditemukan berbagai panduan agar komunikasi berjalan dengan baik dan efektif. Kita dapat mengistilahkannya sebagai kaidah, prinsip, atau etika berkomunikasi dalam perspektif Islam (Taufik,2012).

2. Pengertian Komunikasi

Komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa Latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya. Komunikasi didefinisikan secara luas sebagai berbagi pengalaman. Komunikasi adalah upaya untuk membuat pendapat/ide, menyatakan perasaan, agar diketahui atau dipahami oleh orang lain dan kemampuan untuk menyampaikan informasi/pesan dari komunikator ke komunikan melalui saluran/media dengan harapan mendapatkan umpan balik. Unsur-unsur yang ada dalam komunikasi adalah komunikator, pesan, channel/media, komunikan dan respon/feedback (Mulyana, 2015). Didalam komunikasi terdapat komunikator dan komunikan yang harus saling menghargai satu sama lain, agar terjalinnya komunikasi yang efektif. Kefektifan sebuah komunikasi sangatlah ditentukan oleh sejauh mana komunikator maupun pihak komunikan memahami dan memahami bahasa yang disampaikan pada saat perbincangan. Sebaliknya ketika pembicara dan pendengar tidak memahami bahasa yang disampaikan maka akan terjadi kegagalan dalam berkomunikasi (Sari, 2020).

3. Etika Komunikasi

Etika komunikasi yang baik akan menciptakan hubungan yang baik dan harmonis antar manusia. Sebaliknya tanpa adanya pengetahuan etika komunikasi maka akan terjadinya kesalahpahaman yang menimbulkan perselisihan dan pertengkaran yang dapat memecahbelahkan kehidupan manusia. Etika komunikasi sangat berpengaruh didalam kehidupan manusia yang merupakan panduan bagi manusia dalam berkomunikasi atau bertingkah laku di kehidupan sehari-hari.

Etika komunikasi adalah norma, nilai, atau ukuran tingkah laku dalam interaksi. Tata cara pergaulan bermasyarakat yang mengatur manusia untuk saling menghormati, sopan santun, tata krama, berinteraksi dengan sesama makhluk lainnya. Maka demikian diperlukan pemahaman tentang etika komunikasi yang

baik kepada bertujuan untuk menjaga kepentingan seseorang dengan lawan bicaranya agar merasa senang, tenang, terlindungi tanpa ada pihak yang dirugikan kepentingannya dan perbuatan yang dilakukan sesuai dengan adat kebiasaan yang berlaku serta tidak bertentangan dengan hak asasi manusia secara umum. Tata cara pergaulan, aturan perilaku, adat kebiasaan manusia dalam bermasyarakat dan menentukan nilai baik dan nilai tidak baik. Menurut (Wahyudin and Karimah, 2016) etika berkomunikasi di media sosial. Pertama, sebaiknya memposting konten yang bermanfaat atau berfaedah untuk kepentingan bersama. Kedua, sebelum memposting sebaiknya memeriksa dan mempertimbangkan kembali hal-hal yang akan diposting dan hal yang perlu diperhatikan adalah menghindari konten yang akan menimbulkan konflik seperti kekerasan, hoax, pornografi, dan isu SARA. Ketiga, dapat membedakan hal yang termasuk ranah ruang pribadi, sehingga sebelum memposting perlu mempertimbangkan yang seharusnya tidak untuk dipublikasikan. Keempat, berkomunikasi dengan santun. Kelima, memberikan komentar secara bijak dan sopan. Keenam, gambar yang mempunyai hak cipta tidak boleh ditiru serta memberikan komentar dengan bahasa santun.

4. Tantangan Etika Komunikasi dalam Media Sosial

Di era digital yang semakin maju ini, media sosial telah menjadi platform utama bagi individu untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan membangun jaringan. Penggunaan media sosial yang meluas memberikan dampak signifikan terhadap cara komunikasi berlangsung, baik dalam konteks pribadi, sosial, maupun profesional. Namun, seiring dengan kemudahan akses dan kebebasan berekspresi yang diberikan oleh platform ini, muncul pula berbagai tantangan etika yang harus dihadapi. Etika komunikasi di media sosial menjadi sangat penting karena platform ini tidak hanya mencakup percakapan antar individu, tetapi juga menciptakan ruang publik yang dapat diakses oleh jutaan orang di seluruh dunia. Beberapa tantangan etika yang sering dihadapi di media sosial meliputi:

a. Penyebaran Informasi yang Salah (Misinformasi dan Hoaks)

Salah satu tantangan terbesar dalam etika komunikasi di media sosial

adalah penyebaran informasi yang salah atau hoaks. Informasi yang tidak terverifikasi sering kali tersebar luas tanpa ada pertimbangan apakah informasi tersebut benar atau tidak. Hoak adalah informasi yang direkayasa untuk menutupi informasi sebenarnya. Dengan kata lain, hoax juga dapat didefinisikan sebagai upaya untuk memutarbalikkan fakta dengan menggunakan informasi yang seolah-olah meyakinkan tetapi tidak dapat dipastikan benar. Salah satu dari contoh pemberitaan palsu yang sering terjadi adalah mengklaim sesuatu atau kejadian dengan nama yang berbeda dengan barang atau kejadian. Dalam istilah lain, hoax adalah suatu tipuan yang digunakan untuk membuat orang percaya pada sesuatu yang salah dan seringkali tidak masuk akal yang ditemukan di media online. Kepalsuan dianggap lebih akurat daripada kebenaran, isu dianggap lebih dapat diandalkan daripada informasi, dan bahkan rumor dianggap lebih akurat daripada kebenaran sebenarnya. Hoax bertujuan untuk membuat opini publik, menggiring opini publik, membentuk persepsi juga untuk hufing fun yang menguji kecerdasan dan kecermatan pengguna internet dan media sosial. Tujuan penyebaran hoax beragam tapi pada umumnya hoax disebarkan sebagai bahan lelucon atau sekedar iseng, menjatuhkan pesaing (black campaign), promosi dengan penipuan, ataupun ajakan untuk berbuat amalan – amalan baik yang sebenarnya belum ada dalil yang jelas di dalamnya. Namun ini menyebabkan banyak penerima hoax terpancing untuk segera menyebarkan kepada rekan sejawatnya sehingga akhirnya hoax ini dengan cepat tersebar luas. (Mutiara, dkk. 2024).

b. Anonymity dan Kurangnya Akuntabilitas

Banyak pengguna media sosial merasa bahwa identitas mereka dapat disembunyikan di balik anonimitas. Ketika orang merasa tidak dapat dipertanggungjawabkan atas tindakan mereka, mereka cenderung lebih bebas untuk berperilaku tidak sesuai dengan etika komunikasi. Ini memberi ruang bagi perilaku tidak etis, seperti penghinaan, ujaran kebencian, atau bahkan

cyberbullying. Menurut Digital Civility Index (DCI) Indonesia berada di urutan ke-29 dari 32 negara yang disurvei untuk tingkat kesopanan, sekaligus menjadi yang terendah di Asia Tenggara. Skor kesopanan daring di Indonesia sendiri naik delapan poin, dari 67 pada tahun 2019 menjadi 76 pada tahun 2020. Cyberbullying dilihat dari asal katanya terdiri dari dua kata yaitu cyber (internet), dan bullying (perundungan). Cyberbullying dapat diartikan sebagai perundungan online, perundungan yang dilakukan dalam dunia digital atau dunia maya atau juga dalam media sosial. Perundungan ini dapat dilakukan melalui pesan teks, e-mail, pesan instan, permainan online, situs web, chat rooms, atau melalui jejaring sosial (Kowalski and Limber 2012). Dilansir dari website Unicef (2024), Cyberbullying merupakan perilaku berulang yang ditujukan untuk menakuti, membuat marah, atau mempermalukan mereka yang menjadi sasaran. Contohnya termasuk:

- a. Menyebarkan kebohongan tentang seseorang atau memposting foto memalukan tentang seseorang di media sosial
- b. Mengirim pesan atau ancaman yang menyakitkan melalui platform chatting, menuliskan kata-kata menyakitkan pada kolom komentar media sosial, atau memposting sesuatu yang memalukan/menyakitkan
- c. Meniru atau mengatasnamakan seseorang (misalnya dengan akun palsu atau masuk melalui akun seseorang) dan mengirim pesan jahat kepada orang lain atas nama mereka.
- d. Trolling - pengiriman pesan yang mengancam atau menjengkelkan di jejaring sosial, ruang obrolan, atau game online
- e. Mengucilkan, mengecualikan, anak-anak dari game online, aktivitas, atau grup pertemanan
- f. Menyiapkan/membuat situs atau grup (group chat, room chat) yang berisi kebencian tentang seseorang atau dengan tujuan untuk menebar kebencian terhadap seseorang
- g. Menghasut anak-anak atau remaja lainnya untuk mempermalukan seseorang

- h. Memberikan suara untuk atau menentang seseorang dalam jajak pendapat yang melecehkan
- i. Membuat akun palsu, membajak, atau mencuri identitas online untuk mempermalukan seseorang atau menyebabkan masalah dalam menggunakan nama mereka
- j. Memaksa anak-anak agar mengirimkan gambar sensual atau terlibat dalam percakapan seksual.

c. Kurangnya Empati dan Penghargaan terhadap Perasaan Orang Lain

Empati adalah kemampuan untuk memahami dan merasakan apa yang dirasakan oleh orang lain, serta dapat berbuat sesuatu untuk memberikan dukungan atau kenyamanan. Dalam komunikasi, empati membantu menciptakan hubungan yang sehat dan penuh pengertian, memungkinkan individu untuk merespons dengan penuh perhatian terhadap kebutuhan emosional orang lain. Tanpa empati, komunikasi bisa menjadi kaku, tidak sensitif, dan bahkan menyakiti perasaan orang lain. Komunikasi di media sosial sering kali kurang memperhatikan nuansa verbal dan non-verbal yang biasanya ada dalam komunikasi tatap muka. Hal ini dapat menyebabkan kesalahpahaman, penghinaan, atau bahkan konflik antar individu. Komentar yang kasar dan tidak sensitif sering muncul tanpa memikirkan dampaknya terhadap orang lain.

d. Eksploitasi dan Penyalahgunaan Data Pribadi

Media sosial mengumpulkan sejumlah besar data pribadi pengguna. Tantangan etika muncul ketika data ini disalahgunakan untuk kepentingan pribadi atau komersial tanpa persetujuan yang jelas dari pengguna. Penyalahgunaan data pribadi telah menjadi isu serius seiring berkembangnya teknologi digital. Banyak kasus penyalahgunaan data pribadi yang merugikan

individu maupun organisasi. Nilai kerugiannya pun tidak sedikit. Pada salah satu kasus kebocoran data pribadi di Indonesia, sebuah perusahaan sampai merugi hingga miliaran dan perlu waktu lama untuk mengembalikan kepercayaan masyarakat. Penyalahgunaan data pribadi merujuk pada penggunaan informasi pribadi seseorang tanpa izin atau dengan cara yang melanggar hukum. Hal ini dapat mencakup pengumpulan, penggunaan, atau pengungkapan data pribadi tanpa persetujuan yang sah dari pemilik data. Beberapa contoh kasus penyalahgunaan data pribadi diantaranya kebocoran data dari layanan online seperti bank, paylater, e-commerce, atau multi-payment.

5. Solusi untuk Menangani Tantangan Etika Komunikasi di Media Sosial

Untuk mengatasi tantangan etika dalam komunikasi di media sosial, beberapa solusi berikut dapat diterapkan:

1. Pendidikan Media dan Literasi Digital

Salah satu cara untuk mengurangi penyebaran informasi yang salah adalah dengan meningkatkan literasi digital. Penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi dan Pritanova, (2017), menyebutkan bahwa pemahaman literasi digital yang buruk akan berpengaruh pada psikologis anak dan remaja yang cenderung menghina orang lain, menimbulkan sikap iri terhadap orang lain, mengakibatkan depresi, terbawa arus suasana hati terhadap komentar negatif, serta terbiasa berbicara dengan bahasa kurang sopan. Pendidikan media dan literasi digital memberikan keterampilan untuk memverifikasi sumber informasi dan memahami konteksnya, yang pada gilirannya mengurangi dampak negatif dari media sosial. Selain itu, literasi digital juga melatih individu untuk mengenali konten yang bias atau terpolarisasi, yang bisa membentuk pandangan dunia yang sepihak.

Menurut Stefany dkk (2017) literasi media adalah kemampuan

pengguna media sosial yang secara kritis dan kreatif dapat menyaring informasi yang beredar diberbagai media. Dengan pendidikan media yang baik, diharapkan pengguna dapat lebih bijak dalam menyaring informasi yang mereka terima dan sebarkan. Pendidikan media juga memfasilitasi pemahaman tentang hak cipta, etika berbagi informasi, serta implikasi dari pengungkapan data pribadi di internet. Hal ini penting agar pengguna internet dapat berperan aktif dalam mengelola identitas digital mereka dengan bijak dan aman. Untuk memastikan keberhasilan pendidikan media dan literasi digital, perlu ada kolaborasi antara berbagai pihak, mulai dari sekolah, lembaga pendidikan tinggi, hingga komunitas dan organisasi non-pemerintah. Sekolah, misalnya, dapat mengintegrasikan kurikulum yang berfokus pada pengembangan keterampilan media dan digital di semua jenjang pendidikan. Di tingkat dasar dan menengah, siswa dapat diajarkan cara mengakses informasi secara efektif, serta bagaimana menganalisis dan mengevaluasi sumber informasi yang ada. Di tingkat perguruan tinggi, literasi digital dapat menjadi bagian dari mata kuliah yang lebih mendalam, yang tidak hanya mencakup teori dan analisis media, tetapi juga teknik untuk menghasilkan konten digital yang berkualitas.

Selain itu, perlu adanya pelatihan untuk pengembangan keterampilan digital bagi orang dewasa dan masyarakat umum, mengingat tidak semua orang memiliki akses yang sama terhadap pendidikan teknologi dan media. Teknologi juga dapat dimanfaatkan untuk mendukung pendidikan literasi digital. Misalnya, penggunaan aplikasi edukasi, platform pembelajaran daring, dan media sosial yang positif dapat mengajarkan keterampilan digital dan etika komunikasi online dengan cara yang interaktif dan menarik.

2. Penerapan Kebijakan yang Tegas terhadap Ujaran Kebencian dan Perilaku Tidak Etis

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi, media sosial dan platform digital lainnya telah menjadi arena utama bagi interaksi sosial dan komunikasi. Namun, kebebasan berekspresi yang diberikan oleh

teknologi ini sering kali disalahgunakan oleh sebagian pihak untuk menyebarkan ujaran kebencian dan perilaku tidak etis. Fenomena ini tidak hanya mengancam keharmonisan sosial, tetapi juga dapat merusak integritas individu dan kelompok, serta menimbulkan dampak negatif pada masyarakat secara keseluruhan. Oleh karena itu, penerapan kebijakan yang tegas terhadap ujaran kebencian dan perilaku tidak etis di dunia digital sangat diperlukan untuk menjaga keamanan, kedamaian, dan martabat sosial.

Kebijakan hukum yang mengatur ujaran kebencian dan perilaku tidak etis perlu memiliki landasan yang jelas dan adil. Sebagai contoh, banyak negara telah mengembangkan undang-undang yang mengatur ujaran kebencian dan tindak pidana terkait, seperti di Eropa dengan General Data Protection Regulation (GDPR) yang mengatur perlindungan data pribadi dan “hate speech laws” yang melarang ujaran yang memicu kebencian rasial, agama, atau diskriminasi lainnya. Di Indonesia, misalnya, ada UU ITE (Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik) yang mengatur mengenai penyebaran informasi yang melanggar kesusilaan, penghinaan, dan pencemaran nama baik di dunia maya. Namun, kebijakan ini harus diterapkan dengan hati-hati agar tidak mengorbankan kebebasan berekspresi. Upaya pencegahan terjadinya kejahatan ujaran kebencian (hate speech) dapat dilakukan dengan memberikan penyuluhan ataupun sosialisasi kepada masyarakat luas mengenai informasi dampak media elektronik, etika menggunakan media sosial juga dapat dilakukan dengan memberikan pengetahuan hukum mengenai UU ITE (Pasaribu, Dkk, 2020). Oleh karena itu, sangat penting untuk ada keseimbangan antara melindungi individu dari ujaran kebencian dan perilaku tidak etis, serta tetap menjaga ruang untuk diskusi publik yang sehat dan bebas.

3. Meningkatkan Kesadaran tentang Empati dan Tanggung Jawab Digital

Tanggung jawab digital adalah konsep yang erat kaitannya dengan etika dalam menggunakan teknologi dan informasi secara bijak. Untuk

meningkatkan kesadaran tentang tanggung jawab digital, edukasi menjadi salah satu alat yang sangat penting. Melalui pendidikan yang berfokus pada literasi digital, masyarakat dapat diajarkan untuk memahami betapa pentingnya menjaga integritas dalam berkomunikasi, baik secara pribadi maupun dalam lingkup yang lebih luas.

Penting untuk memulai pendidikan mengenai tanggung jawab digital sejak usia dini, dengan mengajarkan anak-anak dan remaja cara menggunakan media sosial dan teknologi dengan bijak, serta dampak dari penyalahgunaan teknologi. Ini termasuk mengajarkan mereka untuk tidak hanya berhati-hati dalam menyebarkan informasi pribadi, tetapi juga untuk menghargai keberagaman pendapat dan menghormati hak orang lain dalam berkomunikasi. Selain itu, kebijakan yang mendukung dan platform teknologi yang bertanggung jawab juga berperan dalam membangun tanggung jawab digital. Platform media sosial harus mengimplementasikan pedoman yang jelas dan konsisten dalam mengatur perilaku penggunanya, serta memberikan sanksi yang sesuai bagi mereka yang melanggar aturan, seperti penyebaran ujaran kebencian atau hoaks.

4. Perlindungan Data Pribadi dan Kebijakan Privasi yang Jelas

Pengguna media sosial harus diberikan pemahaman tentang pentingnya menjaga data pribadi mereka dan bagaimana data tersebut digunakan oleh platform. Penyedia layanan media sosial harus lebih transparan mengenai kebijakan privasi mereka dan memberikan kontrol lebih kepada pengguna untuk mengelola data pribadi mereka. Salah satu tantangan utama dalam perlindungan data pribadi adalah kurangnya transparansi dalam hal bagaimana data dikumpulkan, disimpan, dan digunakan oleh perusahaan atau platform. Banyak perusahaan yang mengumpulkan data pengguna tanpa memberikan penjelasan yang cukup jelas tentang tujuan penggunaan data tersebut atau risiko yang mungkin timbul. Selain itu, seringkali kebijakan

privasi yang ada bersifat sangat teknis dan sulit dipahami oleh kebanyakan pengguna, sehingga membuat mereka tidak sepenuhnya sadar akan risiko yang mereka hadapi.

Tantangan lainnya adalah kurangnya pengawasan terhadap praktik pengumpulan dan penggunaan data oleh perusahaan. Dalam beberapa kasus, perusahaan mungkin berbagi data pribadi dengan pihak ketiga tanpa izin eksplisit dari pengguna, yang melanggar prinsip-prinsip privasi dan keamanan data. Selain itu, meskipun ada sejumlah regulasi yang mengatur perlindungan data, banyak negara yang masih kesulitan dalam menegakkan aturan tersebut secara konsisten. Selain kebijakan yang jelas dan regulasi yang kuat, kesadaran pengguna tentang perlindungan data pribadi juga memegang peranan penting. Pengguna perlu diberdayakan dengan pengetahuan untuk memahami hak-hak mereka terkait data pribadi, bagaimana cara melindungi data mereka, dan bagaimana cara mengidentifikasi potensi ancaman terhadap privasi mereka. Pendidikan tentang keamanan siber, seperti cara menghindari phishing, mengenali situs web yang tidak aman, atau mengelola pengaturan privasi di media sosial, dapat membantu pengguna untuk lebih waspada dalam mengelola data pribadi mereka.

Selain itu, penting juga untuk mendorong pengguna untuk lebih bijak dalam membagikan data pribadi mereka secara online. Sebagai contoh, pengguna harus lebih selektif dalam memberikan izin aplikasi untuk mengakses data pribadi mereka, serta menyadari potensi dampak dari berbagi informasi sensitif di platform publik. Kesadaran ini dapat mengurangi risiko penyalahgunaan data dan melindungi privasi individu di dunia digital.

Penutup

Etika komunikasi dalam media sosial merupakan hal yang sangat penting untuk menjaga kualitas interaksi antara pengguna di dunia maya. Meskipun media sosial memberikan banyak manfaat, tantangan terkait penyebaran informasi yang salah,

anonimitas yang memicu perilaku tidak etis, kurangnya empati, serta penyalahgunaan data pribadi harus segera ditangani. Dengan menerapkan solusi-solusi seperti pendidikan media, kebijakan yang tegas, dan peningkatan kesadaran digital, kita dapat menciptakan lingkungan komunikasi yang lebih etis dan sehat di media sosial.

Daftar Pustaka

- Annur, C. M. (2022, November 23). Ini Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak pada Oktober 2022. Retrieved from Katadata Media Network: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/23/ini-media-sosial-denganpengguna-terbanyak-pada-oktober-2022>.
- Dewantara, Agustinus W. (2017). Filsafat Moral Pergumulan Etis Keseharian Hidup Manusia. Yogyakarta : PT Kanisius.
- Fatma Utami, n., & Baiti, N. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Cyber Bullying Pada Kalangan Remaja. *Cakrawala - Jurnal Humaniora*, 18(2), 257-262. <https://doi.org/10.31294/jc.v18i2>
- Hartaka, I. (2019). Membangun Semangat Kebangsaan Perspektif Etika Hindu. *Genta Hredaya*, 3(2), 36-42. Retrieved 6 September 2022, from <http://jurnal.stahmpukuturan.ac.id/index.php/genta/article/view/462>.
- Kowalski, R. M., & Limber, S. P. (2012). Psychological , Physical , and Academic . *Journal of Adolescent Health*, 513-520.
- Mulyana, Deddy. (2015). Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung : PT Remaja Rosda Karya.
- Mutiara, Karimah, Dkk, (2024). Etika Komunikasi Dalam Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa. 1 (2). *Jurnal Harmoni Nusa Bangsa*. 204-217. ISSN: 3032-3770.
- Mutiah, T., Albar, I., Fitriyanto, & A.Rafiq. (2019). Etika Komunikasi dalam Menggunakan Media Sosial. *Global Komunika*, 1, 14-24.
- Pasaribu Dkk, (2020). Pencegahan Ujaran Kebencian Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Kepolisian*. Vol. 14, (6). 170-189.
- Pratiwi, N dan Pritanova, N. (2017). Pengaruh Literasi Digital terhadap Psikologis Anak dan Remaja. *Jurnal Semantik*. Vol 6, (1). 11-24.
- Sari, Afna Fitria. (2020). Etika Komunikasi (Menanamkan Pemahaman Etika Komunikasi Kepada Mahasiswa). *Tanjak: Journal of Education and Teaching*, 127. DOI: <https://doi.org/10.35961/tanjak.v1i2.152>
- Statista. Forecast number of mobile users worldwide from 2020 to 2025 [Internet]. Statista. 2021. Available from: <https://www.statista.com/statistics/218984/number-of-global-mobile-userssince-2010/>.
- Stefanny, S dkk. (2017). Literasi digital dan pembukaan diri: studi korelasi penggunaan media sosial pada pelajar remaja di Kota Medan. *Sosiglobal*. Vol.

2 (1). 10-31.

Taufik, Tata. (2012). Etika Komunikasi Islam. Pustaka Setia

Wahyudin, U., & Karimah, K. E. (2016). Etika Komunikasi di Media Sosial. Prosiding Seminar Nasional Komunikasi, 216-224.

Zed, M. (2014). Metode Penelitian Kepustakaan. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Website:

<https://www.unicef.org/indonesia/id/child-protection/apa-itu-cyberbullying>.

Diakses tanggal 1 Desember 2024.

<https://vida.id/id/blog/penyalahgunaan-data-pribadi>. Diakses tanggal 1 Desember 2024.