

Revitalisasi Etika Komunikasi Media Sosial Dalam Membangun Budaya Indonesia Yang Luhur dan Beradab

Hani Yuniani¹, Mike Indarsih², Fajar Diah astuti³, Horidatul Bakiyah⁴

¹Penyiaran, Universitas Bina Sarana Informatika

²Penyiaran, Universitas Bina Sarana Informatika

³Public Relation, Universitas Bina Sarana Informatika

⁴Public Relation, Universitas Bina Sarana Informatika

e-mail: hany.hun@bsi.ac.id¹, mike.mih@bsi.ac.id², fajar.fja@bsi.ac.id³, horidatul.hbk@bsi.ac.id⁴

ABSTRAKSI

Masyarakat Indonesia kini hidup di dua dunia, dunia nyata dan virtual. Sebagai makhluk social, manusia mau tak mau terikat pada falsafah hidup bangsa, budaya dan agama. Perjalanan manusia dalam melakukan proses bertukar pesan, danmemaknai berbagai peristiwa di lingkungan sosialnya tak bisa dilepaskan dari ketergantungan media, baik media massa yang telah melekat sejak lama, maupun media sosial (*new media*) yang menjadi perpanjangan tangan manusia saat ini. Manusia pada hakikatnya adalah makhluk paling adaptif terhadap perubahan dan perkembangan zaman khususnya dalam menggunakan teknologi dalam berkomunikasi. Ini dikarenakan perkembangan teknologi dirasakan dapat memenuhi kebutuhan dan kualitas hidup. Perkembangan dan percepatan cara-cara berkomunikasi 4.0 saat ini, memiliki dampak ikutanyakni makin luasnya kebebasan manusia mengungkapkan pikiran dan perasaan secara ekspresif sebagai pelaku komunikasi. Sehingga batasan-batasan yang sudah ajeg dipahami dan dilakukan selama puluhan tahun sebagai pedoman ber tata krama kini semakin kabur dan tergantikan dengan frasa baru, ikon dan emoticon sebagai simbol ekspresi wajah. Keberanian pelaku komunikasi juga disebabkan karena media sosial memungkinkan para peserta komunikasi bertukar pesan tanpa mengetahui identitas asli /menggunakan akun-akun anonim. Penelitian ini bertujuan untuk melihat , dan mencermati percakapan seperti apa yang banyak emngundang komentar dan berpotensi melakukan pelanggaran etika. Metode yang dilakukan menggunakan observasi partisipasi dan mengguakan data primer yakni *trending topic* di media sosial twitter. Hasil temuan yakni, konten yang kerap mengundang reaksi adalah percakapan mengenai agama, pilhan politik, dan pernyataan yang dianggap kebohongan. Perlu adanya penerapan etika komunikasi di media sosial untuk menjadi pedoman di tuang siber.

Keyword : Etika, media sosial, literasi digital

ABSTRACT

Indonesian people now live in two worlds, the real world and the virtual world. As social beings, humans are bound by the philosophy of life of the nation, culture and religion. The human journey in exchanging messages, and interpreting various events in their social environment cannot be separated from the dependence of the media, both mass media which has been attached for a long time, and social media (new media) which is now an extension of human hands. Humans are essentially the most adaptive creatures to the changes and developments of the times, especially in using technology in communicating. This is because technological developments are felt to be able to meet the needs and quality of life. The development and acceleration of the current 4.0 ways of communicating, has a side effect, namely the wider freedom of humans to express thoughts and feelings expressively as communicators. So that the boundaries that have been consistently understood and practiced for decades as guidelines for etiquette are now increasingly blurred and replaced with new phrases, icons and emoticons as symbols of facial expressions. The courage of the communicators is also due to the fact that social media allows communication participants to exchange messages without knowing their real identities/using anonymous accounts. This study aims to see, and observe what kind of conversations invite comments and have the potential to violate ethics. The method used is participatory observation and uses primary data, namely trending topics on Twitter social media. The findings are that the content that often invites reactions is conversations about religion, political choices, and statements that are considered lies. It is necessary to apply communication ethics on social media to become guidelines for cyber casting.

Keyword : Ethics, social media, digital literacy

PENDAHULUAN

Masih segar dalam ingatan kita bahwa masyarakat dunia siber mengalami perpecahan pada Pemilu Pemilihan Presiden 2019 lalu. Dua kubu yang berseberangan pendapat dan pilihan calon presiden saling memanggil dengan sebutan “cebong” dan “kampret”. Kedua kubu juga sama-sama saling lempar data dan *black campaign* terhadap masing-masing calon presiden dan Wakil Presiden. Masyarakat terpolarisasi dengan tajam seolah tak ada jalan tengah, melawan atau diserang. Pasca pemilihan presiden pun, panggilan ‘kadrun’ dan “buzzer”, pendukung Anies Baswedan pada pembahasan isu-isu di Jakarta, masih terus berlanjut. Polarisasi mengandung beberapa implikasi yang negatif, Pertama, kecenderungan ke arah ekstrimisme menjadi lebih jauh dari dunia nyata, karena itu makin besar, peluang bagi mereka berbuat kesalahan.

Publik juga terbiasa menerima kalimat-kalimat nyinyiran dan kritikan tak berujung dari masing-masing kubu yang berpolemik di dunia politik, apapun isu yang hangat diperbincangkan. Memang tak sulit saat ini untuk menggali latar belakang seorang tokoh, public figur berkenaan dengan tindak tanduknya sehingga publik mudah terbawa arus perbincangan tanpa dapat mengklarifikasi informasi yang diterimanya. Media mampu mendominasi lingkungan informasi dan berada di ana-mana. Karena sifatnya itulah, manusia menjadi tak tak berdaya untuk menghindari pesan-pesannya. Komunikasi dapat menciptakan dunia yang ramah, aman, tenag damai dan penuh cinta, tapi sbealiknya menampilkan wajah dunia yang penuh dengan amarah, tegang, haus perang dan senantiasa mengibarkan bendera permusuhan.

Kedua, polarisasi akan mendorong ekstrimisme dalam kelompok Gerakan sosial dan politik, kelompok seperti ini biasanya akan menarik anggota-anggota yang memiliki pandangan yang sama sekaligus menolak pandangan yang berbeda dengan kelompoknya. Dalam pandangan psikologis, kecenderungan perilaku kelompok ini dikenalsebagai konformitas.

Konformitas merupakan perubahan perilaku, persepsi, dan opini sebagai usaha untuk menyesuaikan diri dengan norma kelompok dengan atau tanpa tekanan secara langsung dari kelompok tersebut. Konformitas muncul ketika individu mengikuti perilaku, persepsi, maupun opini orang lain, dikarenakan oleh tekanan orang lain, baik yang nyata maupun yang dibayangkan. (Myers, 2010) Lalu, bagaimana dengan ineraksi netizen Indonesia di media sosial? Dalam laporan berjudul '*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. Laporan itu berdasarkan survei yang diikuti oleh 16.000 responden di 32 negara. Sistem penilaian laporan tersebut berkisar dari skala nol hingga 100. Semakin tinggi skor maka semakin rendah kesopanan daring di negara tersebut. Skor kesopanan daring di Indonesia sendiri naik delapan poin, dari 67 pada tahun 2019 menjadi 76 pada tahun 2020.

Dalam riset yang dirilis oleh Microsoft ini, tingkat kesopanan netizen Indonesia memburuk delapan poin ke angka 76, di mana semakin tinggi angkanya tingkat kesopanan semakin buruk. Survei yang sudah memasuki tahun kelima tersebut mengamati sekitar 16.000 responden di 32 wilayah, yang diselesaikan selama kurun waktu bulan April hingga Mei 2022. Banyaknya hoax dan penipuan menjadi penyebabnya (47%), cyberbullying (27%) dan perilaku diskriminatif di media social mencapai 13 %.

Menengok data dari APJII tahun 2021 , bahwa 196 juta penduduk yakni 73.7 Persen dari jumlah total populasi penduduk Indonesia. Ini berarti penetrasi internet di kalangan masyarakat sudah sampai ke pedesaan, walaupun masih banyak infrastruktur yang masih harus dibenahi oleh pemerintah, namun tampaknya masyarakat desa pun kini mulai telah menginternalisasi percakapan, trending isu yang berkembang di media-media social menjadi konsumsi informasi sehari-hari. Lebih lanjut informasi yang dirilis databoks.id, Tingkat ketergantungan masyarakat Indonesia terhadap media sosial sangat tinggi yakni menempati urutan kedua Setelah Filipina, yakni 3.3 jam per harinya. Disusul Malaysia, Thailand dan India, yakni 2 jam kurang lebih setiap harinya.

Berbagai platform media social yang menyediakan berbagai fasilitas seperti foto, video, tombol *like* and *share* membuat publikasi menjadi tak terbatas ruang dan waktu, menyebabkan adanya proses komunikasi dan sosial learning yang intensif. Labelling terhadap seseorang baik yang positif maupun negatif menjadi santapan sehari-hari dan menjadi tolak ukur untuk menilai baik atau buruknya seseorang. Padahal, kita memerlukan norma untuk mengkonfirmasi. Norma terbentuk puluhan , bahkan ratusan tahun sejak negeri ini diakui sebagai negri yang merdeka.

Pengantar di atas, menuntun peneliti memiliki tujuan untuk mencari cara bagaimana agar etika/etiket seta pandangan agama tetap menjadi pegangan dan panduan masyarakat siber dalam berkomunikasi baik dalam lingkup formal maupun non -formal. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dimana peneliti akan menggambarkan dialektika yang terjadi di beberapa platform media sosial khususnya yang banyak

digandrungi kawula muda (viral) dan beberapa peristiwa yang peneliti rangkum dari pemberitaan media massa baik cetak (online) maupun elektronik

Norma adalah kaidah aturan pokok, ukuran, kadar dan patokan yang diterima secara utuh oleh masyarakat guna mengatur kehidupan dan tingkah laku sehari-hari agar hidup terasa aman dan menyenangkan. Norma dapat bersifat positif, yakni mengharuskan, menekan, kompulsif, mulai dari norma-norma yang melunak, memperbolehkan, sampai dengan penggunaan sedikit paksaan. Sebaliknya norma juga bisa bersifat negatif, yakni melarang, bahkan menjadikan tabu sesuatu. Bisa pula berupa larangan-larangan dengan sanksi keras, hukuman, atau tindak pengasingan (Kartono dalam Sumadiria, 2014).

Norma dalam perwujudannya dalam masyarakat maya seharusnya menjadi panduan juga dalam melihat realitas virtual. Realitas virtual tidak terjadi dalam ruang hampa, ia merupakan tarik menarik antara berbagai hasrat, ide, dan gagasan penggunaannya. Realitas yang sengaja dikonstruksikan oleh penciptanya, yang sarat juga sarat dengan kepentingan kapital. Kenneth J. Gergen mengatakan, realitas tidak kita ambil dari objek indra kita. Realitas kita ambil dari persetujuan sosial. Melalui komunikasi, dalam relasi sosial, kita membangun realitas. Semua pandangan kita tentang kejadian-kejadian sosial adalah produksi seseorang atau sekelompok orang yang kemudian disebarkan dan diterima orang banyak (Rakhmat, 2019 : 395). Beranda/timeline kita baik di FB, Twitter, Instagram, Tik Tok, dan sebagainya menghampiri kita dengan realitas yang telah terkonstruksi sedemikian rupa, yang akan mengajak kita bereaksi dan memberikan reaksi sesuai dengan norma yang kita anut.

Norma dan Etika kadang dipertukarkan. Etika sejatinya adalah serangkaian peraturan yang berasal dari norma. Etika komunikasi yang baik akan menciptakan hubungan yang baik dan harmonis antar manusia. Sebaliknya, tanpa adanya pengetahuan mengenai etika komunikasi makan akan terjadi kesalah pahaman yang menimbulkan perselisihan dan pertengkaran yang dapat memecah belahkan kehidupan manusia. Kuatnya pengaruh media social dewasa ini, dalam keseharian hidup manusia membuat para pakar komunikasi merumuskan bahwa apa-apa yang dianggap baik, santun dalam komunikasi tatap muka, berlaku pula dalam komunikasi bermedia.

Merujuk pada Oxford Dictionaries, dikatakan bahwa : “*Ethics are moral principles that govern a person’s group behavior. Synonyms, moral code, morals, morality, values, rights, and wrongs, principles, ideas, standards (of behavior), value systems, virtues, dictates of conscience*” (Etika adalah prinsip-prinsip moral yang mengatur

seseorang perilaku grup. Sinonim, moral kode, moral, morality, nilai-nilai, hak, dan kesalahan, prinsip-prinsip, ide-ide, standar dari perilaku, sistem nilai, kebijakan, nurani.

Manusia berkomunikasi dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan sosialnya. Terutama di masa sekarang ketika semua kendali kebutuhan hidup ada dalam genggam tangan telepon pintar (smartphone). Komunikasi pada era sekarang memungkinkan setiap manusia saling bertukar pesan dalam satu symbol yang disepakati. Manusia bagaikan hidup dalam global village yang memberi kesempatan seluas-luasnya untuk menjelajahi dunia virtual serta berinteraksi dengan orang lain di berbagai belahan negara di dunia. Ketika etika digabungkan dengan komunikasi, maka etika menjadi pegangan atau pondasi dalam berkomunikasi. Nilai-nilai yang telah lama dianggap baik dan bernilai seperti kejujuran dan sopan santun dalam komunikasi tatap muka, menjadi nilai yang baik pula di media sosial, sebaliknya, pemahaman tentang ketidak santunan pada komunikasi langsung, juga berlaku di ruang maya.

The Austrian PR Ethics Council (2016) mengungkapkan setidaknya ada 8 prinsip etika komunikasi yang mengemuka, yakni :

1. **Fairness**; *use the power of communication with care.* Semua komunikator (baik individu maupun organisasi) memiliki kewajiban menggunakan kekuasaan mereka dengan hati-hati agar tidak menyerang dan mengganggu orang lain. Pernyataan yang emosional dapat memicu amarah dan reaksi negatif dari para peserta komunikasi yang terlibat (dalam satu medium yang sama). Jika dibiarkan, akan menjadi bola salju yang dapat menggerakkan people power (ingat Gerakan 212)

2. **Respect**; *respect the user’s personality and opinion*
Cara terbaik dalam bertukar pesan dalam media sosial adalah selalu menghargai pendapat dan kepribadian /karakteristik orang lain.

3. **Responsibility**; *Responsibility for the content of a statement as a communication*

Mengingat dan menelaah kembali tulisan yang telah dibuat apakah sekiranya mengandung konten hoax, bullying, atau perendahan martabat seseorang, maka penulsi status harus bertanggung jawab dengan apa yang ditulisnya. Meminta maaf secara terbuka dan berjanji untuk tidak mengulangnya Kembali adalah perilaku yang bijak. *Think before Post, and Thing before you share!*

4. **Moderation**; *Define clear rules for discourse*

Setiap individu, organisasi atau perusahaan selain memberi ruang kebebasan berekspresi dan megemukakan pendapat memiliki aturan yang telah disepakati Bersama selama peserta komunikasi berada di ruang maya.

5. **Clarity** ; *Define rules and guidelines as orientation for the employess of a company.*

Setiap Lembaga/perusahaan hendaknya memberikan petunjuk tentang tujuan dari komunikasi yang terjalin.

6. **Transperency**; *disclose role as communicator and the motivation*

7. **Courtesy**; *Use the right tone.*

Karena komunikasi melalui tulisan sangat minim menggunakan kontak mata dan intonasi, maka gunakan tanda baca yang tepat agar makna yang diharapkan terjadi dapat sesuai dengan apa yang dikehendaki komunikator.

8. **Privacy**; *treat personal matter personally and confidential matter as confidential.*

Hormatilah jika orang yang kita ajak bicara mengatakan bahwa apa yang dia katakan adlaah rahasia maka jangan disebarluaskan.

METODE PENELITIAN

Manusia dikonsetualisasikan sebagai aktif sekaligus pasif. Ini artinya manusia disebabkan, dibentuk, dan didorong oleh kekuatan-kekuatan di luar kendalinya, dan manusia juga aktif, mengontrol, membentuk, bertindak dan bebas. Gagasan dan perilaku manusia diubah oleh sumber komunikasi dan bahwa orang dapat bereaksi terhadap pesan yang sama dengan cara yang berbeda-beda. (Mulyana, 2018). Maka untuk dapat meneliti sikap, reaksi dan bagaimana masyarakat maya berinteraksi , penulismenggunakan.dengan metode netnografi tentunya dengann pendekatan interpretif (kualitatif).

Netnografi adalah cara untuk melakukan penelitian antropologi melalui internet, menggunakan informasi yang tersedia secara publik di mana semua orang bebas berbagi melalui media sosial. Menurut Kozinets (2010) sebagaimana dikutip Bowler Jr.,(2010) merekomendasikan tahapan metodologis dan prosedur studi netnografi mencakup : Entrée: perumusan pertanyaan penelitian dan identifikasi komunitas online yang sesuai untuk studi. Koleksi data: salinan langsung dari komunikasi yang dimediasi komputer oleh anggota komunitas online dan pengamatan komunitas dan anggotanya, interaksi dan artinya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Internet adalah era baru, menolak menggunakannya atau membatasi penggunaannya akan membuat kita tertinggal. Dalam memahami konteks berkomunikasi di media sosial, setidaknya kita dapat melihat *content* (isi) percakapan meliputi 3 hal, yakni, nilai kebenaran, nilai ketepatan, dan kepatutan yang saling kait mengait dengan norma, dan etika sebagai panduan. Bagaimana narasi teks, foto dan

video tidak menimbulkan kegaduhan di masyarakat. *While networks are equipped to flexibly adapt the environment, they also make system unstable*, ketika komunikasi semakin terbuka, individu-individu yang terlibat jika tidak dibarengi dengan *frame of referencesyang* mumpuni, makareaksi berupa *comment* dan *hate speech* akan selalu menghiasi timeline media-media sosial kita. Berikut beberapa temuan penulis tentang pelanggaran etika di media sosial.

Sebuah posting-an seorang pria diunggah oleh akun Instagram @sandrotian ,dalam *story*-nya mengenakan busana abaya (hitam) dan cadar (penutup wajah), berjalan melenggak-lenggok Mengangkat bajunya sampai ke bagian paha, lalu dengan percaya diri dia katakan “syukron” dengan berlenggok-lenggok. Dalam video tersebut ,pemilik akun disambut dengan tawa riang orang disana yang menontonnya, padahal ini adalah bentuk peecehan terhadap busana Muslimah, identitas muslim, tapi syaangnya orang-orang (dalam video tersebut) malah menganggap itu sebuah komedi dan bukan pecehan terhadap agamanya.

Atas postingan tersebut, netizen mengomentari; “Ini jatuhnya sudah mengolok-olok syariat, bukan hanya sekedar merendahkan wanita berniqab saja. Semoga pelaku bisa dikenakan UU penistaan agama, udah parah sih, mereka bilang bercanda? Kalau bercanda bikin semua orang tertawa, ini mah banyak yang tersinggung berarti?”<https://indonesiatoday.co.id/read/viral-video-pria-lecehkan-pakaian-muslimah-di-acara-bukber-brand-kecantikan-lokal-616720>

Rupanya sang pemilik akun lupa, bahwa atas nama marketing atau apapun, menjual sebuah produk dengan melecehkan keyakinan dan identitas agama lain, adalah salah dalam pandangan etika.Bahkan jika dibawa ke ranah hukum, si pemilik akun tampaknya akan jera karena KUHP tentang penisataan agama mengancam pelakunya dengan Undang Hukum Pidana (KUHP) Pasal 156a yakni memidanakan mereka yang di muka umum mengeluarkan yang bersifat permusuhan, penyalahgunaan, atau penodaan terhadap suatu agama yang dianut di Indonesia.

Pasal 156 KUHP berbunyi, "Barang siapa di muka umum menyatakan perasaan permusuhan, kebencian, atau penghinaan terhadap suatu atau beberapa golongan rakyat Indonesia, diancam dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 4.500". Sedangkan isi Pasal 156a KUHP adalah, "Dipidana dengan pidana penjara selama-lamanya 5 (lima) tahun barang siapa dengan sengaja di muka umum mengeluarkan perasaan atau melakukan perbuatan yang bersifat

permusuhan, penyalahgunaan, atau penodaan terhadap suatu agama yang dianut di Indonesia.

Demikian, ketika etika tidak menjadi pegangan, hukum positif dianggap paling efektif dalam “menertibkan” perilaku amoral di media sosial. agar menjadi pembelajaran, salah satunya agar para netizen lebih bijak dalam mengungkapkan pendapatnya terutama mengenai hal-hal yang berkaitan dengan SARA. Lebih selektif dalam bermedia sosial dan tidak mudah terprovokasi untuk menjaga kedamaian antar umat beragama.

Sikap diskriminatif juga pernah dilakukan seorang tokoh agama yang meminta ayat Al-Quran dihapuskan karena dianggap menjadi sumber ajaran teroris.

"Kalau perlu Pak Menag, 300 ayat yang menjadi pemicu hidup intoleran, radikal, dan membenci orang lain karena beda agama itu diskip atau direvisi atau dihapuskan dari Al-Quran Indonesia. Ini sangat berbahaya sekali," kata Saifuddin Ibrahim dikutip dari YouTube pribadinya".

Ungkapan tokoh agama (Pendeta Saifudin) tersebut tidak cukup hanya didekati dari sanksi etika secara sosial, namun harus ditindak dengan hukum positif di Indonesia. Polisi kini tengah menangani kasus ini dan sang tokoh terancam pidana penjara. Dalam perkara ini pelaku diancam hukuman maksimal 5 tahun penjara karena melakukan penistaan agama.

Implikasi panjangnya efek dari komunikasi *hate speech* yang masih hangat diperbincangkan saat ini pula, yakni pada peristiwa dipukulnya seorang pegiat media sosial, Ade Armando, pada aksi demonstrasi mahasiswa 11 April 2022. Ade yang semula hanya ingin membuat *content* di tengah-tengah aksi mahasiswa, tanpa diduga harus menerima amuk massa, diteriaki sebagai “munafik”, “buzzer” oleh pelaku aksi dengan sangat emosional. Hingga pada akhirnya mereka memukuli Ade dan mengakibatkan luka-luka di wajah dan tangannya. (<https://news.detik.com/berita/d-6028362/balada-ade-armando-dipukuli-saat-ikut-demo-tolak-jokowi-3-periode/>)

Mengapa kekerasan akhirnya timbul sebagai akibat wacana /diskursus di media sosial? Jika kita ingin mencari akar permasalahan mengapa ini terjadi, kita dapat menengok kembali apa yang pernah diunggah oleh Ade. Beberapa waktu belakangan, sang tokoh agak cukup membuat kontroversi, pada cuitannya di laman Twitter; tentang perintah shalat yang tidak ada dalam Al-Quran, adzan tidak suci, dan membuat meme Anies Baswedan dengan karakter Joker. Asumsi paling sederhana dapat kita katakan bahwa inilah yang disebut sebagai

cyber war yang berujung pada physical war. Ruang maya berimbas pada dunia real (nyata).



Gambar 1.

Kondisi Ade Armando pasca pemukulan pada aksi demonstrasi menolak jabatan presiden tiga periode pada 11 April 2022 di Gedung DPR.

Pada beberapa unggahan Ade di twitter, Ade dilaporkan karena melakukan penistaan agama (terkait cuitannya soal perintah shalat tidak ada dalam Al-Quran), orang islam bodoh dan terbelakang, dan Ade sudah ditetapkan berstatus tersangka. Ade dianggap buzzer yang selama ini meresahkan. Oleh pihak kepolisian. Wacana/*discourse* yg berkembang di ranah dunia maya dengan isi/*content* yang masuk ranah agama apalagi yang dianggap menyinggung keyakinan agama tertentu, dapat menimbulkan efek massif seperti ini. Kategori *hate speech* sendiri merupakan salah satu item yang paling banyak ditemukan di media social dan menjadi salah satu indikator kurangnya tingkat kesopanan warganet Indonesia. Ruang siber memberikan arah ataupun pola bagaimana interaksi yang terjadi antara individu dengan perangkat teknologi maupun antar individu melalui perangkat tersebut. Keberadaan perangkat tidak sekedar sebagai *interface* (antarmuka) dalam berinteraksi, tetapi juga konsep-konsep misalnya tentang diri yang muncul di ruang siber. Pada peristiwa penyerangan terhadap tokoh Ade Armando ini, tentu tidak terlepas dari persepsi netizen terhadap sosok diri Ade. Persepsi public tersebut akhirnya membawa reaksi di masyarakat, yang akhirnya memilih jalan kekerasan sebagai cara untuk melampiaskan kekesalan mereka. Ade dianggap sebagai pasukan media sosial pendukung pemerintah.

Lebih lanjut Hine (2000) seperti dikutip Nasrullah (2018), menjelaskan bahwa internet merupakan konteks institusional maupun domestik dimana teknologi ini juga menggunakan symbol-simbol yang memiliki makna tersendiri, sebagai sebuah bentuk *metaphorical* yang melibatkan konsep-konsep baru terhadap teknologi serta hubungannya dengan kehidupan social. Jadi internet tidak hanya sebatas pada pengertian teknologi yang menghubungkan komputer semata, tetapi juga mengandung fenomena-fenomena sosial sebagaimana

yang terjadi dalam interaksi antar individu secara tatap muka.

Ruang siber juga menjadi ajang bagi setiap individu untuk melakukan personal branding. Setiap teks, foto, video, dan narasi yang dibangun menjadi sebuah komoditi untuk menjelaskan siapa saya.. Seorang *public figure*, kini lebih dikenal sebagai *influencer* atau *endorser*, memiliki pengaruh kuat di masyarakat dalam pengertian positif maupun negatif. Tema perbincangan netizen tentang sosok Wirda Mansur, anak sulung dari Ustadz Yusuf Mansur, kerap menjadi cyberbullying karena dianggap sering berbohong, perihal status pendidikannya. Wirda disebut pembohong karena dalam Riwayat Pendidikan di *Linkdin*, ia mengaku lulusan Oxford dan sempat kuliah di beberapa universitas seperti Raffles University, The University of Buckingham (UoB) Inggris, dan Institut Darul Quran Jakarta. Netizen akhirnya mencari tahu dan telah dikonfirmasi, Wirda mengaku hanya mengambil kursus singkat di kampus-kampus tersebut. Namanya sempat bertengger dalam jajaran trending topik di media twitter tak lama setelah ia *post story* di akun Instagramnya, yang mengatakan perusahaan Paytren milik ayahnya sempat diminati investor dengan nilai 4 Triliun rupiah.

Hal-hal itulah yang menyebabkan Wirda dicap *halu* (mengada-ada/mimpi) dan menuai banyak makian dan cacian. Seakan belum puas, warganet juga menyangsikan perkataan Wirda yang menyebut dirinya pernah mimpi berjumpa dengan Rasulullah SAW. Komentar yang masuk pada akhirnya masuk ke ranah keyakinan. Ranah yang tak bisa disamaratakan pengalaman spiritual /rohani setiap orang. Sayangnya, kini “menguliti” habis kehidupan seseorang dengan gaya menghujat menjadi “budaya” dalam komunikasi remaja/milenial ataupun Gen-Z.



Gambar 2

Wirda Mansur menjawab komentar netizen yang menuduhnya bohong soal kuliah di Oxford



Gambar 3

Skema interaksi masyarakat maya dan masyarakat nyata

Perubahan sosial dalam *cybercommunity* /masyarakat maya, memiliki aneka dampak budaya yang sangat luas dan tajam, karena selain sifat perubahannya yang mengglobal, juga perubahan sosial ini berlangsung dengan amat sangat cepat, sehingga melahirkan efek ganda terhadap perubahan perilaku pada masyarakat maya dan masyarakat nyata. Selain itu juga, menyebabkan gesekan-gesekan sosial yang tajam dalam dua belahan masyarakat tersebut. Perubahan sosial pada *cybercommunity*, erat kaitannya dengan refleksi realitas nyata (Bungin, 2006 : 160-172).

Komunitas maya tak bisa dianggap kurang nyata dibandingkan dengan komunitas fisik atau *real society*. Seperti dikemukakan Kosinets (1998) dalam Winarno (2020) bahwa kelompok-kelompok sosial tersebut memiliki keberadaan yang nyata karena kelompok-kelompok sosial tersebut sejatinya memiliki anggota kelompok yang nyata, dan membawa dampak-dampak pada banyak aspek perilaku masyarakat.

Di tengah deras arus informasi, tanpa memiliki filter pribadi, apa yang sedang menjadi “trending topic” memberikan ruang seluas-luasnya bagi netizen mengungkap pikiran, pendapat dan ungkapan emosi terkait topik tersebut. Padahal, antara yang membuat status dengan yang memberikan komentar seringkali tidak mengenals atau sama lain. Dalam beberapa moment, *cyberspace*, seolah dijadikan surga bagi Sebagian orang yang tidak eksis secara sosiologis, tetapi eksis secara psikologis. Dengan berlidung dibalik akun anonim, siapa pun dapat berkomentar sesuai keinginannya.

Lalu bagaimana Etika harus masuk dan hadir di tengah-tengah pergulatan budaya yang kurang santun ini? Media sosial seperti Facebook, twitter, Instagram, LINE, Tik Tok serta medium Youtube dan sejenisnya pasti memiliki kebijakantersendiri tentang apa yang harus mereka blokir dan tidak. Media sebagai penyampai pesan juga berperan dengan menyediakan sarana report spam/hate speech yang akan ditindak lanjuti apabila beredar post, berupa foto,

video dan teks yang asusila dan mengandung content yang appropriate seperti *bullying*, *hate speech* dan diskriminasi.

Pada tataran individu sebagai pengguna, kendali diri sangat penting. Pepatah 'jempolmu harimau-mu' menjadi warning bagi setiap pegiat media sosial, agar lebih waspada jangan sampai teks yang tertulis berujung pada ujaran kebencian terhadap sesorang atau sekelompok orang sehingga harus masuk ranah hukum.

KESIMPULAN

Dari penjabaran pada bab pembahasan di atas, dapat terlihat tema tentang ketidaksantunan warganet tak lepas dari 4 hal berikut: *Cyberbullying*, diskriminasi, *hate speech* dan menyebar berita bohong/hoax. Maka pada akhir tulisan ini, penulis mengajukan beberapa jalan keluar dari aspek permasalahan yang telah diungkap pada awal tulisan. Cakap digital yakni menggunakan berbagai platform media sosial dengan positif dan bijaksana. Jika kita menginginkan interaksi komunikasi yang harmonis dan berjalan lancar, setidaknya ada 4 pilar literasi digital yang hendaknya kita kembangkan.

1. **Digital ethics** yakni kemampuan menyadari mempertimbangkan dan mengembangkan tata kelola etika digital (*netiquette*) dalam kehidupan sehari-hari.
2. **Digital Safety**, yakni kemampuan masyarakat untuk mengenali, menerapkan, meningkatkan kesadaran perlindungan data pribadi dan keamanan digital.
3. **Digital Skills**, berkaitan dengan kemampuan individu dalam mengetahui, memahami, dan menggunakan perangkat keras, perangkat lunak serta sistem operasi digital dalam kehidupan sehari-hari.
4. **Digital culture**, merupakan bentuk aktivitas masyarakat di ruang digital dengan tetap memiliki wawasan kebangsaan, nilai-nilai Pancasila, dan kebhinekaan

Penggunaan ruang siber tetap bisa kita jaga dengan baik, ruang digital bisa kita jaga dengan baik dengan memenuhi etika. Tentunya akan ada langkah-langkah yang bersifat preventif, yang bersifat persuasif, bersifat edukasi serta mendorong pemerintah untuk tetap tegas terhadap tindakan-tindakan pelanggaran etika.

Pada lingkup keluarga, orang tua sebagai guru utama, menjadi teladan utama dalam menerapkan etika berkomunikasi di rumah. Hendaknya para orang tua sering mengajak anak berdiskusi tentang dunia anak dan media sosial mereka, tentang *do and don't* dalam ruang siber, serta menerapkan aturan agama yang diyakini sebagai pegangan berinteraksi. Pada lingkup sekolah, pengajaran tentang tata krama dan sopan santun khususnya yang

tertuang dalam ungkapan-ungkapan mesti digiatkan kembali.

Pada lingkup berbangsa dan bernegara, penugasan polisi virtual memang dibutuhkan mengingat semakin bebas dan terbukanya ruang siber untuk pelaku kejahatan, namun jangan pula kebebasan berpendapat dikebiri dibayangkan ketakutan dengan pemberlakuan UU ITE. Terakhir penulis berharap pada setia diri yang memiliki akun di media sosial apa pun untuk dapat menahan diri dari komentar yang menyakiti, mnyinggung dan merendahkan martabat seseorang, keyakinan, dan pandangan hidup orang lain, agar ruang siber menjadi ruang yang nyaman untuk kita berbagi kisah, pengetahuan dan pengalaman serta memupuk pesatuandan kesatuan bangsa.

DAFTAR PUSTAKA

- Myers, G. D. (2010). *Social Psychology. Teen Edition*: McGraw-Hill Publication.
- Kriyantono, Rakhmat, 2006 *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Kencana,
- Hine, C. (2015). *Ethnography for Internet. Embedded, Embodied, and Every day*. (1 st). New York: Bloomsbury Academic.
- Idris, Karlina. (2020), *Internet dan Ancaman Polarisasi, Bunga Rampai Komunikasi di Media Baru*.
- Mulyana, Deddy. (2018), *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Remaja Rosdakarya, Bandung
- Nasrullah, R. (2017). *Etnografi Virtual. Riset Komunikasi, Budaya dan Sosio Teknologi di Internet*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Jalaludin, Rakmat, *Psikologi Komunikasi*. (2020), Remaja Rosdakarya, Bandung
- Priyowidodo, Gatut. (2019), *Mongraf Etnografi dalam Tiga Riset Lapangan*, Jakarta, Rajawali Press.
- Ethics in Digital Communication, Journal of International Communications Consultancy Organisation (ICCO)*, 2016, Austria
- <https://www.kompas.com/wiken/read/2022/03/26/110500081/penyebab-netizen-indonesia-disebut-paling-tidak-sopan-se-asia-tenggara?page=all>
- <https://indonesiatoday.co.id/read/viral-video-pria-lecehkan-pakaian-muslimah-di-acara-bukber-brand-kecantikan-lokal-616720>
- <https://nasional.sindonews.com/read/721161/13/kasus-pendeta-saifuddin-yang-minta-300-ayat-al-quran-dihapus-naik-ke-penyidikan-1648015386>
- <https://news.detik.com/berita/d-6028362/balada-ade-armando-dipukuli-saat-ikut-demo-tolak-jokowi-3-periode>
- <https://www.suara.com/entertainment/2022/02/28/185436/terbongkar-wirda-mansur-ternyata-tak-pernah-kuliah-di-oxford-warganet-halu-banget>

HALAMAN INI DIKOSONGKAN