

Vol. 4, No. 1, Januari - Juni 2023

ISSN: 2722-1431 (p); 2722-144X (e)

*Academic Journal of
Da'Wa and Communication*

Academic Journal of Daw'wa and Communication

Editorial Team:

Penanggung Jawab

Islah (Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah UIN Raden Mas Said Surakarta)

Editor-In-Chief

Kamila Adnani, UIN Raden Mas Said Surakarta, Indonesia

Managing Editor

Fathurrohman Husen, UIN Raden Mas Said Surakarta, Indonesia

Editor

Ulfa Fauzia Argestya, UIN Raden Mas Said Surakarta, Indonesia

Joni Rusdiana, UIN Raden Mas Said Surakarta, Indonesia

Ika Sulistyarini, UIN Raden Mas Said Surakarta, Indonesia

Puput Yanita Senja, UIN Raden Mas Said Surakarta, Indonesia

Rini Wulandari, UIN Raden Mas Said Surakarta, Indonesia

Maya Sandra Rosita Dewi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Indonesia

Arina Rahmatika, STAI Sunan Pandanaran Yogyakarta, Indonesia

Reviewer

Abdul Karim, (SCOPUS ID: 57196185152), UIN Walisongo Semarang, Indonesia

Agus Wahyu Triatmo, (SCOPUS ID:57226894008), Universitas Sebelas Maret, Surakarta,
Indonesia

Akhmad Anwar Dani, (SCOPUS ID: 57220007270), UIN Raden Mas Said Surakarta,
Indonesia

Ahmad Izudin, UIN Sunan Kalijaga Sunan Kalijaga, Indonesia

Rhesa Zuhriya Briyan Pratiwi, UIN Raden Mas Said, Indonesia

Abraham Zakky Zulhazmi, UIN Raden Mas Said Surakarta, Indonesia

Ahmad Hidayatullah, UIN Abdurrohman Wakhid Pekalongan, Indonesia

Dyah Fitria Kartika, Universitas Tadulako, Indonesia

Rifqi Fairuz, UIN K.H. Abdurrahman Wahid Salatiga, Indonesia

Rama Kertamukti, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Indonesia

Miftahur Ridho, UIN Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda, Indonesia

Alamat Redaksi:

Fakultas Ushuluddin dan Dakwah

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Jl. Pandawa Pucangan, Kartasura, Sukoharjo, Jawa Tengah

Email: ajdcjournal@gmail.com

Academic Journal of Da'wa and Communication

Daftar Isi

Strategi Komunikasi Krisis BKN terhadap Kecurangan Seleksi Calon Aparatur Sipil Negara Tahun 2021 <i>Muhammad Arya Raharji Najib</i>	1-22
Dampak Peran Ganda Petani Perempuan dalam Kehidupan Rumah Tangga di Masa Kini <i>Hamdani Thaha, Vera Yuniar</i>	23-38
Pembacaan <i>Rotibul Haddad</i> sebagai Sarana Dakwah Nahdlatul Ulama di Desa Sedah, Ponorogo <i>Fauza Ni'amatul Mubarakah, Akhmad Rifa'i</i>	39-56
<i>Dakwah bil Lisan</i> dan Religiusitas Generasi Milenial <i>Ghalda Amatullah, Agus Wahyu Triatmo</i>	57-78
Etika Bermedia: Menyebarkan Foto dan Video Tanpa Izin Termasuk Melanggar Privasi <i>Nanda Elma Fitriani, Ela Indah Dwi Syayekti, Muhammad Syarif Hidayatullah</i>	79-94
Tantangan Dakwah Digital Perspektif Herbert Marcuse <i>Danur Putut Permadi</i>	95-112
Makna <i>Life Goals</i> dalam Film Rentang Kisah: Analisis Naratif Model Tzvetan Todorov <i>Devi Putri Aji, Kamila Adnani</i>	113-134
<i>Author Guideline</i>	135



Etika Bermedia: Menyebar Foto dan Video Tanpa Izin Termasuk Melanggar Privasi

**Nanda Elma Fitriani^{1*},
Ela Indah Dwi Syayekti¹,
Muhammad Syarif Hidayatullah¹**

¹*UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Indonesia*

Keywords:

(Ethics; Social Media; Privacy)

Abstract

This study aims to determine ethics in media including taking photos or videos that include privacy. Not everyone likes it when their photos appear on social media. This will realize the importance of upholding ethics in media. The method used in this study is library research by collecting information and data with the help of various kinds of existing materials such as documents, books, journals, articles and so on. The results of this study show that media ethics are very important today. The right to privacy is often forgotten by media users, especially when taking pictures or recording others without permission. The rules of social media are in fact not in harmony with conditions on the ground. Many violations occur, for example the distribution of photos and videos of someone without permission to the person concerned. It is expected that users will be wiser in addressing the boundaries needed when mediating. In addition, media providers should provide features that support the security and privacy of their users.

Kata kunci:

(Etika; Media Sosial; Privasi)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui etika dalam bermedia dalam mengambil foto ataupun video termasuk pelanggaran privasi seseorang. Tidak semua orang suka apabila fotonya muncul di media sosial. Hal tersebut akan menyadarkan akan pentingnya menjunjung tinggi etika dalam bermedia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *library reseacrh*

dengan mengumpulkan informasi dan data dengan bantuan berbagai macam material yang ada seperti dokumen, buku, jurnal, artikel dan lain sebagainya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa etika bermedia sangatlah penting di zaman sekarang. Hak privasi kerap dilupakan oleh pengguna media terutama saat mengambil gambar atau merekam orang lain tanpa izin. Aturan bermedia sosial nyatanya tidak selaras dengan kondisi di lapangan. Banyak pelanggaran yang terjadi, misalkan penyebaran foto dan video seseorang tanpa izin terhadap yang bersangkutan. Diharapkan pengguna lebih bijak dalam menyikapi batas-batas yang diperlukan saat bermedia. Selain itu, penyedia media sudah seharusnya menyediakan fitur yang menunjang keamanan dan privasi penggunanya.

PENDAHULUAN

Era 4.0 menjadi awal peradaban baru masyarakat, dimana era internet mulai memasuki segala lini kehidupan. Penggunaan internet tentu merubah kesadaran dan batas-batas privasi dalam masyarakat, salah satunya dalam menggunakan media sosial. Kesadaran dalam keamanan informasi didefinisikan bahwa seseorang memiliki pengetahuan atau kemampuan dalam melaksanakan praktik privasi dalam menggunakan sebuah media. Artinya, pada saat seseorang menggunakan situs jejaring internet harus mampu memahami arti penting melindungi data pribadi ataupun data seseorang (Gunawan, 2021). Kesadaran ini menjadi penting mengingat hilangnya batas-batas sosial yang ada di media. Dengan adanya kesadaran tersebut diharapkan pengguna dapat berlaku dengan bijak dan tidak melanggar hak-hak orang lain.

Dilansir dari *We Are Social* bahwa jumlah pengguna internet pada awal tahun 2023 mencapai 212,9 juta. Angka ini mengalami kenaikan sebesar 5,2% atau 10 juta jika dibandingkan dengan tahun lalu. Penggunaan waktu internet rata-rata selama 7 jam 42 menit setiap harinya dan di dominasi dengan akses melalui gadget. Penggunaan media sosial paling tinggi terjadi pada facebook sebanyak 119,9 juta dilanjutkan dengan tiktok sebanyak 109,9 juta jiwa (Haryanto, 2023).

Banyaknya jumlah pengguna internet di Indonesia tentunya harus dibarengi dengan regulasi yang tepat, termasuk mengenai hak privasi. Mengingat beberapa kasus *cyber crime* yang melanggar hak-hak privasi pengguna. Beberapa kasus yang terjadi di antaranya pada tahun 2018, terjadi pencemaran nama baik yang dilakukan oleh MG terhadap Walikota BauBau melalui postingan akun Facebook milik MG. Selain itu terdapat kasus kebocoran data pribadi, dimana pada Mei 2021, sejumlah data peserta BPJS dijual di Raid Forums seharga 0,15 Bitcoin (Akbar, 2021). Kasus-kasus di atas sudah seharusnya menjadi alarm untuk seluruh pihak agar mulai menciptakan ruang media yang aman terhadap hak-hak asasi individu.

Selain itu, kasus pelanggaran hak privasi yang sering kita jumpai dalam dunia maya adalah penyebaran foto-foto pribadi dari beberapa artis ternama. Penyebaran foto tersebut bertujuan untuk menjatuhkan harga diri artis yang kerap kali tertimpa masalah ketika sedang masa jayanya dan hal ini dapat kita ketahui bahwa hal tersebut dapat diduga sebuah cara untuk menjatuhkan karier artis yang baru memasuki dunia hiburan. Hal tersebut dapat dilakukan oleh *paparazzi* atau orang-orang terdekat dengan mereka.

Melindungi data pribadi menjadi catatan yang menarik dalam bermedia di masa sekarang. Tidak semua foto dan video yang di posting termasuk konsumsi publik. Hal tersebut juga di klaim sebagai hasil rekayasa yang bisa disalahgunakan dalam hal kejahatan online ataupun penipuan dalam bermedia. Kasus-kasus tersebut tentunya menjadi pelajaran yang berharga, bahwa privasi itu mahal, penting, harus dijaga dengan baik, dan tidak semua orang bisa mengetahuinya (Krisnawati, 2016).

Menjaga privasi bukan hanya perkara dalam kehidupan atau aktivitas interaksi personal secara langsung, akan tetapi juga setiap aktivitas apapun. Dengan teknologi yang semakin canggih dan terus berkembang kehadiran internet juga dituntut untuk mengubah pola perilaku seseorang dalam mengelola privasi. Hal tersebut juga

membuat banyak orang menjadi lebih berhati-hati dalam menjaga dan menyebarkan foto atau video dalam bermedia. Maka dari privasi sangatlah penting dan harus dijaga agar tidak terjadi stigma negatif dari pengguna media lainnya.

Konsep privasi pertama kali dikembangkan oleh Warren dan Brandeis dengan judul artikelnya *"The Right to Privacy"* atau hak yang tidak diganggu. Menurutnya *"Privacy is the right to enjoy life and the right to be left alone and this development of the law was inevitable and demanded of legal recognition"*. Privasi merupakan suatu hak setiap orang untuk menikmati hidup dan menuntut privasinya untuk dilindungi (Rosadi, 2015). Privasi dalam media adalah penting untuk dilindungi karena dalam privasi menjadi bagian dari hak yang berdiri sendiri dan tidak bergantung kepada hak lain. Hal tersebut akan hilang apabila orang tersebut mempublikasikan hal-hal yang bersifat pribadi kepada khalayak. Artinya, dalam bermedia seseorang sudah seharusnya memiliki etika yang sudah dibangun sejak awal. Konsep beretika dalam melindungi hak privasi sudah selayaknya dilakukan, karena hal tersebut memiliki sifat yang sensitif bagi orang lain.

Konsep beretika dalam menggunakan media sudah mengisyaratkan bahwa individu tersebut mengetahui apa arti etika sendiri dalam kehidupannya. Etika sebagai refleksi manusia tentang apa yang dilakukan dan dikerjakan mempunyai tradisi yang panjang. Media sebagaimana kehidupan bermasyarakat memiliki beberapa etika dasar yang harus dipatuhi. Beberapa etika tersebut diantaranya dilarang menggunakan kata kasar, porno maupun SARA; dilarang memposting hal yang bersifat bohong; dilarang mengcopy paste gambar yang memiliki hak cipta; dan jangan mempublikasikan privasi orang lain tanpa izin kepada pihak yang bersangkutan (Hariguna & Waluyo, 2023).

Dalam Kamus Bahasa Indonesia, etika didefinisikan sebagai ilmu pengetahuan tentang asas-asas akhlak (moral) yang berkaitan dengan kehidupan seseorang dalam kesehariannya. Sedangkan dalam Islam,

etika merupakan perilaku manusia dalam kehidupan sehari-hari yang melekat pada diri seseorang. Etika bersumber dari hasil budaya dan adat-istiadat suatu tempat yang berlaku dalam Masyarakat (Habibah, 2015). Etika dikatakan sebagai ilmu yang menyelidiki baik dan buruk dengan memperhatikan perbuatan manusia sejauh yang diketahui oleh akal pikiran manusia. Sudah seharusnya seseorang memiliki etika yang harus dijaga dan dilakukan dengan baik untuk mencerminkan diri seseorang.

Berdasarkan uraian diatas, penelitian yang sama terkait etika dalam bermedia untuk melindungi privasi juga sudah pernah dilakukan. Penelitian pertama oleh, M. Zia Al-Ayyubi dengan judul *"Etika Bermedia Sosial Dalam Menyikapi Pemberitaan Bohong (Hoax) Perspektif Hadist"* membahas fenomena meresahkan yang terjadi di dunia maya atau media sosial. Dengan hasil penelitian bahwa dalam menggunakan media diperlukan sebuah peran dari salah satu etika yaitu kejujuran. Dengan menyampaikan informasi atau berita secara jujur hal tersebut akan memberikan kontribusi yang baik bagi seseorang. Sehingga, tidak akan menimbulkan kesalahpahaman, pertikaian, permusuhan dan lain sebagainya (Al-Ayyubi, 2018).

Selanjutnya penelitian oleh Jawade Hafidz dengan judul *"Cyberbullying, Etika Bermedia Sosial, dan Pengatur Hukumnya"*. Dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa *cyberbullying* yang terjadi dalam media karena kurangnya etika dalam menggunakan media sosial. Etika dalam bermedia sosial diterapkan agar tidak terjadi *missing information* dan *missunderstanding* yang dapat menimbulkan konflik. Sekaligus menjelaskan bahwa dalam syariat Islam harkat dan martabat manusia juga harus dilindungi. Setiap perilaku atau perubahan yang merendahkan harkat dan mertabat manusia, baik secara pribadi ataupun sebagai anggota Masyarakat (Jawade Hafidz, 2021).

Penelitian oleh Silvia Diyanti, dengan judul *"Etika Bermedia Sosial Mahasiswa Pengguna Aplikasi Tiktok (Studi Deskriptif pada Mahasiswa"*

Prodi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Negeri Jakarta”.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bermedia sosial mahasiswa Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Negeri Jakarta masuk dalam kategori baik, dengan persentase sebesar 76%. Mahasiswa masih memiliki kategori yang baik dalam beretika di media sosial TikTok. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa masih memiliki rasa menghormati dan menghargai antara mahasiswa satu dengan mahasiswa lainnya (Diyanti, 2022).

Berdasarkan penelitian yang sudah pernah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya, penulis akan membahas mengenai etika bermedia yang menjadi bagian penting dari privasi. Etika dalam menggunakan media juga menjadi bagian penting untuk menghargai hak privasi orang lain. Pengguna media harus mampu memahami etika sehingga tidak akan melahirkan stigma-stigma negatif dari masyarakat sekaligus menjaga apa yang tidak harus dipublikasikan terhadap apa yang dilakukan oleh orang lain yang menjadi privasinya (foto dan rekam tanpa izin). Karena itu, penulisan artikel ini bertujuan untuk memaparkan relevansi etika dalam bermedia untuk menjaga privasi.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode *library research* atau penelitian kepustakaan. Mirshad mengatakan bahwa dalam penelitian jenis ini terdapat empat kegiatan yaitu, *pertama* mencatat semua temuan mengenai masalah penelitian pada setiap pembahasan penelitian yang didapatkan dari literatur dan sumber, atau penemuan mengenai masalah penelitian yang sama. *Kedua*, memadukan segala bentuk temuan baik teori maupun temuan baru. *Ketiga*, menganalisis segala bentuk temuan dari berbagai literatur yang berkaitan dengan kekurangan dan kelebihan setiap sumber yang didapatkan. *Keempat*, mengkritisi gagasan wacana-wacana sebelumnya dengan

menghadirkan temuan baru dalam mengkolaborasikan pemikiran-pemikiran yang berbeda dari masalah penelitian (Sari, 2020).

Pengumpulan data tersebut menggunakan cara mencari sumber dan mengkontruksi dari berbagai sumber misalnya buku, jurnal, dan riset-riset yang sudah pernah dilakukan. Bahan pustaka yang didapat dari berbagai rujukan tersebut dianalisis secara kritis dan mendalam agar bisa mendukung proporsisi dan gagasan yang diamati (Adlini, Miza Nina, Dinda, Anisya Hanifa, Yulinda, Sarah, Chotimah, Octavia, Merliyana, 2022).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Perkembangan teknologi yang semakin pesat membuat pengguna internet mudah dalam mengakses media massa sebagai alat komunikasi. Konsekuensi besar yang dihadapi ketika kehadiran internet terkoneksi di dunia maya. Tren pengguna internet yang aktif mudah mengakses dan memposting foto ataupun video dalam akunnya. Internet menawarkan kebebasan kepada penggunanya, ini juga menghubungkan dalam sebuah komunitas virtual dalam jagat maya. Selain mudah diakses, media internet tentunya juga memiliki dampak negatif ketika berhadapan dengan aspek etika. Bagaimana tidak, masyarakat terkadang memposting sesuatu hal yang tidak pantas dikonsumsi oleh publik.

Pembahasan mengenai etika dalam menjaga privasi juga terdapat dalam Manajemen Privasi Komunikasi (*Communication Privacy Management*) merupakan teori yang digagas oleh Sandra Petronio, yang menjelaskan isu-isu keseharian ketika manusia bertemu dengan berbagai macam orang dalam kehidupan (Muwarni, 2020). Teori ini menawarkan suatu penjelasan teoritis mengenai sistem manajemen privasi yang mengidentifikasi bagaimana batasan privasi dikoordinasi oleh manusia itu sendiri. Dalam mengungkapkan sesuatu dan merahasiakan hal yang lain bukanlah dapat diputuskan

secara langsung. Akan tetapi lebih kepada tindakan yang seimbang yang berlangsung dan berkesinambungan.

Hadirnya teori ini sangat menarik, karena dalam teori ini menunjukkan bahwa ada keterbaruan dalam memahami permasalahan pada disiplin ilmu komunikasi. Teori ini bisa digunakan untuk tolok ukur keberhasilan sebuah komunikasi sebagai bidang ilmu. Sehingga memiliki keterfokusan dalam komunikasi itu sendiri. Hal tersebut terbukti dengan kematangan dan pertumbuhan suatu bidang ilmu komunikasi.

Manajemen privasi ini bisa merefleksikan fokus terhadap pembukaan pribadi. Artinya, teori tersebut menggunakan metafora batasan dalam penjelasan proses manajemen yang terjadi esensi dari pribadi (Yudha, 2021). Teori CPM memfokuskan diri pada penjelasan informasi yang bersifat privat. Orang mendefinisikan informasi privat sebagai informasi mengenai hal-hal yang penting bagi mereka sendiri. Oleh karena itu, hal yang menjadi pembukaan pribadi (private disclosure) sebagai proses mengkomunikasikan informasi privat dalam hubungan dengan orang lain.

Individu yang terlibat dalam suatu hubungan dengan individu lainnya akan terus menerus mengelola garis atau batasan dalam dirinya yaitu antara wilayah publik atau wilayah privat. Dalam sistem manajemen informasi privat rahasia tentang diri seseorang disebut dengan informasi privat. Manusia memiliki hak untuk mengendalikan informasi privasi mereka. Seseorang membuka informasi privatnya karena ada hubungan kedekatan antara individu satu dengan lainnya. Asumsi tersebut memandang perasaan atau keadaan mengetahui seseorang secara fisik, psikologi, emosional dan lain sebagainya (Valen, Johannes Aron, Supratman, 2021).

Hingga saat ini, Manajemen Privasi Komunikasi (*Communication Privacy Management*) menawarkan pemahaman yang mutakhir dalam menjelaskan privasi dengan konsep sentral dalam hubungan semua jenis, terutama keluarga. Keluarga dengan jelas menggambarkan

keragaman masalah manajemen dan antarmuka dari batas privasi kolektif dan pribadi. Komponen dalam manajemen CPM dan konsep terkait salah satunya batasan privasi yang terdapat banyak privasi dan pandangan yang berbeda-beda (Jasmine, Alya Pramesthi, Wulandari, Putri Eka, 2020). Dalam ruang digital, interaksi di media memberikan makna memberi informasi terkait pentingnya menyajikan literasi media yang etis. Sehingga bentuk-bentuk kegiatan tersebut menyadarkan pengguna media dengan cara mengevaluasi dan bertindak sesuai dengan etika digital.

Selain dilihat dari pandangan privasi, media juga memiliki etika komunikasi dalam menjalankan medianya. Secara etimologi (bahasa) etika berasal dari kata *ethos* (bahasa Yunani). Bentuk kata tunggal kata *ethos* memiliki arti tempat tinggal yang sederhana, kebiasaan, akhlak, perasaan dan cara berpikir. Etika memiliki bentuk jamak *ta etha* yang berarti adat kebiasaan. Etika dalam istilah filsafat berarti ilmu tentang adat kebiasaan (Dewi, 2019). Aristoteles menyebutkan bahwa latar belakang terbentuknya istilah etika sebagai istilah yang menunjukkan kepada filsafat moral. Dengan demikian istilah etika berkaitan erat dengan nilai-nilai, tata cara hidup baik dalam diri seseorang maupun masyarakat tertentu (Asyrifah Luthfiana, 2020).

Etika bersumber pada akal pikiran manusia, sebagai hasil pemikiran maka etika tidak bersifat mutlak. Etika tersebut bisa berubah dan terbatas serta memiliki kekurangan dan kelebihan. Selain hal tersebut, etika juga berfungsi sebagai penilai terhadap sesuatu perbuatan yang dilakukan oleh manusia. Dengan demikian etika lebih berperan sebagai konseptor terhadap perilaku yang dilakukan oleh manusia. Etika mengacu kepada pengkajian sistem nilai-nilai yang ada (Mutiah, T., Albar, I., Fitriyanto, 2019). Richard J menjabarkan bahwa etika mencoba untuk meneliti tingkah laku manusia yang dianggap cerminan dari apa yang terkandung dalam jiwa atau hati nurani manusia (Astajaya, 2020).

Etika komunikasi juga dijabarkan dalam Islam sebagai agama yang *rahmatan lil alamin* mengatur seluruh kehidupan manusia termasuk etika berkomunikasi dengan orang lain. Etika tersebut diperlukan agar kehidupan bermasyarakat menjadi lebih harmonis serta tidak melanggar hak-hak orang lain. Etika di dalam Islam tidak dapat dilepaskan dari ilmu akhlak sebagaimana yang tercantum dalam Q.S Al-Qalam/68:4 yang artinya “sesungguhnya engkau benar-benar berbudi pekerti yang agung.” (Ft Al-Qur’an Kemenag 2019, n.d.). Akhlak mulia dalam Islam sudah dicontohkan oleh Rasulullah saw termasuk dalam berkomunikasi. Komunikasi Islam menekankan pada akhlak terhadap sesama yang didasarkan kepada al-Qur’an, hadist, serta kitab-kitab para ulama. Nilai-nilai moral dan spiritual, pedoman, dan aturan dalam al-Qur’an dapat digunakan sebagai standar komunikasi.

Dalam berkomunikasi dengan sesama sudah seharusnya menunjukkan rasa cinta dan etis. Prinsip-prinsip berkomunikasi yang terdapat di dalam al-Qur’an diantaranya *qaulan ma’rufan* (berkata yang baik dan bijak), *qaulan kariman* (perkataan yang mulia dan berharga), *qaulan maysuran* (perkataan yang mudah), *qaulan balighan* (perkataan yang membekas di jiwa), *qaulan layyinan* (ungkapan yang lemah lembut), *qaulan sadidan* (perkataan yang benar), *qaulan tsaqilan* (perkataan yang bermakna), *qaulan adziman* (perkataan yang berdasar), dan *ahsanu qaulan* (perkataan yang paling baik).

Selain itu terdapat beberapa prinsip komunikasi Islam yang dapat digunakan untuk berkomunikasi dengan orang lain, terutama di era media seperti saat ini. Prinsip kejujuran dalam berkomunikasi dengan tidak memutarbalikkan fakta dan tidak berdusta; berkata positif sebagai motivasi untuk membangkitkan semangat dalam melakukan perubahan; prinsip dua telinga satu mulut dengan tidak menceritakan apa yang telah didengar. Tidak semua informasi dapat dipahami secara benar dan layak dikonsumsi publik. Jika diceritakan kembali akan memiliki resiko kesalahan yang banyak; prinsip selektivitas dan validitas agar komunikator tidak menyesal dan dapat

mempertanggungjawabkan apa yang telah dikemukakan; prinsip terakhir yaitu privasi, setiap orang memiliki privasi yang tidak boleh dibocorkan ke publik (Hefni, 2015).

Etika dalam bermedia sosial merupakan suatu cara yang dilakukan dalam bermedia sosial dan dapat menunjukkan moral dari si pengguna media sosial tersebut, dewasa penggunaan akses internet secara bebas sudah dapat dinikmati oleh hampir seluruh kalangan yang memudahkan untuk mengakses informasi darimana dan kapan saja. Kemudahan akses ini tidak serta merta menimbulkan dampak yang positif saja namun juga dapat menimbulkan dampak yang negatif apabila tidak digunakan secara bijak. Kebebasan penggunaan layanan internet dapat dilihat dari penggunaan media sosial yang hampir dilakukan oleh semua kalangan terutama yang terpelajar. penggunaan media dengan menerapkan etika bermedia sudah seharusnya dilakukan oleh semua pengguna. Dengan menerapkan hal tersebut, maka akan timbul sebuah dampak yang positif. Etika dalam bermedia sama halnya etika dalam berinternet karena dalam media kita berinteraksi dengan orang lain dan hal tersebut hampir sama dengan kita berinteraksi secara langsung di kehidupan sehari-hari namun perbedaannya tidak dapat disentuh hanya memunculkan audio dan visual saja (Kusumastuti, Frida, Santi, Santi Indra, Astuti, Yanti Dwi, Birowo, Mario Antonius, Hartanti, Lisa Esti Puji, Amanda, Ni Made Ras, Kurnia, 2021).

Etika berkomunikasi berkaitan dengan seperangkat norma, nilai atau ukuran tingkah laku dalam kegiatan berkomunikasi di tengah masyarakat maupun di dunia maya. Ada beberapa peraturan spesifik yang harus dipatuhi oleh para pengguna seperti tidak menyinggung perasaan dan menyakiti hati orang lain, menghargai dan tidak melanggar hukum, membaca aturan berkomunikasi dalam suatu media, postingan yang sesuai dan masuk akal, pastikan semua yang dikatakan benar dan dapat diterima akal, kendalikan emosi dan menghargai privasi orang lain dengan tidak membaca email atau

pesan orang lain, dan jangan menyalahgunakan kekuasaan (Idawati, Imam, 2023).

Semakin berkembangnya teknologi, para penggunanya membuat terobosan baru atau mencoba hal-hal yang baru. Bukan hanya untuk mendapatkan wawasan baru tapi untuk mendapat pengalaman yang berbeda. Namun sangat disayangkan kemajuan ilmu pengetahuan terkadang tidak sejalan dengan norma yang ada yang akhirnya dapat menimbulkan konflik sosial. Seperti salah satu kasus yang kerap kita jumpai dalam dunia maya yakni penyalahgunaan *copyright* yang memiliki makna kepemilikan video atau gambar bahkan audio atas seseorang.

Pelanggaran *copyright* ketika terdapat seseorang yang mengambil video atau gambar milik orang lain kemudian sedikit memodifikasinya dan tanpa izin kepada pemiliknya. Permasalahan tersebut banyak terjadi di media sosial salah satunya youtube, para youtuber atau videografer yang membuat konten mereka dan kemudian diunggah ke youtube dengan menggunakan karya seni atau hasil editing yang menarik para penontonnya dengan tujuan untuk mendapatkan hiburan dan *monetary* (Santoso, Budi, Mahmudah, Siti, Malik, 2017).

Hak cipta diatur dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (selanjutnya disebut UUHC), dimana hak cipta adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Hak cipta memberikan hak eksklusif kepada pencipta yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi. Dengan adanya hak eksklusif berarti bahwa pihak lain tidak berhak untuk menikmati hak tersebut tanpa izin dari pencipta (Rahmanissa, Shafira Shava, Sudjana, 2023).

Menyebarkan foto, rekaman dan nomor telepon orang lain tanpa izin telah melanggar prinsip privasi dalam komunikasi. Allah melarang orang beriman untuk mencari ataupun memberikan informasi tentang

masalah yang masuk dalam ruang privasi seperti yang tertera dalam qs. Al-hujurat (49); 12). Selain itu dalam qs al maidah: 38 dan qs al Baqarah: 188 menjelaskan bahwa islam sangat mengecam bentuk pengambilan informasi atau segala hal tanpa izin dari pemiliknya (Anantama, 2022).

Mengambil sesuatu tanpa izin pemiliknya termasuk perbuatan yang tercela, termasuk tindakan mencari keuntungan informasi yang dimiliki orang lain termasuk kategori pencurian dan merugikan orang lain. Dalam Islam tindakan merugikan disyariatkan mendapatkan pemidanaan. Tindakan ini memiliki tujuan untuk melakukan perbaikan serta menghindarkan manusia dari perbuatan yang menimbulkan kesesatan. Hukuman diberikan berdasar tingkat kerugian apakah hanya sebatas informasi umum atau bersifat khusus dan rahasia.

Melanggar masalah privasi termasuk melanggar hak-hak asasi manusia. Individu memiliki hak kerahasiaan dan keterbukaan terhadap masalah-masalah pribadi. Kendali tersebut diperlukan untuk melindungi identitas pribadi, rencana dan tindakan serta kepemilikan. Bahkan dalam hubungan pribadi, kerahasiaan dan keterbukaan diakui sebagai suatu kebiasaan. Membeberkan rahasia orang lain bisa melukai orang yang memiliki privasi tersebut. Kemampuan melakukan kebijaksanaan penting untuk menilai etika kerahasiaan. Dimana kemampuan melihat sesuatu yang tidak bersifat mengganggu atau merugikan.

Banyaknya netizen Indonesia yang menggunakan akun-akun media dengan username seseorang dengan memposting foto atau video bajakan menjadi salah satu hal yang merugikan banyak pihak. Hal tersebut bisa memberikan komentar-komentar orang lain kadangkala negatif dan terkadang menjatuhkan mental seseorang. Dari beberapa pelanggaran yang dilakukan netizen dibuktikan dengan adanya cacian kepada pasangan *gay* Thailand yang menikah, menyerang akun *Badminton World Federation*, penyebaran video pornografi, kasus bully mahasiswa, dan lain sebagainya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pelanggaran privasi dengan semakin berkembangnya jaman semakin marak juga hal ini dilakukan baik secara tak sengaja maupun sengaja, namun dalam melakuakn pelanggaran hak privasi ini biasanya dilakukan dengan secara sengaja seperti penyebaran foto/ video tanpa izin di media sosial dan juga melanggar ketentuan hak cipta serta penyebaran hal privasi lainnya tanpa seizin pemilik kerap dilakukan oleh pengguna dunia maya, dikarenakan untuk mengambil keuntungan pribadi ataupun niat-niat yang tidak baik lainnya.

Privasi yang sering kali tidak dipahami oleh pengguna media sering menimbulkan pelanggaran dalam etika. Pelanggaran etika dalam ruang *cyber* dapat berupa tindakan kriminal, penipuan, penyebaran privasi seseorang seperti foto, video, nomor telepon dan lain sebagainya. Apa yang kita unggah di media sosial pribadi, bukan hanya menjadi konsumsi sendiri melainkan bisa menjadi konsumsi publik. Sudah seharusnya sebagai generasi milenial kita mampu memahami penggunaan media yang mengedepankan etika. Di tengah kepuangan teknologi sudah seharusnya masyarakat bijak dalam menyebarkan informasi di media sosial yang dimilikinya. Sebagai pelengkap tentunya juga harus memiliki kesadaran dalam menyaring informasi yang didapatkan dari media tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Adlini, Miza Nina, Dinda, Anisya Hanifa, Yulinda, Sarah, Chotimah, Octavia, Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Jurnal Pendidikan Edumaspul*, 6(1), 974-980.
- Akbar, C. (2021). *6 Kasus Kebocoran Data Pribadi di Indonesia*. Tempo.Co.
- Al-Ayyubi, M. Z. (2018). Etika Bermedia Sosial Dalam Menyikapi Pemberitaan Bohong (Hoax) Perspektif Hadist. *Studi Ilmu-Ilmu Al-Qur'an Dan Hadist*, 19(2), 148-166.

- Anantama, A. (2022). Ancaman Data Pribadi di Era Digital Dalam Perspektif Islam. *Ath-Thariq Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 6(2).
- Astajaya, I. K. M. (2020). Etika Komunikasi di Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Ilmu Agama Dan Ilmu Sosial Budaya*, 15(1).
- Asyrifah Luthfiana. (2020). Penafsiran Term Qaulan Dalam Al-Qur'an Sebagai Prinsip Etika Komunikasi Bermedia Sosial. In *Studi Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir IAIN Salatiga*. Universitas Islam Negeri.
- Dewi, M. S. R. (2019). Islam dan Etika Bermedia (Kajian Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial Instagram Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Reseach Fair Uinsri*, 3(1), 139-142.
- Diyanti, S. (2022). Etika Bermedia Sosial Mahasiswa Pengguna Aplikasi TikTok (Studi Deskriptif pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Negeri Jakarta). In *Skripsi*. Universitas Negeri Jakarta.
- Ft Al-Qur'an Kemenag 2019*. (n.d.).
- Gunawan, H. (2021). Pengukuran Kesadaran Keamanan Informasi Dan Privasi Dalam Sosial Media. *Muara Sains, Teknologi, Kedokteran, Dan Ilmu Kesehatan*, 5(1), 1-8.
- Habibah, S. (2015). Akhlak dan Etika Dalam Islma. *Pesona Dasar*, 1(2), 73-87.
- Hariguna, T., & Waluyo, R. (2023). Sosialisasi Etika Penggunaan Media Sosial untuk Mencegah Bullying pada Siswa MTs Ushriyyah Purbalingga. *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3 (2), 107-113.
- Haryanto, A. T. (2023). *Jumlah Pengguna Internet RI Tembus 212,9 Juta di Awal 2023*. Detikinet.
- Hefni, H. (2015). *Komunikasi Islam*. Prenadamedia Group.
- Idawati, Imam, R. (2023). Media Sebagai Sarana Dakwah Dalam Konteks Islam. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 8(1).
- Jasmine, Alya Pramesthi, Wulandari, Putri Eka, I. (2020). Communication Privacy Management: Studi Literature Pada Batasan Privasi Dalam Konteks Keluarga Indonesia. *Jurnal Ranah Komunikasi*, 4(2).
- Jawade Hafidz. (2021). Cyberbullying, Etika Bermedia Sosial, dan Pengaturan Hukumnya. *Cakrawala Informasi*, 1(2), 15-32.

- Krisnawati, E. (2016). Mempertanyakan Privasi di Era Selebgram Masih Adakah? *Ilmu Komunikasi*, 13(2), 178–200.
- Kusumastuti, Frida, Santi, Santi Indra, Astuti, Yanti Dwi, Birowo, Mario Antonius, Hartanti, Lisa Esti Puji, Amanda, Ni Made Ras, Kurnia, N. (2021). *Modul Etis Bermedia Digital*. Kominfo, Japelidi, Siberkreasi.
- Mutiah, T., Albar, I., Fitriyanto, & A. R. (2019). Etika Komunikasi Dalam Menggunakan Media Sosial. *Jurnal Global Komunika*, 1(1), 14–24.
- Muwarni, A. E. S. (2020). Manajemen Privasi Dalam Aplikasi Tantan (Kajian Gendered Criteria Dalam Teori Communication Privacy Management). *Profesional FIS UNIVED*, 7(2).
- Rahmanissa, Shafira Shava, Sudjana, S. (2023). Konten Video Parodi Pada Platform Digital Dalam Perspektif Pelindungan Hak Cipta dan Doktrin Fair Use. *Al'adl Jurnal Hukum*, 15(1), 45–69.
- Rosadi, S. D. (2015). *Cyber Law Aspek Data Privasi Menurut Hukum Internasional, Regional dan Nasional*. PT. Refika Aditama.
- Santoso, Budi, Mahmudah, Siti, Malik, I. A. (2017). *Perlindungan Hukum Atas Karya Cipta Permainan Video Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta*. Program Studi S1 Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Diponegoro.
- Sari, M. (2020). Penelitian Kepustakaan (Library Research) dalam Penelitian Pendidikan IPA. *Penelitian Bidang IPA, Dan Pendidikan IPA*, 6(1), 41–53.
- Valen, Johannes Aron, Supratman, L. P. (2021). Communication Privacy Management Pengungkapan Privat Remaja Korban Pelecehan Seksual Pada Orangtua. *E-Proceeding of Management*, 8, 6748.
- Yudha, A. T. (2021). Analisis Communication Privacy Management Kaum Lesbian “Femme” Dengan Masyarakat Lingkungannya (Studi Kasus di Kota Medan). *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*, 4(1).