

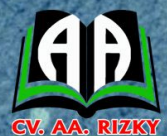
ETIKA DIGITAL

Dalam Praktik Media Baru

Pengantar :

Prof. Dr. Darman Manda, M.Hum.

Zulkarnain Hamson, S.Sos. M.Si.
Prof. Dr. Muhammad Akbar, M.Si.
Drs. Syamsuddin Aziz, M.Phil. Ph.D.



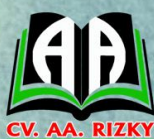
ETIKA DIGITAL

Dalam Praktik Media Baru

Buku ***ETIKA MEDIA DIGITAL (Dalam Praktik Media Baru)*** menghadirkan bahasan mendalam mengenai dinamika etika komunikasi di era digital yang terus berkembang. Di tengah transformasi teknologi informasi dan media, muncul tantangan baru dalam penerapan nilai-nilai moral, tanggung jawab sosial, serta integritas dalam produksi dan distribusi konten digital. Buku ini mengupas secara komprehensif berbagai isu etis yang muncul dalam praktik media baru, seperti penyebaran hoaks, manipulasi informasi, privasi digital, ujaran kebencian, hingga etika jurnalisme online.

Melalui pendekatan teoritis dan praktis, buku ini membimbing pembaca untuk memahami prinsip-prinsip etika yang relevan dengan konteks digital masa kini. Penulis juga menjelaskan perbedaan etika media konvensional dan digital, serta bagaimana media sosial, platform daring, dan algoritma digital turut membentuk cara berkomunikasi masyarakat modern. Tidak hanya itu, buku ini juga dilengkapi studi kasus yang memperkuat pemahaman pembaca terhadap penerapan etika di berbagai platform digital, baik dari sisi individu, institusi media, hingga pembuat kebijakan.

Ditujukan bagi mahasiswa, praktisi komunikasi, jurnalis, hingga masyarakat umum yang peduli terhadap kualitas komunikasi digital, buku ini menekankan pentingnya kesadaran kritis dan tanggung jawab etis dalam memanfaatkan teknologi informasi. Dalam dunia yang terhubung secara instan dan masif, etika media digital menjadi fondasi utama dalam menjaga ruang publik digital tetap sehat, inklusif, dan bertanggung jawab. Dengan bahasa yang lugas dan analisis yang tajam, buku ini menjadi referensi penting untuk memahami peran etika dalam membentuk ekosistem media baru yang bermartabat dan berkeadaban.



Penerbit : CV. AA. RIZKY
Alamat : Jl. Raya Ciruas Petir,
Puri Citra Blok B2 No. 34 Pipitan
Kec. Walantaka - Serang Banten
E-mail : aa.rizkypress@gmail.com
Website : www.aarizky.com

ETIKA MEDIA DIGITAL

(Dalam Praktik Media Baru)

Undang-undang No.19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta
Pasal 72

1. Barang siapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam pasal ayat (1) atau pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling sedikit 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp.1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta terkait sebagai dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)

ETIKA MEDIA DIGITAL

(Dalam Praktik Media Baru)

**Zulkarnain Hamson, S.Sos., M.Si.,
Prof. Dr. H. Muhammad Akbar, M.Si.
Drs. Syamsudin Aziz, M.Phil., Ph.D.**



**PENERBIT:
CV. AA. RIZKY
2025**

ETIKA MEDIA DIGITAL

(Dalam Praktik Media Baru)

© Penerbit CV. AA RIZKY

Penulis:

**Zulkarnain Hamson, S.Sos., M.Si.,
Prof. Dr. H. Muhammad Akbar, M.Si.
Drs. Syamsudin Aziz, M.Phil., Ph.D.**

Editor: Zulkarnain Hamson, S.Sos., M.Si.

Desain Cover & Tata Letak:

Muhammad Asradi Fauzi Zulkarnain
Tim Kreasi CV. AA. Rizky

Cetakan Pertama, April 2025

Penerbit:

CV. AA. RIZKY

Jl. Raya Ciruas Petir, Puri Citra Blok B2 No. 34
Kecamatan Walantaka, Kota Serang - Banten, 42183
Hp. 0819-06050622, Website : www.aarizky.com
E-mail: aa.rizkypress@gmail.com

Anggota IKAPI

No. 035/BANTEN/2019

ISBN :

xiv + 202 hlm, 23 cm x 15,5 cm

Copyright © 2025 Hak Cipta pada Penulis

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak buku ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit.

KATA PENGANTAR

AKHIR tahun tepatnya 24 Desember 2024, sebaris pesan pendek dikirim Zulkarnain Hamson, adik, sahabat, mitra sekaligus kawan diskusi saya, kami pernah lama bertetangga dalam kawasan perumahan yang sama di pinggiran Kota Makassar era 1994. *“Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh, izin meminta kesediaan profesor menuliskan pengantar di buku saya.”* Tanpa berpikir pesan itu kujawab, *“Siap mantap luar biasa,”* tulisku membalas pesan di WhatsAp saya hari itu. Rupanya buku ini disusun bersama Profesor Dr. Muhammad Akbar, M.Si. dan Drs. Syamsuddin Aziz, M.Phil., Ph.D. Kedua nama terakhir saya kenali baik sebagai pakar dalam Ilmu Komunikasi. Namun terlanjur saya iyakan, tentu akan kecewa jika dibatalkan.

Dalam benak saya, perkembangan teknologi komunikasi dan media baru seperti judul buku, juga diskusi kecil saya bersama Zulkarnain Hamson, telah membawa perubahan signifikan terhadap pola interaksi sosial dalam masyarakat kontemporer. Transformasi ini tidak hanya memperluas ruang komunikasi, tetapi juga menimbulkan tantangan etis yang kompleks. Buku ini, berdasarkan muatannya hadir untuk menawarkan pendekatan etis berbasis kearifan lokal, dengan fokus pada nilai-nilai budaya masyarakat Bugis-Makassar. Melalui kerangka analisis humaniora, khususnya antropologi budaya, mengeksplorasi bagaimana nilai-nilai tradisional dapat menjadi landasan praksis etika digital dalam menghadapi dinamika media baru (digital).

Dalam kajian-kajian kami di Ilmu Antropologi, masyarakat Bugis-Makassar mewarisi sistem nilai sosial yang kaya, seperti *siri*’ (harga diri), *lempu*’ (kejujuran), dan *pacce*

(empati mendalam), yang membentuk identitas kolektif mereka. Prinsip-prinsip ini tidak sekadar menjadi pedoman dalam kehidupan sehari-hari, melainkan berfungsi sebagai norma-norma sosial yang mengatur hubungan antar manusia. Dalam kerangka antropologi budaya, seperti yang dikemukakan *Franz Boas* melalui konsep *cultural relativism*, setiap sistem nilai lokal harus dipahami dalam konteks budayanya sendiri, tanpa menghakimi berdasarkan standar budaya lain. Dengan demikian, nilai-nilai Bugis-Makassar relevan untuk dijadikan rujukan dalam membentuk etika bermedia yang kontekstual, bukan sekadar adopsi norma global yang seragam. Dalam tiga tahun terakhir, Zulkarnain Hamson, melalui pesan-pesan media sosialnya yang saya ikuti, mulai masuk dalam ranah itu, beberapa dokumen kajiannya berbicara etika.

Hemat saya, melalui pendekatan antropologis, khususnya melalui teori *Habitus Pierre Bourdieu*, dapat dipahami bahwa perilaku manusia termasuk dalam ruang digital dibentuk oleh struktur-struktur sosial yang melekat dalam praktik sehari-hari. *Habitus* dalam budaya Bugis-Makassar, yang menginternalisasi konsep kehormatan, kejujuran, dan empati, turut mengarahkan bagaimana individu berperilaku di ruang maya. Buku ini menelaah bagaimana nilai-nilai tersebut tidak hanya bertahan, tetapi juga mengalami transformasi dan adaptasi, ketika masyarakat Bugis-Makassar memasuki era media baru. Fenomena ini menunjukkan bahwa praktik digital tidak bisa dilepaskan dari latar sosial dan budaya di mana individu dibentuk.

Dalam konteks media baru, dominasi logika kecepatan dan viralitas kerap mengabaikan dimensi etik dan budaya lokal. Melalui kritik antropologis terhadap universalisme nilai, buku ini menawarkan alternatif: mengintegrasikan prinsip kehati-hatian (*mappakalebbiri'*) dan tanggung jawab sosial (*pangadakkang*) sebagai basis etika digital. Pendekatan ini sejalan dengan pemikiran *Clifford Geertz* mengenai pentingnya

thick description dalam memahami makna tindakan sosial, di mana praktik bermedia perlu dilihat dalam kerangka makna kultural yang mendalam, bukan sekadar sebagai aktivitas teknis. Tentu penelitian-penelitian berskala lokal akan membuktikan asumsi saya secara lebih detail.

Tidaklah berlebihan jika saya berpendapat dengan kehadiran buku ini, memperkaya diskursus etika digital di Indonesia khususnya di kalangan masyarakat umum, mahasiswa, akademisi, peneliti dan pemerhati budaya Bugis-Makassar, melalui integrasi antara analisis antropologi budaya dan penggalan kearifan lokal. Buku ini menawarkan sumbangan teoretis bagi pengembangan kajian media baru serta menyediakan panduan aplikatif bagi masyarakat dalam membangun ruang digital yang lebih beradab, inklusif, dan berkelanjutan. Upaya ketiga kolega saya dalam dunia akademik ini, tentu menjadi kontribusi penting dalam mempertahankan keberlanjutan nilai-nilai kemanusiaan dalam era transformasi teknologi yang pesat, juga pengembangan kajian ilmu antropologi terlebih komunikasi.

Makassar, Mei 2025

Prof. Dr. Darman Manda, M.Hum.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga buku ini yang berjudul: ***ETIKA MEDIA DIGITAL (Dalam Praktik Media Baru)*** dapat tersusun dan diselesaikan dengan baik. Buku ini hadir sebagai bentuk kontribusi pemikiran dalam menjawab tantangan etika yang muncul di era digital, khususnya dalam konteks perkembangan media baru yang kini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari.

Transformasi teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah wajah media secara drastis. Kemunculan internet, media sosial, platform digital, dan kecerdasan buatan membawa berbagai kemudahan sekaligus tantangan baru, terutama dalam hal moralitas dan tanggung jawab sosial. Di sinilah pentingnya membangun kesadaran etis dalam praktik bermedia, agar ruang digital tidak menjadi sarang penyimpangan informasi, pelanggaran privasi, dan penyebaran ujaran kebencian.

Buku ini disusun dengan tujuan memberikan pemahaman kepada pembaca mengenai pentingnya penerapan prinsip-prinsip etika dalam setiap aktivitas digital. Mulai dari etika dalam menyampaikan informasi, menjaga integritas sebagai jurnalis digital, hingga tanggung jawab individu dalam berinteraksi di media sosial. Penulis juga mencoba menghadirkan berbagai studi kasus aktual untuk memberikan gambaran nyata tentang tantangan etika di ranah digital.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan masukan dalam proses penulisan buku ini. Semoga buku ini dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa, akademisi, praktisi media, serta

masyarakat umum yang peduli terhadap kualitas komunikasi digital yang sehat dan beradab.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa buku ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan di masa mendatang. Semoga buku ini dapat menjadi referensi yang berguna dalam memahami dan menerapkan etika dalam praktik media baru di era digital ini.

Makassar, Mei 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
PRAKATA.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
A. Problematika Perkembangan Media Digital	1
B. Media Baru dan Transformasi Komunikasi.....	5
C. Peran Digitalisasi dalam Perubahan Informasi .	9
D. Tantangan Etika dalam Era Digital.....	13
BAB 2 MEDIA DIGITAL.....	19
A. Definisi Media Digital	19
B. Perbedaan Media Konvensional dan Media Digital	23
C. Karakteristik Media Baru	28
D. Konvergensi Media dan Perubahan Pola Konsumsi	32
E. Regulasi dan Kebijakan Media Digital.....	37
BAB 3 TEORI KOMUNIKASI DALAM MEDIA DIGITAL.....	43
A. Pengantar Teori Komunikasi	43
B. Model dan Paradigma Komunikasi Digital	46
C. Interaksi dan Partisipasi dalam Media Digital..	51
D. Media Sosial sebagai Medium Komunikasi Baru.....	52
E. Perubahan Pola Komunikasi di Era Digital	56
BAB 4 KONSEP DAN PRINSIP ETIKA DIGITAL.....	59
A. Pengertian Etika Digital.....	59
B. Prinsip-Prinsip Etika dalam Media Digital.....	62
C. Tanggung Jawab dalam Komunikasi Digital....	66

	D. Hak Digital dan Privasi Pengguna	71
	E. Literasi Digital dan Kesadaran Etika	75
	F. Peran Etika dalam Penggunaan Media Baru.....	78
BAB 5	ETIKA DIGITAL DALAM JURNALISME WARGA	81
	A. Definisi dan Sejarah Jurnalisme Warga	81
	B. Peran Jurnalisme Warga dalam Media Digital .	84
	C. Akurasi dan Verifikasi Berita oleh Warga.....	87
	D. Batasan Etika dalam Jurnalisme Warga.....	91
	E. Penyebaran Hoaks dan Misinformasi	94
	F. Regulasi dan Standar Etika dalam Jurnalisme Warga	97
BAB 6	TANTANGAN ETIKA DALAM MEDIA SOSIAL	101
	A. Etika dalam Penggunaan Data dan Privasi	101
	B. Algoritma, Bias, dan Manipulasi Informasi.....	104
	C. Clickbait dan Sensasionalisme dalam Media Digital.....	108
	D. Peran Platform Digital dalam Menegakkan Etika	113
BAB 7	KEAMANAN DAN PRIVASI DALAM MEDIA DIGITAL	117
	A. Ancaman Keamanan di Dunia Digital	117
	B. Perlindungan Data Pribadi dan GDPR.....	120
	C. Etika dalam Penggunaan AI dan Big Data.....	124
	D. Cybercrime dan Penyalahgunaan Data	127
BAB 8	HOAKS, DISINFORMASI, DAN ETIKA PENYEBARAN INFORMASI	133
	A. Pengertian Hoaks dan Disinformasi.....	133
	B. Motif dan Pola Penyebaran Hoaks.....	136
	C. Peran Jurnalisme Warga dalam Memerangi Hoaks	140
	D. Dampak Sosial dari Hoaks dan Disinformasi ...	143
	E. Strategi Verifikasi dan Fact-Checking.....	146

	F. Upaya Regulasi untuk Menangani Hoaks.....	150
BAB 9	MASA DEPAN MEDIA DIGITAL DAN ETIKA DIGITAL.....	153
	A. Tren dan Inovasi dalam Media Digital	153
	B. <i>Artificial Intelligence</i> dan Etika Digital.....	156
	C. Blockchain dalam Media dan Jurnalisme	159
	D. Masa Depan Jurnalisme Warga di Era Digital..	164
	E. Teknologi Baru dan Tantangan Etika di Masa Depan.....	167
	F. Peran Masyarakat dalam Menegakkan Etika Media Digital	171
BAB 10	IMPLEMENTASI ETIKA DIGITAL DALAM MEDIA BARU: Penerapan Kearifan Lokal Bugis-Makassar dalam Praktik Komunikasi Digital.....	175
	A. Klasifikasi Hirarkis dan Representasi Sosial Etika Digital.....	175
	B. Model Etika Digital Berbasis Kearifan Lokal ..	178
	C. Diskusi Temuan dan Implikasi Etika Digital....	183
	DAFTAR PUSTAKA	187
	RIWAYAT PENULIS	212

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perbandingan Komunikasi Konvensional dan Media Digital.....	8
Tabel 2.1	Perbedaan Media Konvensional dan Media Digital.....	25
Tabel 4.1	Bentuk Tanggung Jawab dalam Komunikasi Digital dan Implementasinya.....	68
Tabel 4.2	Hak Digital dan Bentuk Ancaman terhadap Privasi.....	72
Tabel 6.1	Perbandingan Clickbait dan Berita Informatif ...	110
Tabel 6.2	Peran dan Tantangan Platform Digital dalam Menegakkan Etika Digital.....	114
Tabel 8.1	Perbedaan Hoaks, Disinformasi, dan Misinformasi	135
Tabel 9.1	Manfaat dan Tantangan Implementasi Blockchain dalam Media dan Jurnalisme.....	161
Tabel 10.1	Implementasi Nilai Budaya Lokal dalam Produksi Konten Digital.....	181

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konvergensi Media dan Perubahan Pola Konsumsi	36
Gambar 3.1 Model dan Paradigma Komunikasi Digital	50
Gambar 6.1 Clickbait dan Sensasionalisme dalam Media Digital	112
Gambar 7.1 Cybercrime dan Penyalahgunaan Data	131