



Lensa Driyarkara adalah program kerja Kementerian Analisis Isu Strategis Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Sanata Dharma 2021 berupa kajian yang berisi pemikiran-pemikiran atas isu-isu kontemporer dari perspektif BEM USD.

Selamat membaca!

Lensa Driyarkara:

PENTINGNYA ETIKA DALAM MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL

Maria Gelvina Maysha

Atthalla Syalsabhila

Elvida Glodia Ardiani

Kementerian Analisis Isu Strategis

Teknologi menjadi salah satu faktor pendorong perkembangan zaman. Saat ini perkembangan teknologi mengalami peningkatan yang pesat tidak terkecuali teknologi komunikasi. Semua orang tampaknya membutuhkan televisi, handphone, dan komputer pada kesehariannya. Hal ini juga menyebabkan kemunculan dan pertumbuhan yang berbanding lurus dengan kebutuhan akan internet. Banyak hal yang dapat kita lakukan di internet seperti bermain *game*, membaca berita, dan bermain media sosial. Bermain media sosial telah menjadi sebuah kebutuhan baru dalam kehidupan manusia saat ini. Contohnya saat kita ingin berkabar dengan keluarga yang jauh disana, sekedar mengobrol atau bertanya jawab dengan seseorang tanpa harus bertemu, hingga dalam keadaan genting yang harus dilakukan dengan waktu yang cukup singkat *chatting* atau telepon via media sosial menjadi pilihan yang sangat tepat. Untuk biayanya sendiri, media sosial memerlukan internet yang tidak gratis tetapi cukup terjangkau mengingat kita hanya perlu membeli paket internet sesuai kebutuhan dan

kemampuan kita. Semua itu sudah membuat kita mampu mengakses semua hal yang memerlukan internet terlebih bermain media sosial. Akan tetapi, sebanding dengan kemudahan yang didapat, ternyata masih ada sebagian orang yang “menyalahgunakan” kemudahan yang didapat. Perlu kita ingat, kemudahan yang kita dapatkan dalam bermain media sosial tidak lantas menjadikan kita bebas berbuat semaunya, contohnya membuat akun palsu atau *fake account*. Sesuai dengan namanya, *fake account* merupakan sebuah akun yang tidak menampilkan identitas asli seseorang. Bisa jadi memakai identitas milik orang lain, atau bahkan tidak menampilkan sama sekali. Dengan membuat akun seperti ini, biasanya mereka akan dengan leluasa memberikan komentar, *like* dan sebagainya di akun samarannya tanpa peduli komentar orang lain karena tidak ada orang yang mengenalinya.¹ Disinilah saat dimana banyak orang bersikap semaunya tanpa memakai etika dan menimbulkan kerugian untuk orang lain maupun diri sendiri baik moral bahkan materiil. Maka diperlukannya pemahaman tentang media sosial, dampak negatif yang ditimbulkan, hingga pembahasan etika yang menyertainya.

Apa Itu Media Sosial?

Media sosial adalah media daring yang digunakan untuk kebutuhan komunikasi jarak jauh, proses interaksi antara *user* satu dengan *user* lain, serta mendapatkan sebuah informasi melalui perangkat aplikasi khusus menggunakan jaringan internet.² Tujuan dari adanya media sosial sendiri adalah sebagai sarana komunikasi untuk menghubungkan antar pengguna dengan cakupan wilayah yang sangat luas.³

Jenis-jenis media sosial pun terbilang banyak seiring dengan fungsi yang dimiliki masing-masing. Media sosial dapat dikategorikan dalam beberapa jenis didasarkan atas teori *media research (social presence, media richness)* dan *social processes (self-presentation, self-disclosure)*, yang merupakan komponen utama dari media sosial. Teori *social presence*

¹ Karja, “Mengapa Netizen Menjadi Lebih Real di Akun Kedua Media Sosial Mereka?”, diakses dari <https://kumparan.com/karjaid/mengapa-netizen-menjadi-lebih-real-di-akun-kedua-media-sosial-mereka-1skzllwxePY/full> pada 23 Mei 2021 pukul 02.20 WIB.

² Muhammad Robith Adani, “Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Manfaat untuk Bisnis”, diakses dari <https://www.sekawanmedia.co.id/media-sosial-untuk-bisnis/> pada 14 Mei 2021 pukul 14.23 WIB.

³ *Ibid.*

menyatakan bahwa media dapat dibedakan sesuai tingkat kontak suara, visual, dan kontak fisik yang dapat dilakukan dalam komunikasi.⁴

Berdasarkan teori tersebut media sosial dapat dikategorikan sebagai berikut:

1. *Weblog (Blog)*

Menurut Petko (2015), blog atau web-log dapat dianggap sebagai alat teknologi, tetapi dapat juga digunakan untuk menampung konten pribadi maupun dalam praktik sosial. Sebagai alat teknologi, weblog merupakan *web-content management system* yang mudah digunakan dan memfasilitasi pengembangan dan pemeliharaan dari *website* dengan struktur kronologis yang membutuhkan *update* lebih dari satu kali. Terdapat beberapa contoh blog yang sudah lumrah digunakan, antara lain wordpress (www.wordpress.com), blogger (www.blogger.com), dan tumblr (www.tumblr.com).⁵

2. *Collaborative Project*

Menurut Kaplan (2010), *collaborative project* memungkinkan kreasi konten secara sekaligus oleh beberapa pengguna. Salah satu contoh aplikasinya adalah ensiklopedia *online* Wikipedia.⁶

3. *Social Networking Sites (SNS)*

Menurut Kaplan (2010), *social networking sites* merupakan sebuah aplikasi yang memungkinkan para penggunanya untuk saling terhubung dengan membuat profil yang berisi data diri, mengundang teman dan rekan untuk mengaksesnya dan saling berkirim e-mail, serta pesan singkat (*instant messaging*). Data diri yang dimaksud dalam konteks ini adalah segala bentuk informasi termasuk foto, video, audio, dan blog.⁷

4. *Content Communities*

Menurut Kaplan (2010), *content communities* memiliki tujuan utama untuk membagikan media konten yang dapat dilakukan di antara para penggunanya. *Content communities* tersedia dalam skala besar untuk berbagai macam tipe medianya, termasuk teks, foto, video, dan presentasi *PowerPoint*. Pengguna dalam *content communities* tidak diwajibkan untuk membuat halaman profil, jika diharuskan

⁴ Andreas M. Kaplan & Michael Haenlein, "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media", Business Horizons, Vol. 53, Issue 1, 2010, hlm. 59-68, diakses dari <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003> pada 14 Mei 2021 pukul 14.56 WIB.

⁵ *Ibid.*

⁶ *Ibid.*

⁷ *Ibid.*

membuat, maka halaman profil tersebut biasanya hanya akan berisi informasi dasar, misalnya tanggal mulai bergabung dan jumlah konten yang sudah diunggah.⁸

5. *Virtual Social World*

Menurut Kaplan (2010), *virtual social world* memungkinkan para penghuninya untuk memilih perilaku mereka secara lebih bebas dan pada dasarnya tinggal di kehidupan virtual yang menyerupai kehidupan nyata para penggunanya.⁹

6. *Virtual Game World*

Telah dijelaskan sebelumnya bahwa dalam *virtual world* pengguna dapat muncul dalam bentuk avatar yang dibuat dan saling berinteraksi di lingkungan tiga dimensi seperti di dunia nyata. Menurut Kaplan (2010), *virtual game world* merupakan salah satu bentuk dari *virtual world* yang mewajibkan para penggunanya untuk berlaku sesuai dengan aturan tegas dalam konteks *massively multiplayer online role-playing-game* (MMORPG), sehingga memungkinkan beberapa pemain yang tersebar di berbagai negara bermain langsung secara bersamaan.¹⁰

Media sosial sudah melekat pada sebagian besar masyarakat Indonesia dimana *users* memiliki berbagai tujuan dalam bermain media sosial. Penelitian We Are Social 2020 menemukan rata-rata waktu yang dihabiskan pengguna Indonesia usia 16-64 dalam mengakses media sosial mencapai 3 jam 26 menit per hari. Penetrasi pengguna media sosial pun terus meningkat yang kini 59 persen dari 272,1 juta total penduduknya adalah pengguna media sosial. Angka ini meningkat lebih dari 8,1 persen atau setara dengan lebih dari 12 juta pengguna dari April 2019. Sementara Indonesia disebut punya 160 juta pengguna aktif media sosial yang 99 persen penggunanya mengakses media sosial melalui ponsel.¹¹ Dilansir dari penelitian We Are Social 2020, ada sepuluh media sosial yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia. empat peringkat terbesar dimiliki oleh Youtube. Menjadi *platform* yang paling sering digunakan pengguna media sosial di Indonesia dengan rentang usia 16 hingga 64 tahun. Persentase pengguna yang mengakses Youtube mencapai 88%. Media sosial yang paling sering diakses selanjutnya adalah WhatsApp sebesar 84%, Facebook sebesar

⁸ *Ibid.*

⁹ *Ibid.*

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ M. Ikhsan, "Survei: 5 Media Sosial Paling Populer di Dunia", diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200819154002-185-537377/survei-5-media-sosial-paling-populer-di-dunia> pada 22 Mei 2021 pukul 02.36 WIB.

82%, dan Instagram 79%.¹² Peringkat lima sampai sepuluh sendiri dimiliki oleh Twitter, Line, Facebook Messenger, LinkedIn, Pinterest, dan WeChat.

Sekilas Perihal Dampak Negatif Media Sosial

Sebelum mengetahui bagaimana “kadar” etika masyarakat Indonesia dalam menggunakan media sosial, ada baiknya apabila kita mengetahui terlebih dahulu tentang dampak negatif dari penggunaan media sosial. Dilansir dari sebuah artikel penelitian berjudul “Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia” dipaparkan dampak-dampak negatif dari media sosial adalah sebagai berikut.¹³

Media sosial dapat menjauhkan orang-orang yang dekat, tetapi juga sebaliknya. Orang yang terjebak dalam media sosial memiliki kelemahan besar yang berisiko mengabaikan orang-orang di kehidupannya sehari-sehari. Hal itu berdampak pada penurunan interaksi secara tatap muka. Mudah-mudahan berinteraksi melalui media sosial menyebabkan seseorang akan semakin malas untuk bertemu secara langsung dengan orang lain.

Kecanggihan dunia virtual membuat orang-orang menjadi kecanduan akan internet. Dengan kepraktisan dan kemudahan menggunakan media sosial, maka orang-orang akan semakin bergantung pada media sosial, dan pada akhirnya akan menjadi kecanduan terhadap internet. Pengguna internet harus membayar biaya yang tidak murah agar tetap mendapatkan akses internet. Oleh sebab itu, penggunaan media sosial akan menambah “beban” dalam aspek ekonomi.

Pengguna media sosial juga rentan terhadap pengaruh buruk orang lain karena tidak sedikit postingan berisi kabar bohong atau ujaran kebencian muncul di dinding media sosial pengguna. Pengguna yang rentan terhadap pengaruh buruk adalah pengguna yang gampang terprovokasi. Kemudian, penggunaan media sosial yang kurang tepat akan berdampak pada masalah privasi. Semakin sering seorang pengguna mengunggah masalah pribadinya, maka semakin mudah bagi pengguna lain untuk mengetahui keadaan dari pengguna tersebut. Selain itu, dampak negatif penggunaan media sosial dari ranah privasi, yaitu munculnya orang-orang jahat yang dapat memanfaatkan keadaan dari seorang pengguna yang telah dicuri

¹² Databoks, “10 Media Sosial yang Paling Sering Digunakan di Indonesia”, diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/26/10-media-sosial-yang-paling-sering-digunakan-di-indonesia> pada 22 Mei 2021 pukul 02.52 WIB.

¹³ AS. Cahyono, “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia”, Jurnal Publiciana, Vol. 9 No. 1, 2016, hlm. 140—157, diakses dari <https://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/view/79> pada 15 Mei 2021 pukul 12.00 WIB.

informasi atau data pribadinya. Contoh dari masalah ini adalah banyak ditemukan kasus penipuan berbasis *online*.

Lalu, penggunaan media sosial juga dapat menimbulkan pertikaian. Dengan adanya media sosial, siapapun bebas mengeluarkan pendapat atau opini. Akan tetapi, kebebasan yang berlebihan tanpa ada kontrol sering menimbulkan potensi konflik yang akhirnya berujung pada sebuah perpecahan.

Sesuai namanya, dunia maya, tidak sedikit apa yang ditampilkan oleh seorang pengguna media sosial di dunia tersebut adalah citra palsu atau representasi diri yang bertentangan dengan diri dalam dunia nyata. Dalam artikel penelitian berjudul “Pemakaian Media Sosial dan *Self Concept* pada Remaja” diterangkan bahwa ketika pengguna memikirkan representasi dirinya, maka akan kehilangan diri yang sebenarnya karena citra diri yang ditampilkan dalam dunia *online* berbeda dari cara berperilaku di dunia nyata.¹⁴

Hal tersebut dapat mendorong munculnya citra diri yang negatif karena pengguna tidak menerima diri apa adanya. Kemudian, pengguna media sosial juga cenderung berada di bawah tekanan terus-menerus untuk tampil sesuai standar media sosial. Oleh sebab itu, pengguna yang terlalu banyak menghabiskan waktu bermain di media sosial memiliki risiko mengalami penurunan konsep diri.

Penggunaan media sosial juga berpengaruh terhadap perilaku masyarakat ke arah yang cenderung negatif pula. Dampak negatif cenderung membawa perubahan sosial masyarakat yang menghilangkan nilai-nilai atau norma di masyarakat. Tidak hanya itu, penggunaan media sosial juga membawa perubahan dalam kebudayaan. Dalam konteks ini, masyarakat yang menjadi fokus kajian adalah masyarakat Indonesia. Lantas, bagaimanakah dampak negatif dari penggunaan media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat dan budaya?

Dari beberapa sumber, perilaku-perilaku negatif yang dapat terjadi akibat penggunaan media sosial dalam aspek sosial masyarakat dan budaya adalah sebagai berikut.

1. Pengaruh media sosial terhadap perilaku masyarakat yang memunculkan konflik

Penggunaan media sosial dapat menimbulkan konflik terkait isu Suku, Agama, Ras, dan Antar golongan (SARA). Penggunaan media sosial yang tidak bijak oleh pengguna tertentu dapat menjadi sumber munculnya keresahan dalam dunia maya. Dalam beberapa kasus, ditemukan pengguna media sosial yang mempublikasikan

¹⁴ Kokom Komariah dan Kartini, “Media Sosial dan Budaya Politik Generasi Milenial dalam Pemilu”, Jurnal Aristo, Vol. 7, No. 2, 2019, hlm. 228--248, diakses dari <http://journal.umpo.ac.id/index.php/aristo/article/view/KK> pada 15 Mei 2021 pukul 12.00 WIB.

sebuah postingan berisi hoaks yang dapat menggiring masyarakat pada ketidakbenaran atau menyebarkan ujaran kebencian yang dapat memancing pro dan kontra dari pengguna lain. Akibatnya, unggahan tersebut memantik api pertikaian terhadap pengguna-pengguna media sosial yang berhasil terprovokasi. Hal itu dapat menjadi masalah besar apabila masalah yang terjadi di dunia maya ikut terbawa pada dunia nyata.

Penggunaan media sosial yang tidak bijak menimbulkan konflik antar kelompok-kelompok tertentu dengan berlatar belakang suku, ras, maupun agama. Mengatasnamakan agama dan kelompok tertentu memiliki pengikut dengan jumlah yang banyak pada media sosial cenderung memanfaatkan momen tertentu untuk menggerakkan massa dalam kegiatan tertentu. Secara langsung media sosial berpengaruh terhadap terbentuknya kelompok-kelompok sosial tersebut dengan menggunakan prinsip, nilai, dan akidah tertentu untuk menjadi perubah sistem. Dampak negatif dari penggunaan media sosial juga berpengaruh terhadap kondisi stabilitas sebuah negara. Ada pula unggahan berlatar belakang kesenjangan sosial yang sering mengundang komentar dan berujung konflik.¹⁵

Dikutip dari sebuah berita yang dimuat dalam *Bisnis.com* pada 16 April 2021 lalu, polisi virtual mengungkapkan bahwa media sosial yang paling berkontribusi banyak dalam penyebaran ujaran kebencian dan SARA adalah: (1) *Twitter*; (2) *Facebook*; (3) *Instagram*; (4) *Youtube*.¹⁶ Sebagai satu contoh kasus dalam penyebaran ujaran kebencian, pada April 2021 lalu, seorang pengguna media sosial bernama Jozeph Paul Zhang alias Shindy Paul Soerjomoelyono dipolisikan karena diduga telah melakukan penistaan agama melalui video yang diunggah dalam kanal Youtube miliknya. Dalam konten tersebut, Jozeph melontarkan sejumlah kalimat yang bersifat menghina agama.¹⁷

2. Pengaruh media sosial terhadap budaya politik generasi milenial

Generasi milenial dengan penggunaan media sosial yang intens cenderung berpartisipasi secara politik dengan memanfaatkan media sosial menjadi katalisator. Media sosial beserta kontennya dijadikan sebagai platform dalam membentuk persepsi politik, kepercayaan, sikap, dan tindakan kalangan generasi milenial dalam

¹⁵ *Ibid.*

¹⁶ *Bisnis.com*, diakses dari <https://kabar24.bisnis.com/read/20210416/16/1382198/polri-ujaran-kebencian-dan-sara-paling-banyak-di-twitter-dan-facebook> pada 21 Mei 2021 pukul 12.33 WIB.

¹⁷ DW, diakses dari <https://m.dw.com/id/jozeph-paul-zhang-ditetapkan-sebagai-tersangka/a-57259172>, pada 21 Mei 2021 pukul 12.43 WIB.

menentukan pilihan, memberikan rekomendasi, dan mengajak orang lain untuk memilih pasangan calon dukungannya. Hal ini bisa memiliki dampak positif, tetapi bisa berdampak negatif apabila memunculkan perpecahan dan konflik antar kubu atas pasangan calon yang diusung.¹⁸

Dilansir dari artikel berita yang terbit dalam *Kompas.com* pada tahun 2018, ketua Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (MAFINDO) Septiaji Eko Nugroho mengatakan bahwa konflik dan perdebatan antar elit politik yang kerap kali ditampilkan lewat berbagai media berkontribusi besar terhadap riuhnya pertentangan masyarakat di media sosial. Kondisi itulah yang membuat publik kerap kali terbelah ke dalam kubu-kubu besar dan saling bertarung wacana di media sosial.¹⁹

3. Menurunnya perilaku sosialisasi tatap muka dalam masyarakat

Dilihat dari sisi interaksi sosial pengaruh perubahan sosial di masyarakat terjadi karena semakin mudahnya manusia berinteraksi melalui media sosial, maka interaksi sosial di dunia nyata akan turut berkurang. Manusia tidak perlu lagi saling bertemu secara langsung untuk berkomunikasi, sehingga hal ini akan membentuk pola hidup masyarakat yang semakin tertutup.²⁰

Rendahnya Etika Warganet Indonesia dalam Menggunakan Media sosial

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Microsoft tentang *Digital Civility Index* (CDI) selama tahun 2020, warganet Indonesia disebut sebagai pengguna media sosial paling tidak sopan se-Asia Tenggara. Hasil studi tersebut menguat ketika pada April 2021 lalu, pasangan *gay* di Thailand menerima berbagai komentar buruk dari warganet Indonesia karena pernikahan mereka. Mayoritas dari warganet tersebut memberi komentar berupa hinaan dan kalimat kasar, seperti “*pernikahan yang akan membuat dunia kiamat*”, “*sialan.*”, dan “*orang gila*”.²¹ Berdasarkan survei yang telah dilakukan oleh Microsoft tersebut pula, apabila berdasarkan perhitungan global, dinyatakan bahwa Indonesia menempati urutan ke-29 dari 32 negara yang dipilih sebagai data survei.

Dikutip dari artikel berita VOA berjudul “Netizen Indonesia Dinilai Tak Beradab, Pakar Serukan Pemerintah Atur Perusahaan Medsos”, tingkat keberadaban warganet tersebut

¹⁸ *Cit.*

¹⁹ *KOMPAS.com*, diakses dari <https://nasional.kompas.com/read/2018/03/02/10074711/konflik-antar-elite-politik-perparah-pertentangan-masyarakat-di-medsos> pada 21 Mei 2021 pukul 14.54 WIB.

²⁰ *Cit.*

²¹ *KOMPAS.com*, diakses dari <https://nasional.kompas.com/read/2021/04/14/16520561/ini-kemungkinan-penyebab-rendahnya-etika-bersosial-media-netizen-indonesia?page=all> pada 21 Mei 2021 pukul 15.20 WIB.

diukur dari persepsi warganet terhadap risiko yang didapatkan dari media sosial, misalnya penyebarluasan berita bohong atau hoaks, ujaran kebencian, diskriminasi, misogini, *cyberbullying*, *trolling* atau tindakan sengaja untuk memancing kemarahan; *micro-aggression* atau tindakan pelecehan terhadap kelompok marginal (kelompok etnis atau agama tertentu; perempuan, kelompok difabel, kelompok LGBTQ dan lainnya) hingga ke penipuan; *doxing* atau mengumpulkan data pribadi untuk disebarluaskan di dunia maya guna mengganggu atau merusak reputasi seseorang; untuk rekrutmen kegiatan radikal dan teror, serta pornografi.²²

Rendahnya etika masyarakat Indonesia dalam bermedia sosial tidak hanya “ditampakkan” melalui survei yang telah dilakukan oleh Microsoft. Dilansir dari *tirto.id*, bukti paling akurat dari riset tersebut terlihat ketika akun media sosial Microsoft diserang oleh warganet Indonesia dengan komentar-komentar buruk karena tak terima dengan hasil survei. Dalam kolom komentar Instagram Microsoft, apapun unggahannya, banyak warganet Indonesia yang menulis sumpah serapah.²³

Sebelum itu, dalam riset yang pernah dilakukan Muhammad Okky Ibrohim berjudul “*A Dataset and Preliminaries Study for Abusive Language Detection in Indonesian Social Media*” dan dipaparkan dalam *3rd International Conference on Computer Science and Computational Intelligence 2018*, kata-kata kotor yang diunggah pengguna media sosial dari Indonesia bukan tidak jarang muncul.²⁴

Pengamat media sosial, Yohannes Widodo mengatakan bahwa pola bermedia sosial warganet Indonesia sebenarnya merupakan representasi dari sikap di dunia nyata. Perilaku yang tidak memperhatikan etika dan sopan santun di media sosial juga sesuai dengan keadaan di dunia nyata yang sering menjadi persoalan tersendiri. Perbedaannya terletak pada pola komunikasi. Di media sosial, interaksi yang terjadi adalah komunikasi yang sifatnya termediasi, sedangkan komunikasi yang terjadi di dunia maya adalah komunikasi yang bersifat tradisional atau *face to face*. Hal itu berpengaruh terhadap batas psikologi pola komunikasi yang terjadi. Dalam komunikasi *face to face*, kita cenderung untuk menjaga sopan santun. Namun, dalam komunikasi di media sosial, batasan psikologis tersebut hampir tidak ada.²⁵

²² VOA, diakses dari <https://www.voaindonesia.com/a/netizen-indonesia-dinilai-tak-beradab-pakar-serukan-pemerintah-atur-perusahaan-medsos/5794408.html> pada 21 Mei 2021 pukul 19.30 WIB.

²³ *Tirto.id*, diakses dari <https://tirto.id/perilaku-warganet-indonesia-buktikan-kebenaran-riset-microsoft-gbtg> pada 21 Mei 2021 pukul 12.22 WIB.

²⁴ *Ibid.*

²⁵ *Cit.*

Etika dalam Menggunakan Media Sosial

Berkaca dari data-data dan contoh kasus diatas, setiap pengguna tidak boleh melupakan etika dalam beraktivitas di media sosial. Dikatakan bahwa pengguna media sosial adalah manusia, yang menyebabkan semua jenis kegiatan di dunia maya ini tidak dapat dipisahkan dengan aspek etika.²⁶ Mengapa demikian? karena manusia adalah makhluk yang beradab dan bermoral.²⁷ Tanpa adanya etika, manusia bisa berbuat sesuka hati mereka tanpa memperhatikan pengaruh yang ditimbulkan dari perbuatannya. Oleh karena itu, etika merupakan hal yang sangat penting dalam menggunakan media sosial terlepas dari kenyataan bahwa media sosial adalah dunia maya yang tidak “benar-benar” ada.

Etika adalah nilai-nilai atau norma yang dipakai sebagai pegangan oleh seseorang atau kelompok untuk mengatur tingkah lakunya.²⁸ Jika dikaitkan dengan penggunaan media sosial, maka etika bisa dipahami sebagai nilai, norma, dan aturan yang wajib diikuti sebagai dasar dalam berkomunikasi melalui media sosial. Etika dalam menggunakan internet, salah satunya media sosial, sering dikenal dengan sebutan *netiquette* yang merupakan singkatan dari “*internet etiquette*”.²⁹ Kemkominfo menyebutkan ada lima etika di dunia siber berdasarkan kesepakatan ASEAN SOMRI (*Senior Officials Responsible for Information*) yang dilaksanakan pada 22-23 Maret 2017.³⁰ Lima etika tersebut dijelaskan dalam *Core Values on Digital Literacy for ASEAN*.³¹

1. Tanggung jawab (*Responsibility*) berarti setiap pengguna harus berpikir terlebih dahulu dan bertanggung jawab atas apa yang diunggah secara *online*.³² Kebebasan dalam mengutarakan opini di media sosial bisa menjadi bumerang bagi penggunanya ketika postingan tersebut mengandung opini yang menyinggung satu atau beberapa pihak. Salah satu contoh isu yang sering memunculkan perdebatan adalah isu SARA. Oleh karena itu,

²⁶ Yuhdi Fahrimal, "*Netiquette: Etika Jejaring Sosial Generasi Milenial Dalam Media Sosial*", Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan, Vol. 22 No.1, 2018, hlm. 72, diakses dari <https://doi.org/10.46426/jp2kpv22i1.82> pada 21 Mei 2021 pukul 11.07 WIB.

²⁷ *Ibid.*

²⁸ Muhamad Mufid, *Etika dan Filsafat Komunikasi*, (Jakarta: Prenada Media, 2015), hlm. 173.

²⁹ Febi Afriani & Alia Azmi, "*Penerapan Etika Komunikasi di Media Sosial*", Journal of Civic Education, Vol. 3 No. 3, 2020, hlm. 332, diakses dari <https://doi.org/10.24036/jce.v3i3.372> pada 21 Mei 2021 pukul 11.07 WIB.

³⁰ KOMINFO, "*Kemenkominfo Sebut ada 5 Etika Di Dunia Siber*", diakses dari https://www.kominfo.go.id/content/detail/13024/kemenkominfo-sebut-ada-5-etika-di-dunia-siber/0/sorotan_media#:~:text=REPUBLIKA.CO.ID%2C%20JAKARTA,otentik%2C%20kearifan%2C%20dan%20integritas.&text=Dengan%20adanya%20lima%20nilai%20tersebut,kritis%20terhadap%20informasi%20sebelum%20menyebarkannya pada 21 Mei 2021 pukul 20.30 WIB.

³¹ ASEAN, "*Core Values on Digital Literacy for ASEAN*", diakses dari <https://asean.org/asean-socio-cultural/asean-ministers-responsible-for-information-amri/other-documents/> pada 21 Mei 2021 pukul 22.02 WIB.

³² *Ibid.*

setiap pengguna wajib mempertimbangkan lagi untuk mengangkat topik terkait SARA di media sosial. Jika pengguna tetap ingin mengangkat isu tentang SARA, maka mereka harus bertanggung jawab atas apa yang mereka bagikan, termasuk bagaimana tanggapan pengguna lain atas isu tersebut.

2. Empati (*Empathy*) berarti setiap pengguna harus saling menghormati dan memikirkan bagaimana interaksi kita di media sosial bisa mempengaruhi orang lain.³³ Menggunakan bahasa yang sopan di media sosial merupakan salah satu cara untuk menghormati pengguna lainnya. Penggunaan bahasa yang tidak sopan bisa memunculkan konflik mengingat cara penafsiran tiap orang yang berbeda-beda.
3. Otentik (*Authenticity*) berarti setiap pengguna harus bersikap jujur dalam berinteraksi dengan pengguna lainnya dan bersiap menerima konsekuensi dari apa yang diunggah.³⁴ Maraknya penggunaan akun palsu (*fake accounts*) di media sosial bertentangan dengan nilai ini karena mereka cenderung menyebarkan hal yang tidak benar. Jujur disini bukan berarti menyebarluaskan semua informasi, termasuk hal yang menyangkut privasi. Namun, setiap pengguna hendaknya menunjukkan representasi diri yang sejalan dengan diri dalam dunia nyata.
4. Kearifan (*Discernment*) berarti setiap pengguna harus bisa mengevaluasi informasi yang didapat secara online dengan kritis sebelum bertindak atas informasi tersebut.³⁵ Setiap pengguna hendaknya bisa bersikap “cerdas” dalam menyaring setiap informasi yang didapat. Hal ini dimaksudkan agar pengguna media sosial tidak terjerumus kepada berita palsu atau hoaks. Melalui hasil penelitiannya, Christiany Juditha mengatakan bahwa hoaks seringkali ditujukan untuk merugikan pihak-pihak tertentu dengan tujuan menebar kebencian dan permusuhan.³⁶ Maka dari itu, setiap pengguna wajib memastikan kebenaran dari informasi yang didapat sebelum membagikannya.
5. Integritas (*Integrity*) berarti setiap pengguna harus melakukan hal yang benar, termasuk membela apa yang benar dan berani melawan perilaku *online* yang negatif.³⁷ Kebebasan berekspresi di media sosial harus dibarengi dengan integritas. Setiap pengguna wajib mendukung apa yang benar dan tidak boleh diperdaya oleh hasutan

³³ *Ibid.*

³⁴ *Ibid.*

³⁵ *Ibid.*

³⁶ Christiyani Juditha, “*Hoax Communication Interactivity in Social Media and Anticipation (Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial serta Antisipasinya)*”, Jurnal Pekommas, Vol. 3 No. 1, 2018, hlm. 42, diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/261723-hoax-communication-interactivity-in-soci-2ad5c1d9.pdf> pada 15 Mei 2021 pukul 17.41 WIB.

³⁷ *Ibid.*

beberapa pihak. Contoh pengguna media sosial yang kehilangan integritas adalah *buzzer*. Dilansir dari Tirto.id, “*buzzer* adalah individu atau akun yang memiliki kemampuan amplifikasi pesan dengan cara menarik perhatian atau membangun percakapan, lalu bergerak dengan motif tertentu.”³⁸ Salah satu motif yang melandasinya adalah adanya aliran dana yang diberikan oleh perekrut *buzzer*.³⁹

Penggunaan etika yang tepat dalam dunia siber didukung oleh pemerintah dari sudut pandang hukum. Pemerintah telah menjamin ketertiban dan keamanan dalam penyebaran informasi dan juga kegiatan yang dilakukan menggunakan media elektronik melalui UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang biasa disingkat dengan UU ITE. Bahkan, pemerintah juga sudah melakukan penyempurnaan terhadap Undang-Undang ini yang kemudian termuat dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008. Berikut ini adalah beberapa pasal yang mengacu kepada konsekuensi penggunaan etika yang kurang tepat dalam dunia siber, khususnya yang terkait dengan dampak negatif media sosial yang telah dijelaskan sebelumnya.

1. “Setiap Orang yang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik **yang memiliki muatan yang melanggar kesusilaan** sebagaimana dimaksud dalam Pasal 27 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).” (Pasal 45 ayat (1) UU No.19 Tahun 2016)⁴⁰
2. “Setiap Orang yang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik **yang memiliki muatan penghinaan dan/atau pencemaran nama baik** sebagaimana dimaksud dalam Pasal 27 ayat (3) dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp750.000.000,00 (tujuh ratus lima puluh juta rupiah).” (Pasal 45 ayat (3) UU No.19 Tahun 2016)⁴¹
3. “Setiap Orang yang dengan sengaja dan tanpa hak **menyebarkan berita bohong dan menyesatkan** yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik

³⁸ Alexander Haryanto, “*Apa Itu Buzzer Politik? Arti, Strategi, Sejarah dan Pola Rekrutmen*”, diakses dari <https://tirto.id/gaaE> pada 22 Mei 2021 pukul 08.28 WIB.

³⁹ *Ibid.*

⁴⁰ Undang-Undang Republik Indonesia No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

⁴¹ *Ibid.*

sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).” (Pasal 45A ayat (1) UU No.19 Tahun 2016)⁴²

4. “Setiap Orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi yang ditujukan untuk **menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu dan/atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA)** sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).” (Pasal 45A ayat (2) UU No.19 Tahun 2016)⁴³

Beberapa pasal di atas hanyalah sebagian kecil dari pasal-pasal yang terdapat dalam UU No. 19 Tahun 2016. Melalui Undang-Undang tersebut, pemerintah berupaya mengontrol agar pelanggaran yang bersumber dari rendahnya etika tidak terjadi lagi di media sosial. Setidaknya, dengan adanya hukum yang menjamin, pengguna media sosial bisa lebih “beretika” saat menggunakan media sosial.

Kesimpulan

Perkembangan teknologi yang sangat pesat berdampak terhadap penggunaan internet. Masyarakat menggunakan internet untuk melakukan berbagai aktivitas termasuk bermain media sosial. Di Indonesia sendiri, jumlah pengguna media sosial mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya dengan jumlah penggunaan terbanyak pada aplikasi Youtube. Akan tetapi, dibalik kemudahan yang diberikan, media sosial menghadirkan dampak negatif yang tidak sedikit. Perilaku-perilaku negatif dari penggunaan media sosial sering ditemui mengarah kepada konflik dan berpengaruh terhadap politik serta perilaku bersosialisasi masyarakat. Di balik dampak negatif tersebut, rendahnya etika pengguna media sosial di Indonesia menjadi pemicunya. Rendahnya etika pengguna media sosial Indonesia dibuktikan oleh survei yang dilakukan oleh Microsoft selama tahun 2020. Microsoft menyebutkan bahwa warganet Indonesia adalah pengguna media sosial paling tidak sopan di Asia Tenggara. Berkaca dari hal tersebut, kehadiran etika dalam bersosial media merupakan hal yang sangat penting.

Saran

⁴² *Ibid.*

⁴³ *Ibid.*

Melihat dampak negatif yang muncul dari penggunaan media sosial yang tidak tepat, etika merupakan hal dasar yang harus diperhatikan. Pengguna media sosial wajib mengikuti kelima etika dalam dunia siber, mulai dari tanggung jawab, empati, otentik, kearifan, dan integritas. Pengguna media sosial hendaknya lebih menjaga etikanya dalam memberikan komentar dan menggunakan media sosial dengan bijak. Melakukan verifikasi ulang akan hal yang akan dibagikan dalam media sosial adalah salah satu cara yang bisa dilakukan untuk mencegah unggahan atau komentar yang tidak sesuai dengan etika. Hal tersebut perlu dilakukan agar media sosial bisa dimanfaatkan dengan benar dan memberikan lebih banyak dampak yang positif.

SIKAP BEM USD

Berdasarkan uraian tersebut, Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas Sanata Dharma melalui Kementerian Analisis Isu Strategis menyatakan sikap sebagai berikut:

1. Mengimbau setiap pengguna untuk lebih memperhatikan etika dalam berkomunikasi di media sosial.
2. Mendorong masyarakat untuk mengingat dan memahami UU No. 11 Tahun 2008 dan UU No.19 Tahun 2016 sebagai pedoman dalam melakukan aktivitas melalui internet.
3. Mendukung pemerintah untuk menindaklanjuti secara tegas penyalahgunaan media sosial akibat rendahnya etika pengguna.

