

MADHANGI: Jurnal Ilmu Komunikasi http://ojsfikom.mputantular.ac.id/index.php/fikom/index	
--	---

ETIKA DAN REGULASI KOMUNIKASI DIGITAL

(DIGITAL COMMUNICATION ETHICS AND REGULATION)

La Dono¹, Iwan Armawan²

Jurusan Ilmu komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Indonesia Maju¹
Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mpu Tantular²

Nomor Whatsapp Penulis Utama: 08817282797

Penulis kedua : 085716032023

Email Korespodensi: Donobsps@gmail.com

Iwanaradea84@gmail.com

ABSTRAK:	Info Artikel:
Etika komunikasi digital merujuk pada prinsip-prinsip moral yang mengarahkan cara individu, organisasi, dan komunitas berinteraksi serta menyampaikan informasi dalam ruang digital. Di tengah melimpahnya arus informasi dan kemudahan dalam menyebarkan pesan melalui berbagai platform seperti media sosial, <i>blog</i>, atau layanan pesan instan, muncul kebutuhan yang semakin mendesak akan kesadaran etis dalam setiap tindakan komunikasi. Etika dalam hal ini tidak hanya mengatur apa yang boleh dan tidak boleh dikatakan, tetapi juga menyangkut tanggung jawab atas dampak pesan yang dikirimkan kepada publik. Di lingkungan digital, batas antara ruang pribadi dan ruang publik sering kali kabur. Sebuah komentar, gambar, atau video yang dimaksudkan untuk lingkup terbatas dapat tersebar luas dalam hitungan menit. Dalam kondisi seperti ini, prinsip kehati-hatian menjadi sangat penting. Etika digital mengajak setiap pelaku komunikasi untuk mempertimbangkan nilai-nilai	Riwayat Artikel: Diterima: 01 Maret 2025 Direvisi: 07 April 2025 Disetujui: 17 Mei 2025 Dipublikasikan: 23 Juli 2025

Catatan Redaksi

Mohon maaf, penomoran edisi terbitan artikel ini terdapat kesalahan. Artikel ini yang semula terbit pada Vol 6 No. 02 Mei 2025 menjadi Vol 4 No. 01 Mei 2025. Adapun isi artikel tidak berubah.

seperti kejujuran, keadilan, perlindungan privasi, serta penghormatan terhadap perbedaan pandangan. Komunikasi yang mengandung hoaks, manipulasi visual, ujaran kebencian, atau pencemaran nama baik bukan hanya merugikan pihak lain, tetapi juga melemahkan kualitas ruang digital sebagai ruang bersama. Salah satu tantangan utama dalam komunikasi digital adalah sifat anonim dan instan yang ditawarkan oleh teknologi. Ketika seseorang merasa tidak terlihat atau tidak akan dikenali, kecenderungan untuk melanggar norma etis cenderung meningkat. Namun, kenyataannya, jejak digital tidak pernah benar-benar hilang.

Kata Kunci: Digital, Etika, Komunikasi, Lingkungan, Teknologi

ABSTRACT:

Digital communication ethics refers to the moral principles that guide how individuals, organizations, and communities interact and convey information in the digital space. Amidst the abundance of information and the ease of disseminating messages through various platforms such as social media, blogs, or instant messaging services, there is an increasingly urgent need for ethical awareness in every communication activity. Ethics, in this case, not only regulates what can and cannot be said but also concerns responsibility for the impact of messages sent to the public. In the digital environment, the boundaries between private and public space are often blurred. A comment, image, or video intended for a limited audience can spread widely within minutes. In such circumstances, the principle of caution becomes crucial. Digital ethics encourages every communicator to consider values such as honesty, fairness, privacy protection, and respect for differing views. Communication containing hoaxes, visual manipulation, hate speech, or defamation not only harms others but also undermines the quality of the digital space as a shared space. One of the main challenges in digital communication is the anonymity and instant nature offered by technology. When someone feels invisible or unrecognized, the tendency to violate ethical norms tends to increase. However, the reality is that digital footprints never truly disappear.

Keyword: Digital, Ethics, Communication, Environment, Technology

PENDAHULUAN

Etika komunikasi mencakup tanggung jawab terhadap akurasi informasi. Dalam dunia yang dibanjiri oleh content, tidak semua yang viral adalah benar, dan tidak semua yang populer layak dipercaya. Masyarakat digital dituntut untuk lebih kritis dalam memverifikasi informasi sebelum menyebarkannya. Dalam hal ini, prinsip “berpikir sebelum membagikan” menjadi relevan. Tidak semua konten perlu disebar, terutama jika berpotensi menyesatkan, memecah belah, atau memperkuat prasangka sosial yang tidak berdasar. Kejujuran dalam menyajikan data, mengutip sumber, dan menyampaikan fakta menjadi bagian penting dari etika komunikasi digital yang sehat (Wardle & Derakhshan, 2021). Oleh karena itu, menjaga integritas dalam setiap interaksi daring bukan hanya soal menaati aturan platform, tetapi juga cermin dari tanggung jawab moral terhadap komunitas digital yang lebih luas (Floridi, 2020).

Selain itu, etika juga terkait dengan penghargaan terhadap hak digital orang lain. Ini termasuk hak atas privasi, hak atas atribusi karya, serta hak untuk tidak mengalami pelecehan atau perundungan di dunia maya. Banyak kasus pelanggaran hak digital terjadi karena rendahnya kesadaran terhadap nilai-nilai etis. Sebuah unggahan yang menampilkan wajah orang lain tanpa izin, atau penyebaran tangkapan layar percakapan pribadi, bisa berdampak besar terhadap kehidupan seseorang. Karena itu, penting bagi semua pihak untuk memiliki sensitivitas terhadap hak dan martabat pengguna lain.

Etika dalam komunikasi digital juga berperan penting dalam membangun kepercayaan. Merek atau tokoh publik yang berkomunikasi secara konsisten dengan integritas, menghargai audiensnya, serta bersikap transparan, cenderung mendapatkan kepercayaan jangka panjang. Sebaliknya, pelanggaran etika—seperti menyesatkan audiens, menyembunyikan konflik kepentingan, atau memanipulasi emosi untuk kepentingan komersial—akan merusak reputasi dan menimbulkan krisis kepercayaan yang sulit dipulihkan. Dalam ekosistem digital yang sangat kompetitif, kepercayaan menjadi aset yang paling bernilai dan sekaligus paling rapuh.

Dengan demikian, etika komunikasi digital bukanlah kumpulan larangan, melainkan panduan untuk berperilaku bijak, bertanggung jawab, dan manusiawi dalam ruang digital. Ia menjadi fondasi penting dalam membangun komunikasi yang sehat, menghormati hak-hak semua pihak, dan menjaga kualitas percakapan publik agar tetap bermakna dan inklusif di tengah kemajuan teknologi yang terus berkembang.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Prinsip Etika dalam Komunikasi Digital

Komunikasi digital berkembang sangat cepat, melintasi batas negara, budaya, dan waktu. Dalam kondisi seperti ini, penting bagi setiap individu atau organisasi yang terlibat dalam komunikasi digital untuk menjunjung prinsip-prinsip etika yang kuat. Teknologi boleh berubah, tetapi nilai-nilai dasar seperti kejujuran, tanggung jawab, dan penghormatan terhadap privasi tetap relevan, bahkan semakin penting. Di bawah ini adalah prinsip-prinsip utama yang harus menjadi pedoman dalam setiap bentuk komunikasi di ruang digital.

B. Kejujuran: Dasar Integritas Komunikasi

Kejujuran adalah fondasi utama dalam membangun kepercayaan. Dalam komunikasi digital, bentuk kejujuran mencakup penyampaian informasi yang akurat, tidak dilebih-lebihkan, dan tidak menyesatkan. Misalnya, dalam mempromosikan suatu produk atau layanan, penting untuk tidak membuat klaim yang tidak dapat dibuktikan atau menggunakan manipulasi visual yang bisa menipu audiens. Konten yang dibuat dengan niat menyesatkan bukan hanya berisiko secara hukum, tetapi juga dapat merusak reputasi dalam jangka panjang (Floridi & Cowls, 2021). Dalam lingkungan yang dipenuhi clickbait dan informasi viral yang belum tentu benar, praktik kejujuran menjadi lebih menantang tetapi semakin krusial. Komunikator yang mengutamakan transparansi dan ketepatan informasi akan lebih mudah membangun kredibilitas di mata audiens.

C. Transparansi: Mengungkap Kepentingan di Balik Pesan

Transparansi dalam komunikasi digital berarti memberikan kejelasan kepada audiens mengenai siapa yang menyampaikan pesan, apakah ada kepentingan tertentu yang menyertainya. Misalnya, jika sebuah unggahan di media sosial merupakan bagian dari kerja sama berbayar, maka hal tersebut harus diungkapkan dengan jelas. Begitu pula jika suatu konten dipengaruhi oleh sponsor atau afiliasi, penyampaian harus terbuka dan tidak menyamarkannya seolah-olah konten tersebut netral. Dengan berkembangnya praktik influencer marketing, prinsip transparansi menjadi semakin relevan. Banyak negara bahkan telah menerapkan regulasi yang mewajibkan disclosure atas konten berbayar, demi melindungi audiens dari potensi manipulasi yang tersembunyi (Boerman, 2021).

D. Tanggung Jawab: Menimbang Dampak Sosial dari Komunikasi

Komunikasi digital memiliki daya sebar yang cepat dan luas, sehingga dampaknya terhadap publik tidak bisa diremehkan. Oleh sebab itu, para pelaku

komunikasi digital perlu menyadari bahwa setiap pesan yang disampaikan bisa memengaruhi opini, perilaku, bahkan kesejahteraan psikologis audiens. Tanggung jawab dalam konteks ini berarti menyusun pesan dengan pertimbangan yang matang, menghindari penyebaran kebencian, hoaks, atau konten yang dapat merugikan kelompok tertentu. Komunikasi yang etis harus mempertimbangkan keragaman audiens dan dampak sosial dari pesan yang disampaikan. Tidak cukup hanya berpikir tentang keuntungan jangka pendek atau engagement tinggi—komunikasi yang bertanggung jawab harus berlandaskan kesadaran moral akan dampaknya terhadap publik luas (Ward, 2020).

E. Privasi: Menghormati dan Melindungi Data Pribadi

Privasi adalah hak mendasar yang harus dijaga dalam segala bentuk komunikasi digital. Di era big data, informasi pribadi seperti lokasi, kebiasaan konsumsi, atau riwayat pencarian dapat dikumpulkan dengan mudah. Meskipun data ini berharga untuk keperluan personalisasi konten atau iklan, pengguna tetap berhak mengetahui bagaimana data mereka dikumpulkan, digunakan, dan disimpan. Etika komunikasi digital menuntut transparansi dalam pengelolaan data, termasuk penyediaan pilihan bagi pengguna untuk menyetujui atau menolak pelacakan digital. Menyebarkan informasi pribadi tanpa izin eksplisit dari pemiliknya adalah bentuk pelanggaran privasi yang serius. Menghormati privasi tidak hanya soal kepatuhan terhadap regulasi seperti GDPR, tetapi juga bagian dari tanggung jawab moral dalam membangun ekosistem digital yang sehat dan saling percaya (Solove & Schwartz, 2022).

F. Regulasi Nasional dan Internasional

Di tengah pertumbuhan komunikasi digital yang masif, muncul kebutuhan mendesak untuk mengatur lalu lintas informasi di ruang daring. Regulasi menjadi perangkat penting dalam menjaga keseimbangan antara kebebasan berekspresi dan perlindungan terhadap hak individu. Meskipun tiap negara memiliki aturan tersendiri, prinsip dasarnya tetap sama: menjamin keamanan, privasi, serta tanggung jawab dalam penyebaran konten digital.

G. Undang-Undang ITE dan Perlindungan di Indonesia

Di Indonesia, regulasi utama dalam ranah digital tertuang dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, yang telah diperbarui melalui Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016. Peraturan ini mencakup berbagai aspek seperti transaksi elektronik, tanda tangan digital, hingga konten yang dianggap melanggar hukum. Salah satu pasal yang paling

dikenal publik adalah yang mengatur tentang pencemaran nama baik di ruang digital. Undang-undang ini juga mengatur bagaimana data pribadi harus dikelola dengan aman dan tidak disalahgunakan. Walaupun Indonesia belum memiliki regulasi khusus setingkat General Data Protection Regulation (GDPR), Rancangan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (RUU PDP) yang mulai aktif sejak 2022 menjadi tonggak penting dalam perlindungan digital di tingkat nasional (Kementerian Kominfo, 2022).

METODE PENELITIAN

Pendekatan secara kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari 2025 sampai dengan bulan April 2025. Adapun teknik pengambilan informan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif. Objek penelitian adalah segala sesuatu permasalahan Objek penelitian merupakan hal yang diteliti dalam penelitian ini, yakni Etika dan regulasi komunikasi digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Konten Negatif dan Penyalahgunaan Media Digital

Kemudahan dalam mengakses dan menyebarkan informasi di era digital membawa dampak besar bagi kehidupan sosial, ekonomi, hingga politik. Namun, seiring manfaat yang diberikan, media digital juga membuka ruang yang luas bagi munculnya konten negatif dan penyalahgunaan. Fenomena ini tidak hanya mengganggu kenyamanan individu, tetapi juga mengancam integritas informasi, keamanan sosial, dan kesehatan mental pengguna.

i. Ragam Konten Negatif di Dunia Maya

Salah satu bentuk konten negatif yang paling sering muncul adalah hoaks atau informasi palsu. Hoaks menyebar cepat karena dikemas menarik, memanfaatkan emosi, dan menyasar ketidaktahuan. Dalam banyak kasus, hoaks tidak hanya menciptakan kebingungan, tetapi juga memecah belah masyarakat. Menurut data dari Kominfo (2023), dalam kurun waktu satu tahun terdapat lebih dari 11.000 konten hoaks yang tersebar di berbagai platform media sosial di Indonesia. Selain hoaks, ujaran kebencian (hate speech), pornografi, dan konten kekerasan menjadi persoalan serius yang terus mengemuka. Konten-konten tersebut tidak hanya berbahaya secara psikologis, tetapi juga dapat memicu kekerasan di dunia nyata. Ujaran kebencian, khususnya, memiliki efek domino yang dapat

memperuncing perbedaan dan mengganggu harmoni sosial. Di sisi lain, konten pornografi yang dapat diakses bebas tanpa penyaring usia menjadi ancaman bagi perkembangan anak dan remaja.

ii. Penyalahgunaan Media: Dari Cyberbullying hingga Manipulasi Opini

Penyalahgunaan media digital juga mencakup berbagai tindakan merugikan seperti perundungan siber (cyberbullying), penipuan daring, dan manipulasi opini publik. Cyberbullying terjadi ketika seseorang secara terus-menerus menerima pesan hinaan, ancaman, atau ejekan melalui platform digital. Banyak korban mengalami tekanan mental, kehilangan rasa percaya diri, bahkan depresi. Menurut UNICEF Indonesia (2021), satu dari lima remaja pernah menjadi korban perundungan siber. Sementara itu, penipuan daring semakin marak dengan teknik yang semakin canggih. Pelaku sering menyamar sebagai pihak resmi untuk mengambil data pribadi atau melakukan transaksi palsu. Korban bukan hanya dari kalangan tertentu, tetapi lintas usia dan profesi. Selain itu, manipulasi opini publik juga semakin mengkhawatirkan, terutama menjelang momen-momen krusial seperti pemilu. Tindakan ini dilakukan melalui akun anonim, bot otomatis, atau konten berbayar yang disamarkan sebagai opini pribadi.

iii. Pentingnya Literasi Digital dan Regulasi

Dalam menghadapi berbagai ancaman ini, penegakan hukum dan edukasi digital menjadi dua aspek yang tidak bisa dipisahkan. Penegakan hukum diperlukan untuk memberikan efek jera, membatasi ruang gerak pelaku, dan menunjukkan bahwa dunia digital tidak bebas nilai. Di sisi lain, edukasi digital dibutuhkan agar masyarakat memiliki daya kritis, tidak mudah terprovokasi, dan mampu mengenali konten yang merugikan. Literasi digital tidak hanya soal mengoperasikan gawai, tetapi juga mencakup kemampuan memilah informasi, memahami etika daring, dan melindungi diri dari eksploitasi digital. Program literasi yang efektif akan membentuk masyarakat yang cerdas secara digital, yaitu tidak hanya aktif, tetapi juga bijak dalam menggunakan ruang digital. UNESCO (2021) menyebut literasi digital sebagai bagian dari hak dasar warga abad ke-21 yang berkaitan erat dengan demokrasi, keamanan, dan kesejahteraan bersama.

B. Peran Profesional Komunikasi dalam Menjaga Etika

Dalam era digital yang serba cepat dan dinamis, profesional komunikasi memiliki tanggung jawab yang semakin kompleks. Mereka bukan hanya berperan menyampaikan pesan, tetapi juga menjadi penjaga nilai-nilai moral dalam arus informasi yang sering kali tidak terkendali. Di tengah membanjirnya konten yang

bersifat provokatif, manipulatif, atau tidak akurat, kehadiran figur-figur profesional yang menjunjung etika menjadi sangat krusial untuk menjaga ruang publik tetap sehat dan konstruktif.

i. Kejujuran dan Kredibilitas sebagai Prinsip Utama

Salah satu peran utama profesional komunikasi adalah menyampaikan pesan yang jujur, kredibel, dan relevan bagi masyarakat. Ini mencakup pemilihan data yang tepat, konteks yang akurat, dan bahasa yang tidak menyesatkan. Dalam praktiknya, sering kali muncul godaan untuk "memutar" informasi agar terlihat lebih menguntungkan bagi klien atau pihak tertentu. Namun, tindakan seperti itu hanya akan merusak kepercayaan dalam jangka panjang. Kredibilitas yang dibangun bertahun-tahun bisa hilang dalam sekejap ketika publik merasa dikhianati oleh informasi yang tidak sesuai kenyataan. Lebih dari sekadar menyampaikan fakta, profesional komunikasi juga bertanggung jawab atas cara narasi dibentuk. Misalnya, dalam menyampaikan hasil survei, penting untuk menyertakan margin of error atau keterbatasan interpretasi, agar tidak menimbulkan persepsi yang keliru. Hal ini sejalan dengan prinsip transparency and accountability yang menjadi landasan komunikasi etis.

ii. Menghindari Manipulasi dan Polarisasi

Tantangan lain yang sering dihadapi adalah tekanan untuk memanipulasi opini publik demi kepentingan tertentu. Dalam konteks pemasaran, politik, atau bahkan kampanye sosial, tidak jarang informasi disusun sedemikian rupa untuk menggiring persepsi tertentu, tanpa membuka ruang bagi pemahaman yang lebih utuh. Praktik semacam ini mengikis kepercayaan publik, memicu polarisasi, dan pada akhirnya menurunkan kualitas demokrasi digital.

Profesional komunikasi yang berintegritas akan menolak praktik manipulatif ini. Mereka memahami bahwa pengaruh tidak harus dibangun dari ketakutan atau kebingungan, tetapi dari kejelasan, empati, dan niat baik. Komunikasi yang bertanggung jawab justru mengutamakan pemahaman dan partisipasi, bukan dominasi satu arah.

iii. Keteladanan dalam Menyampaikan Kritik

Sebagai wajah dari organisasi atau tokoh publik, profesional komunikasi juga berperan sebagai teladan dalam menyampaikan opini dan kritik secara santun. Dalam era media sosial, ruang publik sering kali dipenuhi komentar kasar, ejekan, atau sarkasme yang merusak kualitas dialog. Di tengah suasana ini, mereka harus menunjukkan bahwa perbedaan pendapat bisa disampaikan dengan bahasa yang

sopan, argumentatif, dan membangun. Sikap ini tidak hanya berpengaruh pada citra organisasi, tetapi juga menciptakan atmosfer komunikasi yang sehat di masyarakat. Ketika profesional komunikasi menjaga etika dalam berbicara, mereka turut membentuk budaya diskusi yang lebih dewasa dan inklusif.

iv. Edukasi Etika Digital kepada Audiens

Tanggung jawab lainnya adalah memberikan edukasi kepada audiens tentang pentingnya menjaga etika digital. Ini bisa dilakukan melalui konten informatif, kampanye kesadaran, atau respons aktif terhadap penyebaran disinformasi. Di tengah kemudahan berbagi informasi, banyak orang belum memahami dampak dari setiap unggahan atau komentar yang mereka buat. Dengan menyampaikan pesan-pesan edukatif secara konsisten, profesional komunikasi berkontribusi dalam membangun literasi digital masyarakat yang lebih baik. Pendidikan semacam ini bukan hanya ditujukan kepada anak muda atau pemula digital, tetapi juga kepada publik luas yang setiap harinya terlibat dalam konsumsi dan distribusi informasi. Tugas ini menempatkan profesional komunikasi sebagai jembatan antara teknologi dan nilai-nilai kemanusiaan yang harus terus dijaga.

SIMPULAN DAN SARAN

Etika komunikasi digital merujuk pada prinsip-prinsip moral yang mengarahkan cara individu, organisasi, dan komunitas berinteraksi serta menyampaikan informasi dalam ruang digital. Etika komunikasi digital bukanlah kumpulan larangan, melainkan panduan untuk berperilaku bijak, bertanggung jawab, dan manusiawi dalam ruang digital, menjadi fondasi penting dalam membangun komunikasi yang sehat, menghormati hak-hak semua pihak, dan menjaga kualitas percakapan publik agar tetap bermakna dan inklusif di tengah kemajuan teknologi yang terus berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Boerman, S. C. (2021). "The Effects of Influencer Marketing Disclosures on Consumer Trust". *Journal of Interactive Marketing*, 53, 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2020.04.002>
- Floridi, L. (2020). *The Logic of Information: A Theory of Philosophy as Conceptual Design*. Oxford University Press.

Floridi, L., & Cowls, J. (2021). "A Unified Framework of Five Principles for AI in Society". *Harvard Data Science Review*, 3(1).
<https://doi.org/10.1162/99608f92.8cd550d1>

Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2022). *Rancangan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi: Penjelasan umum*. <https://kominfo.go.id>

Kominfo. (2023). *Laporan Tahunan Penanganan Konten Hoaks dan Disinformasi*. Retrieved from <https://www.kominfo.go.id>

Solove, D. J., & Schwartz, P. M. (2022). *Information Privacy Law* (7th ed.). Wolters Kluwer.

UNICEF Indonesia. (2021). *Digital Safety and Cyberbullying among Teens*. Retrieved from <https://www.unicef.org/indonesia>

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2021). *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making*. Council of Europe Publishing.

Ward, S. J. A. (2020). *Ethics and The Media: An Introduction*. Cambridge University Press.