



Sosialisasi Etis Bermedia Sosial untuk Masyarakat Cakap Digital

Risma Nuiryanti¹, Widdy Sukma Nugraha², Dea Asri Pujiasti³, Dani Gunawan⁴, Rajji K Adiredja⁵

Institut Pendidikan Indonesia

Email: rismanuriyanti@institutpendidikan.ac.id

Article History

submitted 30/04/2024

accepted 29/05/2024

published 01/06/2024

Abstract

This community service aims to provide knowledge to the public about the good and correct use of social media in the digital world or known as ethical social media. Participants in this activity were the people of Kertajaya Village, Cibatu District, Garut Regency. The implementation of this community service by providing counseling or seminars on awareness in the use of social media. Results and discussions are focused on efforts to increase knowledge Society in social media ethics, the importance of knowing the rules in social media, internet ethics to know internet users, types of social media that are widely used by people of various ages, and problems in social media. At the end of the article, the author explains the impact of using social media both negative and positive and ways to avoid problems in social media.

Keywords: Socialization, ethic, social media, digital proficiency

Abstrak

Pengabdian pada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat terhadap penggunaan media social yang baik dan benar di dunia digital atau yang dikenal dengan etis bermedia sosial. Peserta pada kegiatan ini adalah masyarakat Desa Kertajaya Kecamatan Cibatu Kabupaten Garut. Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dengan memberikan penyuluhan atau seminar mengenai kesadaran dalam penggunaan media sosial. Hasil dan pembahasan dititik beratkan pada upaya meningkatkan pengetahuan masyarakat dalam etika bermedia sosial, pentingnya mengetahui aturan dalam bermedia sosial, etika berinternet hingga mengetahui pengguna internet, jenis-jenis media social yang banyak digunakan oleh masyarakat dari berbagai umur, serta permasalahan-permasalahan dalam bermedia sosial. Pada bagian akhir tulisan, penulis memaparkan dampak dari penggunaan media social baik negative maupun positif dan cara untuk menghindari masalah-masalah dalam bermedia sosial.

Kata kunci: Sosialisasi, etika, media social, cakap digital



PENDAHULUAN

Cakap berdigital merupakan kemampuan seseorang dalam memahami dan memiliki keterampilan menggunakan perangkat digital dengan tepat sesuai keperuntukannya. Salah satu indikator cakap digital yaitu memanfaatkan media digital sesuai dengan kebutuhan dengan memperhatikan etika bermedia digital. Berkembangnya alat komunikasi dan aplikasi yang sekarang ini sudah memasuki era digitalisasi membawa tantangan tersendiri agar masyarakat dapat memanfaatkan teknologi digital ini secara bijak dalam mempermudah aktivitas keseharian (Fitriarti, 2009).

Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang bekerja sama dengan teknopreneur menyebutkan bahwa pengguna internet di Indonesia dari tahun ke tahun mengalami peningkatan sebesar 143,26 juta jiwa atau setara dengan 54,7 persen dari total populasi republic ini (APJII, 2018). Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia semakin banyak menjadi pengguna internet seiring dengan perkembangan era digital saat ini. Dari data tersebut internet juga akan berdampak pada kehidupan social dan juga ekonomi. Baik itu dampak positif maupun dampak negative.

Salah satu penggunaan internet yang saat ini marak digunakan oleh masyarakat yaitu penggunaan jejaring social, seperti media social yang mendominasi komunikasi di dunia maya. Media social memberi kemudahan dalam berkomunikasi tanpa terhalang ruang dan waktu untuk menjalin pertemanan atau sekadar bertukar informasi (Wijayanti, dkk, 2022). Adanya media sosial menggerakkan semua pengguna untuk bereaksi memberikan umpan balik secara terang-terangan, mengomentari, dan membagikan informasi dalam waktu yang cepat dan tidak terbatas (Cahyono, 2016).

Mengingat hal tersebut, penggunaan media social ini memiliki dampak negative maupun positif bagi penggunanya. Misalnya, pengguna tidak menyaring terlebih dahulu konten yang pantas atau tidak untuk disampaikan dan sebarluaskan. Selain itu, terkadang penggunaan Bahasa di media social sudah menyimpang dari kaidah-kaidah Bahasa Indonesia (Maulidi, 2015). Hal tersebut membuktikan bahwa tidak ada batas dalam berkomunikasi di media social, walaupun ada tapi tidak diperhatikan oleh pengguna. Akibatnya, banyak terjadi pelanggaran tata krama dalam berkomunikasi (Syaeba, 2016). Namun disisi lain media social ini memiliki dampak positif bagi penggunanya, diantaranya memudahkan untuk berkomunikasi, untuk pengembangan diri, dan berdampak pada kehidupan ekonomi.

Namun disisi lain, media social dan internet telah menimbulkan masalah pertentangan nilai etis dan moral dalam bermedia social. Etika dalam bermedia social dikesampingkan karena keleluasaan yang difasilitasi media social sebagai ruang untuk berinteraksi dan berkomunikasi. Keleluasaan tersebut tidak jarang menyebabkan ujaran yang menyinggung perasaan seseorang, terjadi *cyberbullying*, ujaran kebencian dan juga menyebarkan berita yang belum tentu kebenarannya. Inilah yang dikatakan pada saat ini telah terjadi krisis etika (Astajaya, 2020). Etika berkomunikasi erat kaitannya dengan penggunaan Bahasa yang santun, tidak menjurus dan membangkitkan emosi negative, menghindari sara, berhati-hati menyebarkan foto yang tidak umum. Maka dari itu perlu adanya pengetahuan pada pengguna media social terkait aturan dalam menggunakan media sosial, mana yang benar dan mana yang salah.

Tujuan dari pengabdian pada masyarakat ini agar masyarakat memahami pentingnya etika bermedia sosial, mengetahui fenomena-fenomena dalam masyarakat yang berhubungan dengan etis bermedia sosial, dan memiliki kesadaran dalam berperilaku etis bermedia sosial. Selain itu diharapkan masyarakat memiliki pengetahuan dan

mengimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari terutama dalam menggunakan media yang baik yang cerdas dan bijak agar tercipta masyarakat yang cakap digital.

METODE

Metode kegiatan yang digunakan dalam melaksanakan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah berbentuk penyuluhan yang berjudul “*Sosialisasi Etis Bermedia Sosial untuk Masyarakat Cakap Digital*” dengan langkah-langkah kegiatan sebagai berikut:

1. Mengkaji studi literature berkaitan dengan tema penyuluhan
2. Sosialisasi penyuluhan pada masyarakat
3. Pelaksanaan penyuluhan yang dihadiri masyarakat Desa Kertajaya Kecamatan Cibatu Kabupaten Garut yang dihadiri kurang lebih 80 peserta
4. Evaluasi kegiatan penyuluhan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Cakap Digital

Cakap digital merupakan kemampuan seseorang dalam memahami dan memanfaatkan teknologi informasi sebagai alat bantu produktifitas dalam bekerja, belajar, dan melakukan aktivitas lain. Hal tersebut berfungsi untuk meningkatkan kemampuan kognitif sumber daya manusia di Indonesia agar keterampilannya tidak sebatas mengoperasikan gawai (Estiningsih, 2023). Masyarakat yang cakap digital merupakan salah satu visi Presiden untuk Indonesia yaitu pembangunan infrastruktur, pembangunan SDM, keterbukaan investasi, reformasi birokrasi, penggunaan APBN focus dan tepat sasaran/ termasuk arahan presiden untuk percepatan transformasi digital.

Kecakapan digital ini mencakup empat pilar literasi digital yakni *pertama, digital skill* yang merupakan kemampuan individu mengetahui, memahami, dan perangkat keras serta piranti lunak teknologi informasi komunikasi dan system operasi digital. *Kedua, digital ethic* yang merupakan kemampuan individu dalam menyadari, mencontohkan, menyesuaikan diri, merasionalkan, mempertimbangkan dan mengembangkan tata kelola etika, *Ketiga, digital safety* yang merupakan kemampuan individu dalam mengenali, mempolakan, menerapkan, menganalisis dan meningkatkan kesadaran keamanan digital dalam kehidupan sehari-hari. *Keempat, digital culture* yang merupakan kemampuan individu dalam membaca, menguraikan, membiasakan, memeriksa dan membangun wawasan kebangsaan, ideologi Pancasila dan Bhineka Tunggal Ika dalam kehidupan sehari-hari (Purnawanto, 2021).

Etika dalam Berinternet

Etika merupakan nilai, norma, dan ajaran yang dijadikan pegangan orang atau sekelompok orang (Berten, 1993). Selain itu menurut Machmud (2014) etika adalah cara manusia memperlakukan sesame dan menjalani hidup dan kehidupan dengan baik, sesuai aturan yang berlaku di masyarakat. Etika berinternet dikenal dengan istilah netiket atau *netiquette (Network Etiquette)*. Penerapan netiket di ruang digital mempunyai tantangan besar karena etiket dipengaruhi oleh kepribadian dari masing-masing individu dan penguasaan *soft skill* literasi digital (Kusumastuti, dkk., 2021). Keberadaan netiket dalam mengatur perilaku pengguna internet di dunia digital dirasa sangat penting mengingat pengguna internet berasal dari berbagai negara yang mana terdapat perbedaan budaya dan Bahasa. Berdasarkan sasaran interaksinya, netiket terbagi dalam dua jenis. Pertama *one to one communication*, komunikasi antara satu individu dengan individu lainnya melalui suatu dialog. Komunikasi dua arah ini bisa terjadi melalui email, dan pesan pribadi di berbagai media. Kedua *one to many communication*, komunikasi antar individu dengan beberapa

orang. Komunikasi ini terjadi melalui chat grup atau postingan di media sosial, blog, dan situs web.

Etika tidak hanya tentang kepantasan, melainkan juga menyangkut pertanggungjawaban. Karena apabila kita tidak berhati-hati dan menjaga etika saat berinteraksi di media sosial, maka kita akan mendapatkan mudharatnya. Selain itu kita juga akan berhadapan dengan hukum dan menjadi masalah untuk kita. Pada tahun 2020, Kominfo memblokir akun media sosial pada masa pandemic covid-19 dengan rincian; 1300 akun facebook, 15 akun Instagram, 424 akun Twitter, dan 20 akun youtube (CNN Indonesia, 2020). Terdapat beberapa aturan dasar dalam berinternet menurut Sekolah Komunitas Internet (2021) diantaranya sebagai berikut:

1. Tidak membuat akun dengan identitas orang lain
2. Selalu mencantumkan sumber saat mengunggah sesuatu yang berasal dari orang lain
3. Jangan memajang foto yang kurang pantas
4. Tidak menyebarkan ujaran kebencian dan hoaks

Kesenjangan Bermedia Sosial

Berjejaring di dunia digital bagaikan pisau bermata dua. Jika kita menggunakannya untuk hal yang positif, timbal balik yang didapatkan akan baik. Jika digunakan secara berlebihan dan ditujukan untuk kepentingan negative akan melukai penggunaannya, karena tidak sedikit kasus ujaran kebencian, *cyberbullying*, hoax, hingga penipuan yang terjadi secara digital. Kesenjangan-kesenjangan tersebut terjadi karena pengguna tidak memperhatikan etika atau aturan dalam bermedia sosial. Walaupun ada aturan perundang-undangan seperti yang disampaikan pada Undang-undang Republik Indonesia nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, masyarakat belum memahami aturan tersebut.

Pertama, kesenjangan yang banyak ditemui di masyarakat adalah berita hoax. Berita hoax merupakan sebuah informasi atau berita yang tidak jelas sumbernya dan belum tentu kebenarannya. Menurut Ireton, Posseti, dan UNESCO (dalam Janner, dkk., 2009) hoaks merupakan berita palsu yang mengandung informasi yang sengaja menyesatkan orang dan memiliki agenda politik tertentu. Hoaks bukan sekedar misleading alias menyesatkan, informasi dalam berita bohong tidak memiliki landasan factual, tetapi disajikan seolah olah sebagai serangkaian fakta. Adapun ciri-ciri hoak menurut diantaranya (1) mengaduk-aduk perasaan yang mengakibatkan kecemasan, kebencian, dan permusuhan; (2) sumber berita tidak jelas; (3) tidak logis; (4) judul yang provokatif; dan bermuatan fanatisme atau ideologi, judul dan (5) adanya huruf kapital, huruf tebal, banyak tanda seru dan tanpa menyebutkan sumber informasi (Janner, dkk., 2009). Jenis-jenis informasi hoaks bermacam, diantaranya (1) berita bohong; (2) tautan jebakan; (3) bias konfirmasi; (3) *misinformation*; (4) *satire*; (5) pasca-kebenaran, dan (6) propaganda. Jika para pengguna ingin terhindar dari hoaks, ada beberapa cara mengatasi berita hoaks, yaitu (1) hati-hati judul yang provokatif karena aberita hoaks seringkali menggunakan judul yang sensasional dengan langsung menudingkan jari mereka ke pihak tertentu; (2) cermati alamat situs karena aberita hoaks biasanya berasal dari situs yang belum terverifikasi sebagai institusi pers resmi; (3) periksa fakta karena berita hoaks biasana berupa opini-opini yang memiliki kecenderungan untuk bersifat obyektif; (4) cek keaslian foto karena foro yang berasal dari berita hoaks biasanya memanipulasi foto untuk memprovokasi pembaca dan (5) ikut serta grup diskusi anti hoaks dimana pengguna bisa berdiskusi atas berita yang mereka dapatkan dan bertanya terkait informasi yang didapatkan jika d indikasikan merupakan berita hoaks.

Kedua, ujaran kebencian yang merupakan Tindakan komunikasi yang dilakukan oleh suatu individu atau kelompok dalam bentuk provokasi, hasutan, ataupun hinaan kepada individu atau kelompok yang lain dalam hal berbagai aspek ras, warna kulit, etnis, gender, cacat, orientasi seksual, kewarganegaraan, agama, dan lain-lain. Etika dalam bermedia sosial online perlu ditegaskan, mengingat dunia online merupakan hal yang sudah dianggap penting bagi masyarakat dunia. Namun semakin banyak pihak yang menyalahgunakan dunia maya untuk menyebarluaskan hal-hal yang tidak lazim mengenai sesuatu seperti suku bangsa, agama dan ras. Factor yang menyebabkan terjadinya ujaran kebencian bisa saja iri terhadap kesuksesan orang lain, membuat sebuah cerita yang mengarah provokasi dengan anonimintas. Bentuk-bentuk tebaran ujian kebencian misalnya menghina, mencemarkan nama baik, penistaan, perbuatan tidak menyenangkan, memprovokasi, menghasut, dan menyebarkan berita bohong. Ujaran kebencian memiliki efek negative baik untuk si korban, pelaku maupun masyarakat, yakni untuk korban menyebabkan depresi, tekanan sosial, terkena sanksi sosial, merasakan malu, putus asa, trauma, reoutasi hilang dan dampak negative lainnya. Bagi dipelaku jika melakukan ujaran kebencian akan mendapatkan jeratan hukum Pidana (UU ITE pasal 28), sedangkan bagi umum bisa meresahkan masyarakat dan memecah belahkan persatuan.

Ketiga, *cyberbullying* yang merupakan perilaku agresif berupa perundungan secara berulang-ulang menggunakan perangkat digital terhadap seseorang yang dianggap tidak mudah melakukan perlawanan atas tindakan tersebut. Bentuk-bentuk dari *cyberbullying* diantaranya mengancam/gangguan berupa teks singkat di media sosial, terlibat dalam permusuhan dan tidak agresif, mengedit foto dan menyebarkannya, pencemaran nama baik, dan pesan dengan amarah. Hal tersebut bisa berwal di lingkungan sekolah, politikm pekerjaan dan di sosial media.



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan

PENUTUP

Berdasarkan hasil uraian hasil dan pembahasan dari kajian ini dapatkan bahwa untuk meningkatkan masyarakat yang digital salah satunya adalah dengan memperhatikan etika dalam bermedia sosial. Aturan-aturan dalam penggunaan media sosial diantaranya (1) tidak membuat akun media sosial dengan menggunakan identitas orang lain; (2) Tidak menyebar hoax atau berita pals; (3) Berkomentar yang baik dan sopan, (4) mengirim pesan yang baik; (5) Tidak menyebarkan konten dewasa dan (6) gunakan aplikasi sesuai umur yang ditentukan. Namun dari semua aturan tersebut masih saja terdapat permasalahan dalam bermedia sosial diantaranya adanya penyeberan berita hoax, ujaran kebencian dan *cyberbullying* yang dilakukan oleh pengguna media sosial yang tidak tau aturan dalam bermedia sosial, Adapun yang mengetahuinya namun tetap mengabaikan aturan dan etika bermedia sosial. Dari permasalahan tersebut solusi untuk mengatasinya adalah sebagai

pengguna media sosial harus bisa mengetahui bentuk-bentuk dan ciri-ciri dari hoaks, ujaran kebencian dan juga *cyberbullying*.

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2018). APJII : Penetrasi Internet di Indonesia Capai 143 Juta Jiwa. Diakses dari <https://dailysocial.id/post/apjii-surveiinternet-indonesia-201>
- Astajaya, I. K. M. (2020). Etika komunikasi di media sosial. *Widya Duta*, 15(1), 81–95
- Bertens, K. (1993). *Etika K. Bertens* (Vol. 21). Gramedia Pustaka Utama.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140–157
- CNN Indonesia. (2020). Pemerintah Blokir 1.759 Akun Medsos Sebar Hoaks Corona. Retrieved July 4, 2021, from <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20201018192938-185-559832/pemerintah-blokir-1759-akun-medsos-sebar-hoaks-corona>
- Estiningsih, M. (2023). Indonesia Cakap Digital Melalui Kegiatan Literasi Digital Bagi Seluruh Aparatur Sipil Negara (ASN). *J-MAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(5), 695-704.
- Fitriarti, E. A. (2019). Urgensi literasi digital dalam menangkal hoax informasi kesehatan di era digital. *Metacomunication; Journal of Communication Studies*, 4(2), 234-246..
- Janner, S., dkk (2019). *Hoak dan Media Sosial: Saring Sebelum Sharing*. Reserachgate: Yayasan Kita Menulis
- Krippendorff, K. (2004). Content Analysis: An Introduction to Its Methodology (second edition). In SAGE Publications. <https://doi.org/10.1103/PhysRevB.31.3460>
- Kriyantono, R. (2012). Teknik Praktis Riset Komunikasi (6th ed.). Kencana Prenada Media Grup.
- Kusumastuti, dkk., (2021). Etis Bermedia Digital. Kominfo
- Machmud, H. (2014). Urgensi Pendidikan Moral Dalam Membentuk Kepribadian Anak. *AL-TA'DIB: Jurnal Kajian Ilmu Kependidikan*, 7(2), 75-84.
- Maulidi, A. (2015). Kesantunan berbahasa pada media jejaring sosial Facebook. *E-Journal Bahasantodea*, 3(4), 42–49. <http://jurnal.untad.ac.id/jurnal/index.php/Bahasantodea/article/view/6328>
- Purnawanto, A. T. (2021). Urgensi Literasi Digital Bagi Guru, Siswa dan Orang Tua. *JURNAL PEDAGOGY*, 14(2), 85-98.
- Sari, T. H., Delvira, W., Wirdaniza, D., & Ashali, S. S. (2020). Peningkatan Pengetahuan Remaja Tentang Dampak Positif Dan Negatif Penggunaan Media Sosial Terhadap Kesehatan Fisik Dan Mental Dengan Pendekatan Peer Group Di Smpn 21 Pekanbaru. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin*, 3(2), 134-144.
- Sekolah Internet Komunitas. (2021). *Seri Buku Sekolah Internet Komunitas: Internet Sehat dan Aman*. Bandung: Common Room Networks Foundation
- Syaeba, M. (2016). 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*, 1(1), 17–37.
- Wijayanti, S. H., Sihotang, K., & Dirgantara, V. E. (2022). Bentuk-Bentuk Etika Bermedia Sosial Generasi Milenial. *Jurnal Komunikasi*, 16(2), 129-146.