

**PENTINGNYA MEMAHAMI ETIKA DALAM PENGGUNAAN  
MEDIA DIGITAL**

**Claudia Oktaviani Yuwono<sup>1</sup>, Kevin Vielden Minanlarat<sup>2</sup>,  
Thomas T. Pureklolon<sup>3</sup>**  
Universitas Pelita Harapan  
E-mail: [claudiayuwono@gmail.com](mailto:claudiayuwono@gmail.com)<sup>1</sup>, [kminanlarat@gmail.com](mailto:kminanlarat@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[thomas.pureklolon@gmail.com](mailto:thomas.pureklolon@gmail.com)<sup>3</sup>

**Abstrak**

Manusia memerlukan media dalam melakukan komunikasi dan berinteraksi. Pada penggunaannya, media berevolusi dari waktu ke waktu dimulai dari media analog hingga media digital. Penggunaan media digital oleh individu maupun masyarakat dalam prakteknya terkadang belum sejalan dengan etika dan tata cara yang sesuai. Oleh sebab itu penyebaran informasi dan interaksi yang terjadi di dalamnya banyak menimbulkan permasalahan sosial terkait etika. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi alasan dan latar belakang penyebab kurangnya etika dalam penggunaan media digital. Adapun pendekatan analisis literatur digunakan untuk mengkaji alasan dan latar belakang penyebab apa saja terkait kurangnya etika dalam penggunaan media digital. Ditingkat individu, penyebab kurangnya etika dalam menggunakan media disebabkan oleh kurangnya sosialisasi nilai-nilai moral, norma, etika sosial budaya, latar belakang Pendidikan dan perbedaan budaya yang signifikan. Sedangkan pada tingkat media informasi online berskala lokal dan nasional disebabkan oleh kurangnya literasi dan Pendidikan mengenai kode etik jurnalistik, fungsi controlling korporat, dan kepentingan korporat itu sendiri.

**Kata Kunci** — Etika, Media Digital, Etika Media Digital.

**1. PENDAHULUAN**

Manusia memerlukan media dalam melakukan komunikasi dan berinteraksi. Pada penggunaannya, media berevolusi dari waktu ke waktu dimulai dari media analog hingga media digital yang muncul di era tahun 1990 (Han, 2024). Media analog pada masanya memberikan keterbatasan bagi para pengguna dalam berkomunikasi sehingga kehadiran media digital sebagai wujud pembaharuan dinilai penting dalam evolusi komunikasi dimana tidak hanya berfungsi sebagai komunikasi satu arah tetapi lebih dari itu dapat berinteraksi, melahirkan budaya baru dan juga memunculkan kepentingan ekonomi (Han, 2024). Perkembangan digitalisasi media kemudian mampu mengintegrasikan kehidupan sehari-hari (Bashabsheh & Alzoubi, 2019), sehingga tidak hanya memunculkan ketertarikan pada konsumsi informasi tetapi juga mampu menghubungkan dengan fungsi bisnis, pemerintahan hingga interaksi dengan masyarakat (Han, 2024). Perkembangan media digital terjadi secara pesat hingga tahun 2010 mampu mendominasi setiap pola komunikasi publik dan konsumsi informasi yang ada didalamnya (Chen & Chang, 2022). Perkembangan menjadi media digital dengan demikian dijadikan sebagai wadah utama bagi masyarakat.

Perkembangan media dari masa ke masa kini semakin memberikan wadah bagi masyarakat untuk berinteraksi tanpa batas waktu dan ruang sehingga memberikan dampak positif maupun negatif. Sebagai dampak negatif media sosial dan internet yang merupakan bagian dari media digital menghadirkan permasalahan baru dimana adanya pertentangan nilai etis (Besley, 1992). Perkembangan media digital juga ditandai dengan keleluasaan

dalam berbagi informasi memberikan ruang bagi setiap individu untuk memberikan ruang bagi hal-hal yang mengarah pada sebuah penyimpangan seperti ujaran kebencian, tindakan bullying, penyebaran informasi palsu (hoax) dan hal inilah yang menyebabkan adanya krisis etika (Astajaya, 2020). Disamping itu dampak positif dari perkembangan media ini ditandai dengan adanya penyebaran informasi yang terjadi secara meluas sehingga manusia semakin mudah dalam memperoleh, mengakses dan mengelola informasi yang diterima maka hal tersebut menimbulkan munculnya polarisasi sosial (Tandoc et al., 2018). Maka dari itu dapat dikatakan bahwa media digital saat ini memberikan peranan penting bagi individu maupun masyarakat luas.

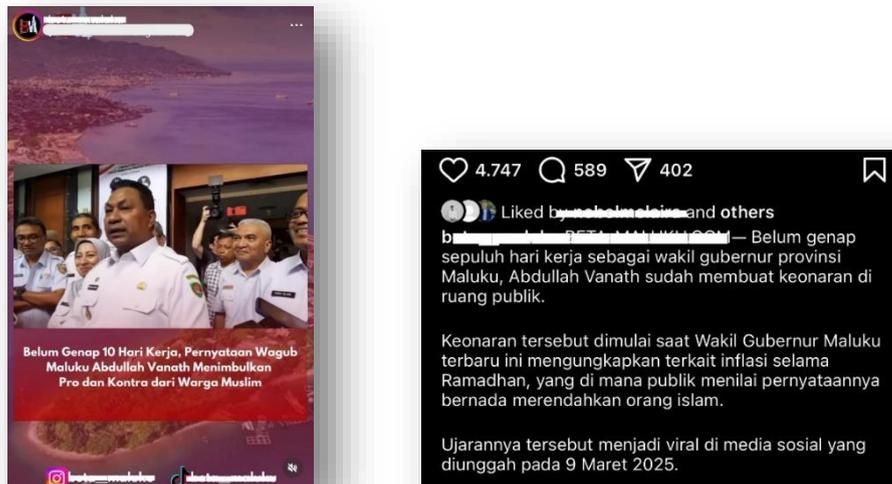
Penggunaan media digital oleh individu maupun masyarakat dalam prakteknya terkadang belum sejalan dengan etika dan tata cara yang sesuai. Oleh sebab itu penyebaran informasi dan interaksi yang terjadi di dalamnya banyak menimbulkan permasalahan sosial terkait etika. Adapun dikatakan oleh Rachman bahwa etika berkomunikasi terkhusus dalam media digital memiliki keterkaitan erat dengan penggunaan bahasa yang santun dimana tidak berpotensi memunculkan emosi negatif, menyinggung isu SARA dan pengontrolan penyebaran media foto maupun video (Rachmawan, 2020), tidak membully, sapaan yang teratur, maupun crosscheck informasi secara baik dan benar (Mutiah, 2019). Penerimaan informasi pada media digital yang ditandai dengan akses tanpa batas dan kurangnya filter memberikan ruang bagi setiap pengguna untuk menerima informasi yang keliru dan berpotensi memberikan dampak negatif bagi respon yang disalurkan (Batoebara & Lubis, 2022). Oleh sebab itu aspek etika dan pengguna yang bertanggung jawab, serta penguasaan terhadap literasi media diperlukan dalam praktek penggunaan media digital itu sendiri sehingga mampu memberikan sebuah solusi terkait bagaimana menerima informasi, berkomunikasi, berfikir kreatif dan inovatif (Batoebara & Lubis, 2022).

Ketidakselarasan penggunaan media digital dan pengetahuan etika setiap pengguna kemudian juga memberikan perhatian bagi beberapa pelaku akademis. Ott dan Tiozzo kemudian berpendapat bahwa kehadiran media digital dan internet mampu mentransformasi interaksi sosial dari komunikasi tatap muka menjadi online sehingga menghadirkan sebuah tantangan baru terkait isu moral (Ott & Tiozzo, 2022). Aktivitas manusia yang berpindah menuju interaksi online kemudian melahirkan permasalahan baru seperti hacking, internet trolls, “catfishing”, prank videos, cyberbullying, grooming, revenge porn, online shaming, bahkan fake news (Dyson et al., 2013). Kurangnya etika setiap pengguna pada media digital kemudian menjadi sebuah perhatian khusus.

Terdapat banyak contoh pengguna media digital yang belum memahami aturan dan tata cara beretika yang baik dan benar seperti kasus Bima Yudho yang sempat viral pada tahun 2023. Bima Yudho adalah mahasiswa asal Lampung yang sedang menempuh pendidikan di Sydney Australia. Dirinya mengunggah sebuah video kritikan yang ditujukan kepada pemerintah provinsi Lampung mengenai pembangunan infrastruktur yang ada di Lampung melalui akun tiktok miliknya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Elsyafitri (2024) menyatakan bahwa etika Bima Yudho dalam menyampaikan pendapat di sosial media dinilai melanggar etika komunikasi seperti penggunaan kata umpatan saat membalas komentar pada postingan akun instagram @awbimax. Salah satu contohnya adalah “kayaknya 2024 ini hanya soal menang dan kalah, bukan soal bagaimana mensejahterakan masyarakat, fuck off!”. Selain contoh secara perseorangan nampaknya pelanggaran etika juga terlihat dari beberapa media.

Terdapat salah satu media berita lokal di daerah Indonesia Timur yang menjadi perhatian penulis dimana dinilai melanggar etika komunikasi dalam media digital. Adapun pemberitaan tersebut dinilai melanggar etika komunikasi lantaran informasi yang diberikan dinilai berpotensi menggiring opini pada sebuah ujaran kebencian terhadap salah

satu Wakil Gubernur di salah satu provinsi.



Gambar 1. Berita ujaran kebencian media online lokal

Penggunaan kata membuat keonaran di ruang publik pada isi berita kemudian dinilai berpotensi menggiring opini publik ke arah yang negatif. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman etika media digital belum maksimal dipahami bukan hanya secara perseorangan tetapi juga institusi. Kekeliruan dalam etika media digital pun bukan hanya dilihat dari beberapa contoh di atas namun lebih dari itu banyak media informasi online berskala nasional yang masih keliru dalam membuat pemberitaan.

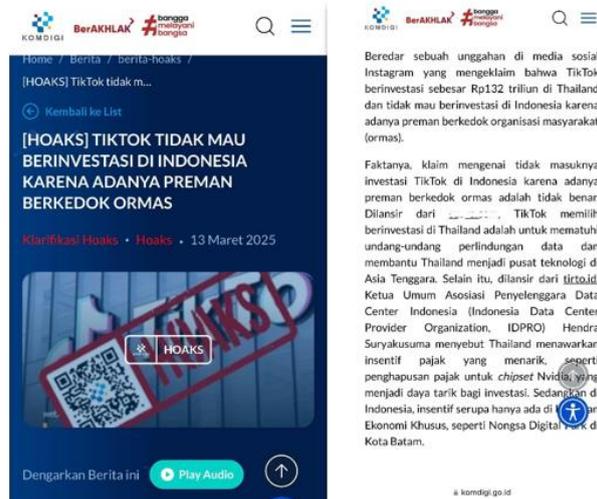
Kekeliruan media massa dalam hal kurangnya etika juga ditemui pada salah satu media online. Pada pemberitaan mengenai ‘TikTok Tanam Modal Rp132 Triliun di Thailand, Ogah Investasi di Indonesia Gegara Preman?’ disebutkan bahwa korporasi media sosial tersebut tidak ingin menanam investasi di Indonesia dikarenakan adanya jatah preman dan pengelolaan perpajakan yang belum efisien.



Gambar 2. Berita hoax media online Nasional

Pemberitaan ini kemudian dinilai hoax karena dikonfirmasi oleh komdigi.go.id dimana pemberitaan yang dibuat pada media online tersebut adalah tidak benar. Dijelaskan kembali bahwa informasi yang dituang dimana investasi Tiktok tidak dapat

dilakukan di Indonesia disebabkan adanya biaya preman berkedok ormas tidak benar adanya karena pembatalan tersebut lebih mengarah pada upaya perlindungan undang-undang data yang dilakukan oleh Thailand.



Gambar 3. Klarifikasi berita hoax oleh Komdigi

Pemberitaan-pemberitaan dan fenomena di atas menunjukkan masih kurangnya literasi terhadap pemahaman pentingnya etika dalam penggunaan media digital. Oleh sebab itu perlu adanya penelitian lebih dalam agar melalui tulisan dimaksud dapat memberikan edukasi akan pentingnya memahami etika dalam penggunaan media digital. Maka dari itu melalui penelitian ini penulis merujuk metodologi penelitian.

Demi memahami penyebab etika penggunaan media digital maka diperlukan beberapa landasan metodologi penelitian agar dapat dijadikan sebagai sebuah acuan dalam mengkaji secara lebih lanjut. Pertama, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi alasan dan latar belakang penyebab kurangnya etika dalam penggunaan media digital. Melalui penggunaan pendekatan analisis literatur penelitian ini mengkaji alasan dan latar belakang penyebab apa saja terkait kurangnya etika dalam penggunaan media digital. Sehingga dapat bermanfaat bagi individu, masyarakat maupun institusi secara menyeluruh. Melalui penelitian ini, peneliti mengharapkan dapat memberikan wawasan tetapi juga pengetahuan mengenai etika serta alasan dan latar belakang penyebab kegagalan etika terhadap penggunaan media digital. Secara menyeluruh, berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan, maka pendalaman ini merujuk pada sebuah analisis dan temuan.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis literatur. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk mengeksplorasi secara mendalam mengenai fenomena kurangnya etika dalam penggunaan media digital dari berbagai perspektif. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk memahami makna, latar belakang serta konteks sosial budaya yang mempengaruhi perilaku individu maupun institusi dalam menggunakan media digital. Disisi lain Teknik pengumpulan yang dilakukan adalah literatur review, dimana penulis mengkaji beberapa tulisan terdahulu, yang mana kemudian dianalisa menjadi sebuah temuan baru yang disesuaikan dengan contoh kasus pada penelitian dimaksud.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis dan Temuan

#### Etika dalam media digital

Etika dan ilmu adalah hal yang tidak dapat dipisahkan lagi dari kehidupan manusia

dimana kedua hal tersebut saling memiliki keterkaitan satu sama lain. Menjalani sebuah disiplin ilmu membutuhkan sebuah etika yang mengatur tata cara setiap individu yang memilikinya begitupun sebaliknya. Etika kemudian memiliki peran penting dalam kehidupan manusia saat ini dikarenakan kondisi kehidupan kontemporer saat ini yang sangat kompleks dan dinamis (Rasyid, et al, 2023). Oleh sebab itu, perlu adanya pemahaman dan pembelajaran mengenai etika dalam segala disiplin ilmu.

Menurut beberapa ahli etika memiliki beberapa arti. Meskipun penjabaran dari para ahli berbeda-beda tetapi merujuk pada intisari yang seragam. Pertama, etika berasal dari bahasa Yunani yakni ethos yang diartikan sebagai karakter, watak, kesusilaan, atau adat (Qorib & Zainy, 2020). Etika-pun merupakan sebuah bidang studi yang berfokus pada pembahasan dan pendalaman terkait moral dan prinsip-orinsip yang kemudian digunakan dalam kepentingan menentukan penilaian situasi terhadap sesuatu yang salah maupun benar (Rasyid, et al, 2023). Penjabaran lebih lanjut dimana etika diartikan sebagai sebuah pemikiran atau argumen mengenai suatu hal yang dapat dinilai salah atau benar, adil atau tidak adil (Wildan. 2020). Dalam bukunya Barthens memperjelas bahwa etika secara harafiah memiliki keterkaitan erat dengan moralitas, adat istiadat, kebiasaan yang mana tertuang dalam bentuk aturan atau norma pada masyarakat (Bertens, 1993). Lebih jelas lagi Barthens membagi konsep etika dalam beberapa bagian.

Terdapat tiga definisi yang diasungkan Barthens dalam mendefinisikan etika secara umum. Pertama etika dapat digunakan sebagai panduan nilai-nilai dan norma-norma moral dimana dijadikan sebagai suatu panduan, pegangan, individu maupun masyarakat dalam mengatur tingkah lakunya (Bertens, 1993). Kedua, etika terkait sekumpulan hal-hal penting terkait asas atau nilai moral yang mana tertuang dalam sebuah kode etik. Terakhir, etika memiliki pandangan sebagai ilmu dalam mengatur hal-hal yang baik dan buruk dengan kata lain dikatakan sebagai sebuah filsafat moral. Etika kemudian dapat diaplikasikan dalam segala disiplin ilmu termasuk di dalamnya yakni terkait penggunaan teknologi media komunikasi digital.

Perkembangan teknologi komunikasi digital telah berdampak banyak pada segala ranah komunikasi terkhususnya dalam dunia daring. Perkembangan yang begitu pesat menyebabkan timbulnya krisis-krisis terkait etika, oleh sebab itu perlu adanya tindakan lebih lanjut untuk mengedukasi dan memberikan pemahaman terkait pentingnya studi etika dalam penggunaan teknologi media komunikasi digital (Wahid, Wulandari, & Nasution, 2024). Penggunaan teknologi komunikasi media digital kemudian tidak dapat terpisah dengan etika internet dikarenakan hal ini dijadikan pusat dari segala sesuatu hal yang digunakan dan dikomunikasikan oleh individu dan masyarakat (Rader, 2002). Secara keseluruhan maka dapat dijabarkan bahwa etika dalam media digital adalah sebuah konsep terkait bagaimana individu maupun kelompok masyarakat berperilaku, bertindak dan berkomunikasi secara baik dan benar sesuai dengan ketentuan nilai-nilai, norma-norma, dan asas kebudayaan yang terlibat pada ruang lingkup media digital itu sendiri.

### **Temuan dan Analisis Kasus tingkat Individu**

Krisis etika dalam menggunakan media digital nampaknya marak dan banyak terjadi di tingkat individu. Krisis yang terjadi pun menurut analisis peneliti kemudian merujuk pada beberapa aspek penting yang juga sejalan dengan apa yang dikatakan Barthens. Terdapat tiga definisi yang diasungkan Barthens dalam mendefinisikan etika secara umum. Pertama etika dapat digunakan sebagai panduan nilai-nilai dan norma-norma moral dimana dijadikan sebagai suatu panduan, pegangan, individu maupun masyarakat dalam mengatur tingkah lakunya (Bertens, 1993). Kedua, etika terkait sekumpulan hal-hal penting terkait asas atau nilai moral yang mana tertuang dalam sebuah kode etik. Terakhir, etika memiliki pandangan sebagai ilmu dalam mengatur hal-hal yang baik dan buruk

dengan kata lain dikatakan sebagai sebuah filsafat moral.

Melihat dari contoh kasus yang dijabarkan diatas, nampaknya individu yang dimaksud belum memahami secara baik mengenai ketiga unsur etika. Bima Yudho menjadi salah satu individu dari sekian banyak orang yang belum memahami beretika dengan baik di media digital.

Bima Yudho adalah mahasiswa asal Lampung yang sedang menempuh pendidikan di Sydney Australia. Dirinya mengunggah sebuah video kritikan yang ditujukan kepada pemerintah provinsi Lampung mengenai pembangunan infrastruktur yang ada di Lampung melalui akun tiktok miliknya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Elsyafitri (2024) menyatakan bahwa etika Bima Yudho dalam menyampaikan pendapat di sosial media dinilai melanggar etika komunikasi seperti penggunaan kata umpatan saat membalas komentar pada postingan akun instgram @awbimax. Salah satu contohnya adalah “kayaknya 2024 ini hanya soal menang dan kalah, bukan soal bagaimana mensejahterakan masyarakat, fuck off!”. Berdasarkan beberapa contoh temuan yang ditampilkan tersebut, maka peneliti merujuk pada sebuah analisis.

Pertama, menurut Barthens unsur utama terkait beretika didalam media digital yakni etika dapat digunakan sebagai panduan nilai-nilai dan norma-norma moral dimana dijadikan sebagai suatu panduan, pegangan, individu maupun masyarakat dalam mengatur tingkah lakunya. Melihat latar belakang yang dimiliki oleh Bima, dimana selalu terpapar dengan dua budaya yang berbeda, yakni hot culture dan cold culture, maka krisis etika tidak dapat terhindari. Kehidupan setiap individu yang berada diluar masyarakat asalnya, akan cenderung mengakibatkan terkikisnya nilai-nilai norma setiap individu itu sendiri. Peneliti kemudian melihat bahwa pola komunikasi secara langsung dari cold culture yang mana individu tersebut berdomisili, kemudian dinilai tidak sejalan dengan norma-norma asalnya yakni hot culture. Perbedaan pandangan yang secara signifikan ini, kemudian menunjukkan bahwa individu belum mampu menyesuaikan kembali dengan nilai-nilai masyarakat asalnya.

Kehidupan individu dalam contoh kasus yang hidup di lingkungan cold culture, kemudian menjadikan pola pikir dan nilai-nilai yang dipegangnya berubah. Perubahan nilai-nilai moral inilah yang kemudian merujuk pada adanya gesekan dengan ketidaksesuaian dengan khalayak Bima yang cenderung memiliki latar belakang dari hot culture. Peneliti kemudian melihat bahwa individu sebagai pembuat konten tersebut belum mampu dalam menyesuaikan nilai-nilai moral sebagai unsur penting dalam etika dengan audience yang dituju. Bukan hanya itu, analisis peneliti juga melihat bahwa terdapat potensi lain yakni kurangnya pemahaman mengenai kode etik dalam menggunakan media digital.

Berbicara mengenai kode etik secara global mengenai etika media digital, nampaknya individu ini cukup memahami. Namun secara lebih lanjut, perlu adanya pemahaman etika yang lebih difokuskan pada setiap negara. Dengan latar belakang individu yang berpendidikan diluar negeri, maka menurut analisis peneliti, hal tersebut menyebabkan kurangnya pemahaman terkait kode etik yang mengatur etika bersosial media. Kecenderungan kurang pemahaman tersebutlah yang menyebabkan gagalnya individu dalam beretika secara terbuka di media digital.

Melihat latar belakang bindividu yang menemopuh Pendidikan diluar negeri seperti Malaysia dan Australia, maka peneliti merujuk pada sebuah analisis. Kecenderungan sosialisasi yang dilakukan individu dengan budaya yang secara signifikan memiliki perbedaan dengan Indonesia, kemudian menyebabkan kurangnya pemahaman individu mengenai adat ketimuran. Kurangnya pemahaman tersebut kemudian menyebabkan kegagalan individu dalam berpartisipasi pada media digital secara terbuka.

## **Temuan dan Analisis Kasus tingkat wilayah/Daerah**

Kegagalan dalam memahami etika saat menggunakan media digital nampaknya bukan hanya dialami oleh perseorangan melainkan juga sebuah situs pemberitaan tingkat online. Berdasarkan salah satu contoh pemberitaan yang dimuat oleh salah satu media online di daerah Indonesia timur, terlihat jelas melalui headline dan body berita yang menggunakan Bahasa verbal mengarah pada pengujaran hoax ataupun berpotensi menggiring opini kearah yang tidak baik terhadap objek didalam berita yang diterbitkan. Adapun kasus temuan kasus tingkat media online tersebut menjadi oenelitian peneliti.

Terdapat salah satu media berita lokal di daerah Indonesia Timur yang menjadi perhatian penulis dimana dinilai melanggar etika komunikasi dalam media digital. Adapun pemberitaan tersebut dinilai melanggar etika komunikasi lantaran informasi yang diberikan dinilai berpotensi menggiring opini pada sebuah ujaran kebencian terhadap salah satu Wakil Gubernur di salah satu provinsi. Penggunaan kata membuat keonaran di ruang publik pada isi berita kemudian dinilai berpotensi menggiring opini publik ke arah yang negatif. Temuan data tersebut kemudian merujuk pada sebuah analisa yang peneliti buat.

Berdasarkan analisa dsari temuan data diatas, maka peneliti merujuk pada beberapa poin. Pertama, sesuai dengan apa yang diutarakan oleh Barthens, maka penuklis melihat terdapat poin pengetahuan akan nilai-nilai dan kode etik yang belum dipahami secara baik dan benar oleh jurnalis media online lokal tersebut. Kekurangan pengetahuan akan nilai-nilai moral dan kode etik dalam penggunaan media digital seringkali disebabkan oleh beberapa unsur yakni latar belakang Pendidikan, kurangnya fungsi pengamanan atau controlling, serta kepentingan pimpinan redaksi dalam membentuk opini publik.

Pertama, media informasi baik massa maupun online sudah semestinya mampu memproduksi media melalui jurnalis-jurnalis yang kompeten dibidangnya. Kurangnya kompetensi yang dimiliki seorang jurnalis dalm memproduksi berida akan berpotensi memproduksi berita yang keliru, timpang sebelah, maupun tidak berimbang. Ketidakmampuan ini kemudian merujuk pada pola training dan latarbelakang Pendidikan yang bisa jadi tidak sejalan dengan dunia jurnalisme yang dijalani. Oleh sebab itu, penyebab pertama ini merujuk pada penyebab selanjutnya yakni kurangnya fungsi controlling oleh pimpinan redaksi.

Pimpinan redaksi sudah sepatutnya mampu melakukan fungsi kontroling yang baik dan benar. Kemampuan dalam melakukan fungsi controling yang baik terhadap pagedaran pemberitaan suatu informasi kemudian mampu memberikan dampak yang positif terhadap banyak hal. Pertama secara langsung, kredibilitas media akan secara otomatis meningkat karena mampu memproduksi berita yang berimbang, terpercaya, dan actual. Kedua, selain berdampak baik pada korporasi, hal tersebut juga berdampak baik pada masyarakat luas dimana dapat menerima berita yang berimbang dan tidak mengandung unsur penggiringan opini publik kearah yang keliru. Namun dibeberapa temuan, peneliti melihat bahwa pemberita yang tidak sesuai dengan kode etik jurnalistik serta norma-norma yang berlaku dimasyarakat terkadang disebabkan oleh kepentingan Lembaga media itu sendiri.

Peneliti melihat bahwa kepentingan Lembaga media juga berpengaruh terhadap pemberitaan yang tidak berimbang dan melanggar etika. Kepentingan-kepentingan tersebut antara lain adanya kepemilikan yang bersinggungan dengan unsur politik, kepentingan adanya upaya pembentukan opini publik, hingga kepentingan kapitalisme. Ketiga alasan kuat diatas, kemudian menurut analisis peneliti merupakan penyebab mengapa media informasi digital lokal tersebut gagal dalam memproduksi informasi maupun berita yang berimbang, terpercaya maupun sesuai dengan kode etik jurnalistik.

## **Temuan dan Analisis Kasus tingkat Nasional**

Pelanggaran etika selanjutnya kemudian terjadi pada media online berskala nasional. Pada pemberitaan mengenai ‘Tiktok Tanam Modal Rp132 Triliun di Thailand, Ogah Investasi di Indonesia Gegara Preman?’ disebutkan bahwa korporasi media sosial tersebut tidak ingin menanam investasi di Indonesia dikarenakan adanya jatah preman dan pengelolaan perpajakan yang belum efisien. Pemberitaan ini kemudian dinilai hoax karena dikonfirmasi oleh komdigi.go.id dimana pemberitaan yang dibuat pada media online tersebut adalah tidak benar. Dijelaskan kembali bahwa informasi yang dituang dimana investasi Tiktok tidak dapat dilakukan di Indonesia disebabkan adanya biaya preman berkedok ormas tidak benar adanya karena pembatalan tersebut lebih mengarah pada upaya perlindungan undang-undang data yang dilakukan oleh Thailand. Dilihat dari temuan data tersebut maka peneliti merujuk pada sebuah analisis.

Analisis kasus diatas diawali dari kurangnya literasi akan etika, nilai-nilai moral, maupun pemahaman kode etik yang dimiliki setiap jurnalis. peneliti melihat alasan pada media online lokal nampaknya juga terdapat pada media berskala nasional. Melihat akar permasalahannya, maka dapat dikatakan bahwa kurangnya Pendidikan menjadi alasan utama. Alasan kedua dan ketiga yang sama dengan media online lokal juga berlaku pada media massa nasional. Kurangnya keberimbangan dan penyimpangan isi berita kemudian disebabkan oleh adanya kegagalan manajemen dan kepentingan manajemen media itu sendiri. Melalui analisis ketiga contoh kasus tersebut, maka peneliti merujuk pada kesimpulan dan saran.

#### **4. KESIMPULAN**

Berpatok dari temuan masalah dan analisis kasus yang sudah dijabarkan, maka peneliti merujuk pada kesimpulan yang tertuang. Pertama, pada tingkat individu, kegagalan memahami etika dalam media digital adalah disebabkan oleh kurangnya sosialisasi nilai-nilai, norma dan aturan-aturan dari masyarakat maupun keluarga terhadap individu itu sendiri. Peneliti juga kemudian melihat bahwa kegagalan beretika pada individu juga tidak terlepas dari latar belakang Pendidikan yang dimilikinya. Penyebab kurangnya pemahaman etika dalam media digital pada tingkat individu juga disebabkan oleh adanya perbedaan budaya secara signifikan oleh individu itu sendiri. Nampaknya, penyebab kurangnya etika dalam menggunakan media digital pada tingkat individu memiliki perbedaan yang cukup signifikan dengan media informasi lokal maupun berskala nasional.

Pada hakekatnya terdapat persamaan alasan dan mengapa media informasi online lokal dan nasional gagal dalam beretika pada penggunaan media digital. Pertama, kurangnya edukasi dan pemahaman mengenai nilai-nilai, norma maupun kode etik yang ada pada jurnalis sebagai penulis berita. Kedua karena kurangnya fungsi controlling, sehingga menyebabkan produksi informasi yang melanggar kode etik. Merujuk pada alasan terakhir yakni adanya agenda kusus dari setiap Lembaga media dalam mengemas berita, sehingga menyebabkan pelanggaran etika. Melalui kesimpulan ini maka saran yang diperlukan adalah sebagai berikut.

Secara akademis, perlu adanya penelitian-penelitian lebih lanjut terkait pentingnya kode etik dalam menggunakan media digital. Peneliti juga berharap bahwa ranah ini bukan hanya pada media digital secara meluas, tetapi lebih dikhususkan pada platform-platform yang berbeda-beda, sehingga lebih memperkaya informasi. Kedua berbicara secara praktis, akan lebih baik masyarakat lebih memperkaya diri dengan literasi media digital terkhusus dalam memahami etika, sehingga secara lebih meluas mampu memfilter dan memilah informasi yang berkualitas, berimbang, dan terpercaya. Saran praktis lainnya juga yakni melalui tulisan ini, maka diharapkan pemerintahan sebagai pengontrol

tertinggi, mampu menciptakan regulasi dan mendisiplinkan setiap unsur yang melanggar etika bermedia digital sehingga kedepannya dapat menjaga ekosistem media secara sehat. Dan yang terakhir, melalui penelitian ini, setiap pemangku kepentingan dalam hal memproduksi informasi dan terlibat dalam ruang komunikasi media digital, agar dapat lebih cerdas dalam menentukan penggunaan Bahasa verbal, keakuratan informasi, keberimbangan, maupun memahami kode etik secara baik dan benar.

## 5. DAFTAR PUSTAKA

- Astajaya, I.K. (2020). *Etika Komunikasi di Media Sosial*. Surakarta: Widya Duta Grafika.
- Bashabsheh, A, K., & Alzoubi, H.H. (2019). *The Application of Virtual Reality Technology in Architectural Pedagogy for Building Constructions*. Jordan: Elsevier. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1110016819300511?via%3Dihub>
- Batoebara, M, U., & Lubis, M.I. (2022). *Communication Ethics in The World of Digital Media*. Mataram: International Conference on Communication Science.
- Bertens, K., (1993). *Etika*. Jakarta: Gramedia.
- Besley, A. (1992). *Ethic Issues in Journalism and The Media*. London: Roudledge.
- Chen, Y, C., & Chang, Y, S. (2022). *Virtual Reality Application Influences Cognitive Load Mediated Creativity Componenets and Creative Performance in Engineering Design*. Taiwan: Wiley. [https://www.researchgate.net/publication/353393179\\_Virtual\\_reality\\_application\\_influences\\_cognitive\\_load-mediated\\_creativity\\_components\\_and\\_creative\\_performance\\_in\\_engineering\\_design](https://www.researchgate.net/publication/353393179_Virtual_reality_application_influences_cognitive_load-mediated_creativity_components_and_creative_performance_in_engineering_design)
- Dyson, L., Andrews, T., Smyth, R., & Wallace, R. (2013). *Towards A Holistic Framework for Ethical Mobile Learning*. Darwin: Routledge. [https://www.researchgate.net/publication/322694605\\_Towards\\_a\\_Holistic\\_Framework\\_for\\_Ethical\\_Mobile\\_Learning](https://www.researchgate.net/publication/322694605_Towards_a_Holistic_Framework_for_Ethical_Mobile_Learning)
- Elsyafitri, R. (2024). *Etika Komunikasi Selebgram Bima Yudho di Instagram Dalam Perspektif Deontological Immanuel Kant*. Bengkulu: IAIN Curup.
- Han, Ling.(2024). *The Rise of Digital Media: Transforming Comunication, Culture and Commerce*. Ohio: Global Media Journal.
- Komdigi RI. 2025. [HOAKS] Tiktok Tidak Mau Berinvestasi di Indonesia Karena Adanya Preman Berkedok Ormas. Jakarta: komdigi.go.id <https://www.komdigi.go.id/berita/berita-hoaks/detail/hoaks-tiktok-tidak-mau-berinvestasi-di-indonesia-karena-adanya-preman-berkedok-ormas>
- Mutiah, T, A. (2019). *Etika Komunikasi Dalam Menggunakan Media Sosial*. Jakarta: Global Komunika.
- Ott, T., & Tiozzo, M. (2022). *Digital Media Ethics:Benefits and Challenges in School Education*. Gothenburg: International Journal of Mobile and Blended Learning.
- Qorib, M., & Zaini, M. (2020). *Integrasi Etikda dan Moral*. In *Bildung*.
- Rachman, E. (2020). *Social Media: Friend or Foe*. Jakarta: Kompas.
- Rader, M.H. (2002). *Strategies for Teaching Internet Ethics*. IN: Delta Pi Epsilon National Conference. Book of Readings. INSTITUTION Delta Pi Epsilon Society, Little Rock, AR.
- Rasyid, H.J., Rahman, H.J., Azzam, A.F., Sabila, B.F., & Radianto, D.O. (2023). *Menjelajahi Etika; Tinjauan Literatur Terbaru Tentang Prinsip-Prinsip Etika, Konsep Moral dan Tantangan Dalam Kehidupan Kontemporer*. Surabaya: Cemerlang. <https://prin.or.id/index.php/cemerlang/article/download/1183/1243>
- Tandoc, E.C., Lim, Z, W., & Ling, R. (2018). *Defining 'Fake News': A Typology of Scholarly Definitions*. Singapore: Digital Journalism.
- Wahid, I.B., Wulandari, M.P. & Nasution, Z. (2024). *Navigating Ethical Challenges in Indonesian Digital Public Relations Practices*. Malang: Brawijaya University Press. <https://journal.ubm.ac.id/index.php/bricolage/article/download/5478/3008>
- Wildan, A.I. (2020). *Kajian Kepustakaan Mengenai Etika dan Moral Dalam Bisnis (Doctoral Dissertation, Universitas Sangga Buana Ypkp Bandung)*.