

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini etika dalam bermedia sosial mulai banyak dihiraukan oleh masyarakat atau yang dikenal dengan *netizen*. Fenomena ini terlihat dari maraknya ujaran kebencian, penyebaran hoaks, perundungan siber, serta kurangnya kesadaran dalam menyaring dan menyebarkan informasi. Masyarakat dunia maya seharusnya perlu memperhatikan dan menjaga etika bermedia sosial yang baik, seperti halnya etika yang diterapkan dalam kehidupan nyata.

Etika dalam bermedia sosial kerap terabaikan akibat kebebasan yang ditawarkan oleh media sosial sebagai wadah interaksi. Banyak pengguna merasa bahwa dunia maya memberikan anonimitas yang membuat mereka bebas mengekspresikan pendapat tanpa mempertimbangkan norma dan nilai yang berlaku, padahal etika dalam berkomunikasi di media sosial tidak hanya mencerminkan karakter individu, tetapi berkontribusi terhadap terbentuknya lingkungan digital yang lebih sehat dan harmonis.

Hadirnya platform media sosial memberikan kemudahan antar pengguna untuk mendapatkan akses informasi dengan mudah dan cepat, berinteraksi dengan keluarga dan teman dimanapun dan kapanpun, sarana belajar berbagai hal baru, berbisnis, atau hiburan. Sementara itu, dibalik manfaatnya media sosial juga memiliki berbagai dampak negatif yang dapat ditemui. Karena pada faktanya penggunaan media sosial memang berbanding lurus dengan pesatnya teknologi informasi dan komunikasi yang semakin berkembang.

Begitupun dampak dari perkembangan dunia digital yang semakin maju dan menyeluruh terhadap segala aspek kehidupan manusia. Teknologi yang semakin canggih memudahkan segala jenis informasi dapat diakses hanya melalui internet saja. Selain itu, internet juga sebagai sarana komunikasi yang memberikan kemudahan para pengguna untuk dapat terkoneksi dengan manusia di seluruh penjuru dunia.

Oleh karena itu, eksistensi perangkat komunikasi modern memegang peranan krusial dalam aktivitas sosial masyarakat. Perkembangan berbagai jenis alat komunikasi idealnya dapat mempercepat proses distribusi informasi dalam beragam kategori, yang disesuaikan dengan karakteristik dan tingkat pemahaman penerima pesan. Terdapat empat era perkembangan komunikasi dalam masyarakat, yaitu: tulisan, cetak, telekomunikasi, dan interaktif.¹ Era komunikasi konvensional kini telah bermetamorfosis menjadi era komunikasi interaktif berbasis media digital.

Internet dan media sosial mengangkat isu terkait nilai etika serta moral yang saling bertentangan. Nilai-nilai dan norma sosial harus tetap diperhatikan dalam berinteraksi di dunia digital selayaknya berinteraksi di dunia nyata, karena setiap individu yang berkomunikasi secara online tetaplah manusia yang memiliki perasaan dan harus dihormati.² Dalam proses komunikasi, nilai dan norma ini terlihat melalui perilaku verbal maupun nonverbal, serta dalam bentuk lisan maupun tulisan. Sikap berbahasa seseorang juga dipengaruhi oleh prinsip-prinsip komunikasi yang diterapkan dalam suatu interaksi. Sementara, penggunaan bahasa dalam media sosial sering kali tidak mengikuti kaidah bahasa Indonesia yang baik dan benar.³ Kondisi ini disebabkan oleh etika komunikasi dalam bermedia sosial masih belum menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat.

Tanpa etika setiap komunikasi yang dilakukan tidak akan lancar, karena kekacauan akan muncul dari praktik media yang tidak dilandasi etika, mulai dari penggunaan kata-kata yang mengarah kepada unsur provokatif, kasar, porno, atau SARA; memposting berita atau artikel yang bohong; dan lain sebagainya. Alhasil, masyarakatlah yang menjadi pihak paling dirugikan, sementara media yang pada awalnya berperan dalam memberikan layanan

¹ Everett M. Rogers, *Communication Technology: The New Media in Society*, (University of California: Free Press, 1986), h. 25-26.

² Virginia Shea, *Netiquette*, (San Francisco: Albion Books, 1994), h. 25.

³ Ahmad Maulidi. "Kesantunan Berbahasa pada Media Jejaring Sosial Facebook". *e-Jurnal Bahasantodea*, Vol. 3 No. 4, (2015), h. 43-48.

kepada masyarakat untuk mengerti pada permasalahan sosial dan politik secara nyata, malah menyebabkan ketegangan dan konflik.

Tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial memiliki berbagai dampak negatif yang timbul akibat masyarakat tidak menerapkan etika dalam penggunaannya, antara lain:

Pertama, berita bohong (Hoaks) berdasar pada Siaran Pers No. 02/HM/KOMINFO/01/2024 hingga pada akhir tahun 2023, Kemenkominfo menangani sebanyak 12.547 Isu Hoaks di internet dan media sosial.

Kedua, kejahatan siber (*cybercrime*) berdasar pada Laporan Direktorat Operasi Keamanan Siber BSSN per Januari-Mei 2024 jumlah anomali trafik kejahatan siber dengan jumlah 74.696.163, dan sebanyak 44.637.929 ($\pm 60\%$) adalah serangan malware. Menyebabkan Indonesia sebagai negara urutan pertama dengan jumlah sumber anomali trafik kejahatan siber tertinggi.

Ketiga, perundungan dunia maya (*cyberbullying*) berdasar data UNICEF, kasus bullying terutama di dunia digital terungkap bahwa sebanyak 45% dari 2.777 anak di Indonesia menyatakan pernah mendapatkan atau menjadi korban dari *cyberbullying*, dan memberikan dampak ke fisik dan mental korban.

Keempat, kekerasan (*harassment*). Terdapat sejumlah sejumlah 299.911 kasus pelecehan seksual di media sosial dengan kasus Kekerasan yang terjadi pada Perempuan (KtP) pada tahun 2020. Data menunjukkan bahwa Pengadilan Negeri/Pengadilan Agama menangani sebanyak 291.677 kasus; lembaga layanan mitra Komnas Perempuan mencatat 8.234 kasus; dan Unit Pelayanan dan Rujukan (UPR) Komnas Perempuan menangani 2.389 kasus. Dari total 299.911 kasus tersebut, sebanyak 2.134 kasus dikategorikan sebagai kekerasan berbasis gender, sementara 255 kasus tidak termasuk dalam kategori berbasis gender.

Kelima, penipuan daring (*scam/pishing*). Berdasarkan pada Data Pengaduan Scam di Jawa Barat 2024, yang disampaikan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Jawa Barat menjadi provinsi yang mencatatkan jumlah pengaduan kasus penipuan daring tertinggi di Indonesia, dengan total 6.957 laporan penipuan. Jenis penipuan yang paling umum terjadi mencakup penipuan transaksi jual beli

melalui platform media sosial, penggunaan bukti transfer yang tidak asli, investasi fiktif, serta pinjaman online ilegal.

Tampaknya komunikasi di jejaring sosial tidak memiliki koridor yang ketat dan kurang mendapat perhatian. Pada akhirnya pelanggaran moralitas dalam berkomunikasi banyak terjadi⁴. Berbagi dalam ruang digital ini sering mengarah pada komentar ofensif, penghinaan tidak langsung, bahkan pelecehan baik terhadap individu yang diajak bicara maupun di luarnya⁵. Sudah menjadi hal yang umum, bahwa pada dewasa ini terdapat krisis etika komunikasi dalam bermedia sosial.

Merujuk pada data statistik dari Digital Report Indonesia 2024 yang disusun oleh We Are Social dan Meltwater, jumlah pengguna internet dan media sosial di Indonesia menunjukkan tren peningkatan setiap tahunnya. Pada Januari 2024, jumlah pengguna internet tercatat mencapai 212,9 juta orang, atau sekitar 77% dari total populasi. Sementara itu, jumlah pengguna media sosial mencapai 167 juta orang, setara dengan 60,4% dari keseluruhan populasi.⁶ Data ini menempatkan Indonesia sebagai negara dengan jumlah pengguna media sosial terbesar keempat di dunia.

Sehingga, tak dapat dipungkiri media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan individu yang tidak dapat dipisahkan dari aktivitas sehari-hari. Terlebih generasi sekarang disebut *digital natives*, karena terlahir langsung berdampingan dengan teknologi digital. Maka, tidak heran lagi jika generasi saat ini sudah mahir dalam penggunaan teknologi, salah satunya media sosial.

Menurut temuan riset Digital Civility Index (DCI) yang dipublikasikan oleh Microsoft pada tahun 2021 dalam Artikel yang ditulis oleh Indonesia News Center, menunjukkan bahwa Indonesia mengalami pengalaman penggunaan internet yang lebih negatif dan berada di peringkat 29 dari 32 wilayah Asia-

⁴ Muhammad Syaeba. "Etika komunikasi media sosial Facebook (Studi eksplorasi terhadap tindakan bullying bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan Universitas Al Asyariah. MITZAL)". *Jurnal Ilmu Pemerintahan & Ilmu Komunikasi*, Vol.1, No.1, (2016), h. 19.

⁵ I. K. M. Astajaya. "Etika Komunikasi di Media Sosial". *Widya Duta: Jurnal Ilmiah Ilmu Agama dan Ilmu Sosial Budaya*, Vol. 15, No. 1, (2020), h. 82.

⁶ "Digital Report Indonesia 2024", We Are Social, https://wearesocial.com/id/wp-content/uploads/sites/19/2024/02/Digital_2024_Indonesia.pdf (diakses 30 Juni 2024)

Pasifik (APAC)⁷. Begitupun dilansir dalam Artikel yang ditulis oleh Katadata Insight Center (KIC), bahwa tingkat kesopanan digital atau pengguna internet Indonesia semakin buruk berdasar riset DCI Microsoft mencapai skor 76 dari 100. Mengalami kenaikan 8 skor dibandingkan pada tahun 2020 dengan skor 68. Alih-alih mengalami perbaikan, kondisi ini justru menempatkan netizen Indonesia sebagai yang terendah dalam hal kesopanan digital di kawasan Asia Pasifik⁸. Berdasar riset tersebut dapat kita ketahui bersama, bahwa mahir dalam penggunaan teknologi saja nyatanya tidak cukup.

Komunikasi telah berlangsung sejak awal interaksi manusia. Komunikasi dimaksudkan guna menyampaikan sebuah informasi atau pesan untuk individu atau sekelompok. Dalam perkembangannya, hadir konsep komunikasi berdasarkan sifat dan perilaku atau ucapan pada diri Nabi yang menjunjung etika dan nilai dalam berkomunikasi atau lebih dikenal dengan Komunikasi Profetik.

Komunikasi profetik mencakup segala hal yang berhubungan dengan individu yang memiliki potensi kenabian, Dijelaskan bahwa Nabi adalah hamba Allah yang diberikan kitab suci, hikmah, serta kemampuan berbicara. Nabi juga memiliki kapasitas untuk berinteraksi dengan Allah dan malaikat-Nya, serta mengaplikasikan kitab dan hikmah tersebut kepada dirinya sendiri, orang lain, dan lingkungan secara menyeluruh⁹. Maka, dibutuhkan pendekatan komunikasi profetik untuk mengimplementasikan kembali nilai-nilai atau kaidah yang mengatur tata cara etika komunikasi dalam bermedia sosial yang santun dan bijaksana.

Pendekatan komunikasi profetik, yang berlandaskan pada nilai-nilai kenabian seperti kejujuran, kebijaksanaan, dan kepedulian, dapat menjadi solusi

⁷ “Microsoft Study Reveals Improvement In Digital Civility Across Asia-Pacific During Pandemic”, Microsoft, <https://news.microsoft.com/id-id/2021/02/11/microsoft-study-reveals-improvement-in-digital-civility-across-asia-pacific-during-pandemic/> (diakses 30 Juni 2024)

⁸ “Tingkat Kesopanan Netizen Indonesia Paling Buruk Se-Asia Pasifik”, Databoks Katadata, <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/e2c1ec8c6c60804/tingkat-kesopanan-netizen-indonesia-paling-buruk-se-asia-pasifik> (diakses 30 Juni 2024)

⁹ Hamdani Bakran Adz-Dzakiey, *Prophetic Psychology: Psikologi Kenabian, Menghidupkan Potensi dan Kepribadian Kenabian dalam Diri*, (Yogyakarta: Pustaka al-Furqon, 2007), h. 14.

dalam membangun interaksi digital yang lebih beradab. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, masyarakat dapat lebih sadar akan pentingnya menjaga sikap dan tutur kata dalam dunia maya, sehingga media sosial tidak hanya berfungsi sebagai wadah ekspresi diri, melainkan juga sebagai ruang yang sarat dengan nilai-nilai edukasi, empati, serta tanggung jawab sosial.

Kuntowijoyo pertama kali menggunakan kajian sosiologi untuk memperkenalkan konsep profetik dalam ilmu sosial. Menurutnya, humanisasi, liberasi, dan transendensi adalah tiga cara transformasi profetik dapat dicapai¹⁰. Humanisasi adalah upaya untuk mengembalikan hakikat kemanusiaan kepada kodratnya yang asli. Sementara itu, liberasi dapat dipahami sebagai upaya untuk membebaskan individu dari struktur sosial yang tidak adil dan tidak berpihak. Sementara itu, transendensi merujuk pada proses mengembalikan hakikat manusia agar senantiasa selaras dengan prinsip-prinsip ajaran agama.

Komunikasi profetik memiliki keselarasan dengan tujuan dakwah, yakni suatu proses mengarahkan manusia untuk melakukan kebaikan serta mengikuti petunjuk yang benar. Proses ini mencakup ajakan untuk *menegakkan amar ma'ruf* dan *nahi munkar*, dengan tujuan akhir agar setiap individu dapat meraih kebahagiaan, baik di dunia maupun di akhirat¹¹. Prinsip ini sejalan dengan perintah berdakwah yang tercantum dalam Q.S. Ali Imran [3]:104,

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۚ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: “Dan hendaklah ada dari kamu satu umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang *ma'ruf* dan mencegah dari yang *munkar*; mereka adalah orang-orang yang beruntung.”

Dalam perspektif komunikasi profetik, ayat tersebut menjadi landasan moral bahwa komunikasi tidak sekadar menyampaikan informasi, tetapi harus membawa misi kenabian: mengajak pada kebenaran, menanamkan nilai-nilai positif, serta mencegah penyebaran perilaku atau pesan yang merusak. Hal ini

¹⁰ Kuntowijoyo, *Islam sebagai Ilmu, Epistemologi, Metodologi, dan Etika*, (Bandung: Mizan, 2005), h. 85.

¹¹ Enjang AS, & Aliyudin, *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*, (Bandung: Widya Pajajaran, 2009), h. 6.

sejalan dengan prinsip akhlak dan etika, bahwa setiap bentuk aktivitas komunikasi, termasuk yang berlangsung di dunia maya, seharusnya didasarkan pada tanggung jawab moral, kejujuran, serta kepedulian terhadap kepentingan dan kemaslahatan bersama. Oleh karena itu, komunikasi profetik memadukan kemampuan menyampaikan pesan secara efektif dengan komitmen menjaga nilai-nilai etis dan moral sesuai ajaran Islam.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) bekerja sama dengan Katadata Insight Center (KIC) pada tahun 2022, sebagaimana dimuat dalam artikel tercatat bahwa survei melibatkan 10.000 pengguna internet yang tersebar di 34 provinsi dan 514 kabupaten/kota, dengan rentang usia responden antara 13 hingga 70 tahun. Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa Indeks Literasi Digital Indonesia berada pada angka 3,54 dari skala satu hingga lima.¹² Dari data-data hasil survei tersebut mengindikasikan perlunya peningkatan literasi digital masyarakat Indonesia. Oleh sebab itu, fenomena ini tentu harus menjadi perhatian kita bersama, karena etika bermedia sosial yang buruk tersebut disebabkan oleh rendahnya kemampuan literasi digital masyarakat Indonesia.

Terdapat empat kompetensi atau pilar utama literasi digital versi Kemkominfo yang perlu dimiliki masyarakat berdasar pada Survei Nasional Literasi Digital tahun 2021-2024, diantaranya: *Digital Skills*, merupakan kompetensi dan pengetahuan dasar mengenai penggunaan teknologi internet. *Digital Ethics*, merupakan etika atau cara berperilaku yang baik dalam ruang digital, mampu menyesuaikan diri, berpikir rasional dan mengutamakan *netiquette* (etika berinternet). *Digital Culture*, merupakan kemampuan individu dalam menginternalisasi dan membangun wawasan kebangsaan ketika berinteraksi di ruang digital. *Digital Safety*, merupakan peningkatan kesadaran perlindungan dan keamanan data pribadi.

¹² "Literasi Digital Indonesia Naik pada 2022, tapi Budaya Digital Turun", Databoks Katadata, <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/494c92f675bfffcc/literasi-digital-indonesia-naik-pada-2022-tapi-budaya-digital-turun> (diakses 30 Juni 2024)

Provinsi Jawa Barat saat ini dikenal sebagai *digital province*, yang menempati peringkat ketiga sebagai provinsi dengan jumlah pengguna internet terbanyak di Indonesia, yakni sebanyak 35,1 juta jiwa atau setara dengan 82,73% dari total populasi. Data ini merujuk pada artikel yang memuat laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2023.¹³ Sementara itu, hasil survei yang dilakukan oleh IDM Strategic bekerja sama dengan Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Jawa Barat serta Jabar Saber Hoaks pada tahun yang sama, mencakup 27 Kota/Kabupaten di wilayah tersebut, menunjukkan bahwa Indeks Literasi Digital Jawa Barat berada pada angka 3,43 dalam skala satu hingga lima¹⁴.

Selain itu, hasil survei tersebut mengindikasikan tingkat literasi digital masyarakat Jawa Barat pun masih terbilang sedang dan berada pada urutan ketujuh dari 33 Provinsi di Indonesia, berdasar pada hasil riset Kemkominfo bersama Katadata Insight Center.¹⁵ Faktanya Jabar menempati urutan ketiga dengan jumlah pengguna internet terbanyak di Indonesia. Oleh karena itu, hal ini menjadi tantangan untuk Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Provinsi Jawa Barat.

Diskominfo Jabar merupakan Organisasi Perangkat Daerah (OPD) dibawah naungan Pemerintah Provinsi (Pemprov) Jawa Barat. Memiliki tugas pokok dan fungsi dalam melaksanakan urusan pemerintahan Daerah dalam bidang teknologi komunikasi dan informatika, meliputi E-Government, Aplikasi Informatika, Informasi dan komunikasi Publik, persandian dan keamanan informasi dan statistik berdasarkan asas otonomi.

Sesuai dengan slogannya “Akurat, Informatif, Cerdas, Tangguh dan Melayani Sepenuh Hati”, berikut tugas pokok Unit Pelaksana Teknis Daerah Diskominfo Jabar yakni menyelenggarakan kegiatan teknis operasional

¹³ “Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang”, APJII, <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang> (diakses 30 Juni 2024)

¹⁴ “Indeks Literasi Digital Jawa Barat berada pada angka 3,43”, Jabarprov, www.jabarprov.go.id (diakses 30 Juni 2024)

¹⁵ “Status Literasi Digital di Indonesia 2023”, Databoks Katadata, https://cdn1.katadata.co.id/media/Report_LITDIG_2023.pdf (diakses 30 Juni 2024)

dan/atau kegiatan teknis penunjang tertentu bidang layanan digital, data, dan informasi geospasial meliputi aplikasi dan data digital serta layanan digital dan informasi geospasial.

Dalam upaya meningkatkan literasi digital masyarakat Jawa Barat, Diskominfo Jabar pun membuat program Gerakan Literasi Digital Jawa Barat yang berkolaborasi dengan beberapa organisasi, unit, serta relawan di Jawa Barat. Program ini telah dilaksanakan Diskominfo Jabar selama kurang lebih tiga tahun sejak diluncurkannya Gerakan Literasi Digital Nasional (GLDN) oleh Kemkominfo pada 2020.

Gerakan Literasi Digital Jawa Barat merupakan program Unggulan Pemprov Jabar yang di inisiasi oleh Diskominfo Jabar berkolaborasi dengan unit Jabar Saber Hoaks. Salah satu fokus unit ini untuk menangkal penyebaran hoaks di Jawa Barat, dengan melakukan pemantauan dan verifikasi informasi yang beredar di masyarakat tetapi belum jelas kebenarannya. Adapun program literasi digital lainnya digelar melalui acara-acara khusus, seperti rutin melakukan kampanye digital dan netizen beradab melalui konten-konten di media sosial, melaksanakan seminar dan pelatihan dengan berkeliling mengunjungi instansi-instansi, perguruan tinggi, sekolah, pesantren, komunitas, media massa dan daerah-daerah di wilayah Jawa Barat.

Program Gerakan Literasi Digital Jawa Barat yang dilaksanakan Diskominfo Jabar ini telah meraih beberapa penghargaan pada Top Digital Awards 2022 dari It Works, diantaranya: Top Digital Implementation 2022 Stars 4 (Diskominfo Jabar), Top Leader on Digital Implementation 2022 (Gubernur Jawa Barat), dan Top CIO on Digital Implementation 2022 (Kepala Diskominfo Jabar).¹⁶

Literasi digital berperan dalam mengedukasi masyarakat tentang bagaimana memilah dan memilih dalam mengakses media digital, menangkal hoaks, serta sangat penting sebagai sarana edukasi etika bermedia sosial yang

¹⁶ "Pemerintah Provinsi Jawa Barat Raih Tiga Penghargaan Top Digital Awards 2022 dari It Works", https://www.instagram.com/p/CmORx5rhfCC/?utm_source=ig_web_copy_link (diakses 30 Juni 2024)

baik. Sehingga, program literasi digital oleh Diskominfo Jabar dapat diselaraskan dengan penerapan empat pilar literasi digital dalam ruang digital atau khususnya etika bermedia sosial yang baik melalui pendekatan komunikasi profetik kepada masyarakat Jawa Barat.

Terutama pada ranah aksiologis terkait nilai dan etika dalam komunikasi di media sosial, dapat menerapkan pilar *digital ethics* (etika digital) yang akan dikaji dalam penelitian ini. Agar senantiasa menjaga etika komunikasi baik dalam kehidupan nyata maupun dalam ruang digital, dengan bijaksana dan santun dalam bermedia sosial, tidak berkomentar kasar yang dapat menyinggung dan menyakiti sesama, tidak melakukan perundungan baik kepada personal maupun kelompok, tidak menyadur konten orang lain sembarangan, tidak menyebarkan berita hoaks, dan lainnya.

Beberapa penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa saat ini Indonesia pun masih memiliki tingkat literasi digital yang rendah. Sehingga, etika dalam bermedia sosial sangat penting untuk diperhatikan seperti dalam etika komunikasi Islam, mulai dari kesopanan, kesantunan bahasa, serta menjunjung tinggi nilai-nilai dan norma yang berlaku¹⁷. Adapun kajian ini diharapkan dapat melengkapi kajian-kajian terkait etika bermedia sosial dalam pengembangan ilmu dakwah dan ilmu komunikasi khususnya yang terkait ilmu komunikasi profetik di media digital. Serta memberikan informasi yang akurat dan lengkap mengenai implementasi nilai-nilai profetik dalam membentuk etika bermedia sosial yang dilaksanakan oleh Diskominfo Jabar melalui program Gerakan Literasi Digital Jawa Barat.

¹⁷ Puji Rianto, Literasi Digital dan Etika Media Sosial di Era Post-Truth. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 8, No.2, (2019); Maya Sandra Rosita Dewi, Islam dan Etika Bermedia (Kajian Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial Instagram Dalam Perspektif Islam), *Research Fair Unisri*, Vol. 3, No.1, (2019).

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini untuk menjelaskan bagaimana implementasi nilai-nilai profetik dalam membentuk etika bermedia sosial pada program Gerakan Literasi Digital Jawa Barat yang dilaksanakan oleh Diskominfo Jabar. Berikut rumusan fokus penelitian:

1. Bagaimana Pengembangan Materi dalam Program Gerakan Literasi Digital Jawa Barat yang dilaksanakan Diskominfo Jabar terhadap Etika Bermedia Sosial?
2. Bagaimana Penggunaan Saluran Komunikasi dalam Program Gerakan Literasi Digital Jawa Barat yang dilaksanakan Diskominfo Jabar terhadap Etika Bermedia Sosial?
3. Bagaimana Pengelolaan Waktu dalam Program Gerakan Literasi Digital Jawa Barat yang dilaksanakan Diskominfo Jabar terhadap Etika Bermedia Sosial?
4. Bagaimana Pelaksanaan Program Gerakan Literasi Digital Jawa Barat oleh Diskominfo Jabar dalam membentuk Etika Bermedia Sosial?
5. Bagaimana Pengawasan dan Evaluasi dalam Program Gerakan Literasi Digital Jawa Barat yang dilaksanakan Diskominfo Jabar terhadap Etika Bermedia Sosial?

C. Tujuan Penelitian

Berikut tujuan penelitian ini berdasarkan pada rumusan fokus penelitian di atas, diantaranya:

1. Untuk Mengetahui Pengembangan Materi dalam Program Gerakan Literasi Digital Jawa Barat yang dilaksanakan Diskominfo Jabar terhadap Etika Bermedia Sosial.
2. Untuk Mengetahui Penggunaan Saluran Komunikasi dalam Program Gerakan Literasi Digital Jawa Barat yang dilaksanakan Diskominfo Jabar terhadap Etika Bermedia Sosial.
3. Untuk Mengetahui Pengelolaan waktu dalam Program Gerakan Literasi Digital Jawa Barat yang dilaksanakan Diskominfo Jabar terhadap Etika Bermedia Sosial.

4. Bagaimana Pelaksanaan Program Gerakan Literasi Digital Jawa Barat oleh Diskominfo Jabar dalam membentuk Etika Bermedia Sosial.
5. Bagaimana Pengawasan dan Evaluasi dalam Program Gerakan Literasi Digital Jawa Barat yang dilaksanakan Diskominfo Jabar terhadap Etika Bermedia Sosial.

D. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Akademis

- a. Temuan dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperkaya khazanah pengetahuan dan informasi ilmiah, khususnya bagi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, dengan menjadi bahan kajian yang berfokus pada etika dalam bermedia sosial, konsep komunikasi profetik, serta literasi digital.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dalam pengembangan kajian Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan komunikasi profetik di ranah media digital.

2. Manfaat Praktis

- a. Temuan dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk pengembangan kegiatan dakwah di media digital oleh para pendakwah dan peneliti selanjutnya dalam mengkaji komunikasi profetik dan literasi digital.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada organisasi perangkat daerah yang bergerak dalam bidang komunikasi dan informasi khususnya Diskominfo Jawa Barat dan unit Jabar Saber Hoaks.
- c. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat berguna untuk masyarakat luas agar dapat meningkatkan kemampuan literasi digital dalam upaya menerapkan etika bermedia sosial yang baik.

E. Landasan Pemikiran

1. Landasan Teoritis

Dalam melaksanakan penelitian tentang implementasi nilai-nilai profetik dalam membentuk etika bermedia sosial pada program Gerakan Literasi Digital oleh Diskominfo Jabar, tentunya menggunakan beberapa teori yang mendukung penelitian ini, diantaranya:

a. Literasi Digital

Literasi digital adalah pengetahuan dan kemampuan individu dalam memahami, memilah, serta mengakses teknologi dan informasi. Dapat dikatakan juga, literasi digital merupakan cakap menggunakan media digital serta memiliki etika bermedia sosial yang baik. Dalam buku *digital literacy* yang ditulis oleh Paul Gilster (1997), literasi digital didefinisikan sebagai kemampuan untuk memahami dan memanfaatkan informasi dalam berbagai format yang diperoleh dari beragam sumber yang dapat diakses melalui perangkat komputer.¹⁸ Literasi digital mencakup empat aspek utama, yaitu:

1) Pencarian di Internet (*Internet Searching*),

Kemampuan ini merupakan bagian dari kemampuan individu, yang berhubungan dengan internet maupun dalam mencari informasi tentang cara menggunakan mesin telusur agar seseorang dapat mengambil tindakan terhadap penggunaan ini.

2) Navigasi Hypertekstual (*Hypertextual Navigation*),

Pengguna internet harus memahami navigasi hypertext (petunjuk) dalam web browser. Saat berselancar di Internet, pengguna Internet juga perlu mengetahui cara kerja website.

3) Evaluasi Konten (*Content Evaluation*),

Kemampuan evaluasi konten merupakan keterampilan yang mengharuskan pengguna internet untuk menerapkan pemikiran kritis, serta mengevaluasi informasi yang mereka temukan secara daring.

¹⁸ Paul Gilster, *Digital literacy*, (New York, NY: John Wiley & Sons, 1997), h. 215.

Selain itu, keterampilan ini juga mencakup kemampuan untuk menganalisis dan memahami dasar dari informasi tersebut.

4) Penyusunan Pengetahuan (*Knowledge Assembly*).

Kemampuan pengguna web untuk mengumpulkan informasi, menyusun kumpulan data dari berbagai sumber, serta mengevaluasi fakta dan opini dengan tepat.

Teori literasi digital yang digagas oleh Paul Gilster relevan dengan penelitian ini, karena menekankan pentingnya kemampuan individu dalam memahami dan menafsirkan pesan dalam ruang digital secara kritis, yang menjadi landasan untuk menumbuhkan etika dalam bermedia sosial.

b. New Media

Teori New Media oleh Pierre Lévy (1990) sebagaimana dikutip dalam Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss membahas mengenai perkembangan media yang memiliki dua pandangan utama, yaitu sebagai sarana interaksi sosial dan integrasi sosial.¹⁹

1) Pandangan tentang interaksi sosial.

Dalam hal ini, media dipisahkan dari pola interaksi personal yang lebih dekat. Pierre Levy memandang internet (*world wide web*) sebagai suatu lingkungan informasi yang bersifat terbuka, fleksibel, dan dinamis. Menurut pandangannya, kondisi tersebut memberikan peluang bagi individu untuk mengembangkan orientasi baru dalam mengelola informasi. Oleh karena itu, di media baru interaksi sosial yang terjadi menjadi lebih luas. Adapun model interaksi tatap muka merupakan pendekatan tradisional, Media baru menyediakan mekanisme interaksi yang lebih transparan dan fleksibel, sehingga menciptakan suatu ruang yang memungkinkan pengguna untuk saling berkomunikasi dan mengakses informasi secara bebas.

¹⁹ Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss, *Theories of Human Communication*, ed. ke-9 (Boston: Wadsworth Cengage Learning, 2009), h. 303-306.

2) Pandangan tentang integrasi sosial.

Pendekatan ini menyajikan pemahaman bahwa media tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, interaksi, atau distribusi semata, melainkan juga dipandang sebagai suatu bentuk ritual. Dalam konteks ini, kita dapat melihat bagaimana orang menggunakan media untuk membentuk masyarakat, memberikan kita identitas sosial, dan menciptakan rasa memiliki di antara kita.

Teori new media ini sangat relevan dengan pembahasan media sosial pada penelitian ini yang merupakan media baru dari perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang di gunakan dalam Program Gerakan Literasi Digital Jawa Barat.

c. Determinisme Teknologi

Teori Determinisme Teknologi pertama kali dikenalkan oleh Marshall McLuhan pada tahun 1964, dalam karyanya yang berjudul *Understanding Media: The Extensions of Man*. Teori ini menyampaikan bahwa perubahan dalam berbagai metode komunikasi akan memengaruhi keberadaan manusia itu sendiri. Gagasan utama teori ini adalah "medium adalah pesan", ia menguraikan bahwa media itu sendiri mempunyai dampak yang lebih signifikan dibandingkan dengan konten pesan yang disampaikan.²⁰

Adapun media dalam teori ini merupakan isi dari sebuah pesan yang berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan, menguatkan, dan memperluas peran serta emosi manusia. Setiap penemuan media yang baru benar-benar diperhatikan untuk mengembangkan berbagai kemampuan dan keterampilan manusia. Media tersebut memiliki kemampuan untuk mengubah cara pengguna menerima informasi, berkomunikasi, dan memahami realitas. Setiap media juga memiliki kecenderungan sensorik, kecepatan, dan cakupan yang bervariasi, yang pada akhirnya membentuk sudut pandang pengguna terhadap suatu informasi.

²⁰ Marshall McLuhan, *Understanding Media: The Extensions of Man*, (New York: McGraw-Hill, 1964), h. 7.

Teori Determinisme Teknologi tersebut relevan dalam penelitian ini, karena dapat diintegrasikan dengan implementasi nilai profetik dalam Program Gerakan Literasi Digital Jawa Barat, bahwa transformasi teknologi yang terjadi dapat diarahkan untuk membangun masyarakat yang tidak hanya memiliki kemampuan digital, tetapi juga bermoral, beradab, dan berorientasi pada kebaikan.

2. Kerangka Konseptual

Dalam penelitian terkait etika bermedia sosial dengan pendekatan komunikasi profetik pada program Gerakan Literasi Digital oleh Diskominfo Jabar, memanfaatkan sejumlah konsep pendukung yang dijadikan acuan dalam pelaksanaan penelitian ini, yaitu:

a. Komunikasi Profetik

Istilah 'profetik' berasal dari bahasa Inggris, yaitu kata “*prophet*”, yang merujuk pada manusia yang dipilih dan dikirim tuhan kepada sebuah umat.²¹ Sementara itu, istilah "profetik" berasal dari kata "*prophecy*", yang didefinisikan sebagai [1] "berkaitan dengan nabi atau ramalan; memiliki fungsi atau peran yang khas sebagaimana seorang nabi " dan [2] "diberkati oleh unsur atau karakter nubuat: bersifat prediktif".²² Dengan demikian, makna profetik merujuk pada sifat atau ciri yang dimiliki oleh seorang nabi, sehingga istilah ini dapat dipahami sebagai kenabian.

Komunikasi profetik bisa diterapkan untuk berbagai aktivitas komunikasi, dengan penekanan pada penggunaan media komunikasi dalam menyebarkan kasih sayang satu sama lain.²³ Pada tahap ini, komunikasi profetik berfungsi sebagai sarana mengimplementasikan nilai-nilai profetik yang bersifat universal dan berlaku untuk semua

²¹ Holy Rafika Dhona, *Komunikasi Profetik: Perspektif Profetika Islam dalam Komunikasi*, (Yogyakarta: UII Press, 2020), h. 3-4.

²² Heddy Shri Ahimsa Putra, *Paradigma Profetik: Mungkinkah? Perlukah?*, Makalah disampaikan dalam “Sarasehan Profetik 2011”, (Yogyakarta: Sekolah Pascasarjana UGM, 2011), h. 5.

²³ M. Ghazali Moenawar & dkk, *Media Komunikasi Diskursus Profetik, Agama dan Pembangunan*, (Jakarta: UAI Press, 2017), h. 2.

agama. Dalam penelitian ini, program literasi digital yang dilaksanakan Diskominfo Jabar dengan pendekatan komunikasi profetik harus senantiasa diterapkan dalam bermedia sosial untuk menegakkan etika dan moralitas, khususnya pada masyarakat Jawa Barat.

b. Etika Komunikasi

Secara etimologis, istilah 'etika' berasal dari bahasa Yunani, yaitu kata *ethos*, yang memiliki makna tempat tinggal, padang rumput, cara berpikir, akhlak, adat istiadat, serta karakter atau watak. Adapun bentuk jamak, *ta etha* yang berarti adat kebiasaan. Etika dalam filsafat adalah ilmu yang mempelajari mengenai adat kebiasaan atau ilmu mengenai apa yang biasanya dilakukan.²⁴ Etika dalam masyarakat luas terkait nilai baik dan buruk pada nilai-nilai sosial dan budaya serta norma yang harus dipatuhi.²⁵

Maka, etika pun membentuk landasan komunikasi antar individu atau kelompok. Etika komunikasi merupakan upaya untuk mengintegrasikan prinsip-prinsip moral yang dijunjung oleh komunikator dan komunikan dalam proses.²⁶ Etika komunikasi tidak semata dengan pemilihan diksi yang tepat, melainkan juga mencakup ketulusan niat yang tercermin dalam penyampaian pesan melalui sikap sabar, tenang, dan empatik saat berinteraksi dengan orang lain.²⁷

Dalam penelitian ini, etika komunikasi dalam bermedia sosial dalam ruang digital sangat penting dan harus selalu digunakan oleh pengguna atau masyarakat seperti halnya pada etika yang harus diterapkan dalam dunia nyata.

²⁴ Muhamad Mufid, *Etika dan Filsafat Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), h. 13–14.

²⁵ H. Mafri Amir, *Etika Komunikasi Massa dalam Pandangan Islam*, (Jakarta: PT. Logos Wacana Ilmu, 1999), h. 34.

²⁶ Muhamad Mufid, *Etika dan Filsafat Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), h. 185.

²⁷ Andy Corry W. Etika Berkomunikasi dalam Penyampaian Aspirasi. *Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanagara*, Vol. 1, No. 1, (2009).

c. Media Sosial

Media sosial adalah sekumpulan perangkat lunak untuk berinteraksi, berbagi, berkumpul, saling berkolaborasi serta bermain antar pengguna atau komunitas.²⁸ Pendapat lain, mengatakan bahwa media sosial merupakan sebuah platform yang dirancang guna memfasilitasi kemudahan bagi para pengguna dalam melakukan berbagai aktivitas serta menjalin kolaborasi.²⁹ Dapat disimpulkan, bahwa media sosial berperan sebagai medium atau fasilitator daring yang mendukung penguatan hubungan dan ikatan sosial antar pengguna.³⁰

Dalam penelitian ini, media sosial adalah platform yang digunakan Diskominfo Jabar dalam melaksanakan kampanye literasi digital kepada masyarakat umum, khususnya masyarakat Jawa Barat dalam berinteraksi, berbagi, beraktivitas dan berkolaborasi.

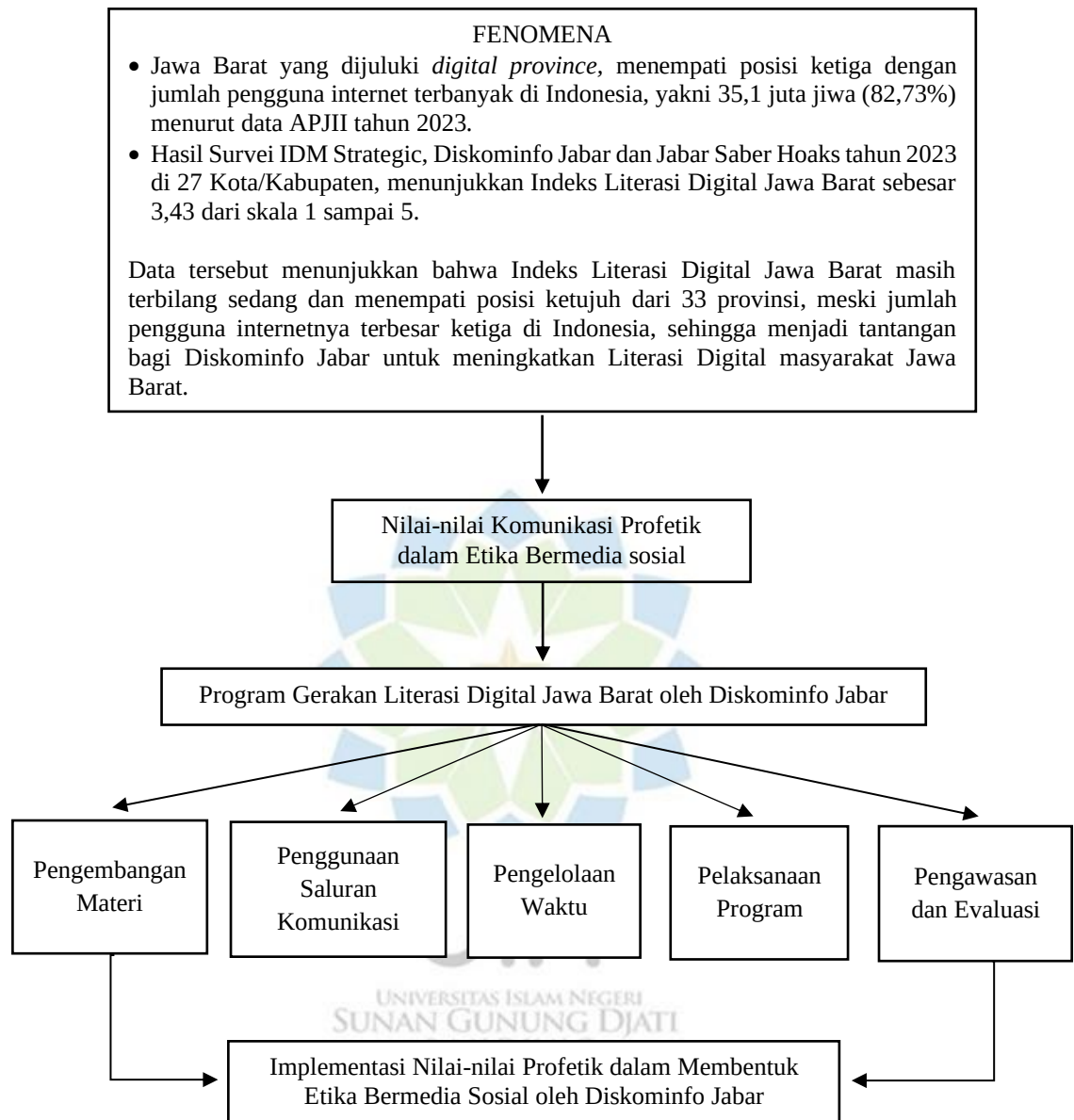
3. Landasan Operasional

Landasan operasional dalam penelitian terkait implementasi nilai-nilai profetik dalam membentuk etika bermedia sosial pada program Gerakan Literasi Digital Jawa Barat yang dilaksanakan oleh Diskominfo Jabar, dapat dilihat pada bagan berikut,

²⁸ Christian Fuchs, *Social Media: A Critical Introduction*, (London: Sage Publications, 2014), h. 35–36.

²⁹ José van Dijck, *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*, (Oxford: Oxford University Press, 2013), h. 4–6.

³⁰ Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siositeknologi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), h.16.



Gambar 1
Landasan Operasional Implementasi Nilai-nilai Profetik dalam
Membentuk Etika Bermedia Sosial oleh Diskominfo Jabar