
Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial**(Analisis Komentar terkait Konten Keagamaan di Media X)****Ma'unatul Hamidah**maunatul157@gmail.com**Yulia Silvi Yasmin**yuliasilvi27@gmail.com**Nurul Hikma**nurulhikma102@gmail.com**Fitri**fitrifdk@walisongo.ac.id

Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

Submitted: 10 Juni 2024 Revised: 4 Desember 2024 Accepted: 10 Desember 2024

Abstract

The development of information on social media is very rapid, one of the content that is of concern to netizens is religious content on social media X on the @Munir_Timur account uploading Pastor Gilbert's lecture that offends Muslim worship. The content went viral and became a public conversation. This study aims to explore how communication ethics are applied by netizens in the context of digital da'wah, using a qualitative approach and content analysis. Data were taken from comments on the account uploads, focusing on indicators of courtesy, effectiveness, efficiency, and mutual respect. The results show that (1) most netizens do not pay attention to good manners in their comments, using blasphemy, innuendo, and cursing, especially against content that is considered offensive to certain religions; (2) although they tend to be negative, some comments still meet the effective and efficient aspects of conveying messages; (3) there are netizens who prioritize mutual respect and open-mindedness, which reflects the potential of digital da'wah in encouraging more constructive dialogue. This research highlights the importance of media literacy and strengthening communication ethics in the context of digital da'wah, in order to create a more inclusive and dignified religious discussion space on social media.

Keywords: *Communication ethics, Religious contents, Social media, Netizens***Abstrak**

Perkembangan informasi di media sosial sangat pesat, salah satu konten yang menjadi perhatian oleh netizen yaitu konten keagamaan di media sosial X pada akun @Munir_Timur mengunggah ceramah Pendeta Gilbert yang menyinggung ibadah umat Islam. Kontennya viral dan menjadi perbincangan Masyarakat. Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi bagaimana etika komunikasi diterapkan netizen dalam konteks dakwah digital, menggunakan pendekatan kualitatif dan analisis isi. Data diambil dari komentar pada unggahan akun tersebut, dengan fokus pada indikator sopan santun, efektivitas, efisiensi, serta sikap saling menghargai. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) sebagian besar netizen tidak memperhatikan sopan santun dalam komentarnya, dengan

menggunakan hujatan, sindiran, dan makian, terutama terhadap konten yang dianggap menyinggung agama tertentu; (2) meskipun cenderung negatif, beberapa komentar tetap memenuhi aspek efektif dan efisien dalam menyampaikan pesan; (3) terdapat netizen yang mengedepankan sikap saling menghargai dan berpikiran terbuka, yang mencerminkan potensi dakwah digital dalam mendorong dialog yang lebih konstruktif. Penelitian ini menyoroti pentingnya literasi media dan penguatan etika komunikasi dalam konteks dakwah digital, guna menciptakan ruang diskusi keagamaan yang lebih inklusif dan bermartabat di media sosial.

Kata kunci: Etika Komunikasi, Konten Keagamaan, Media Sosial, Netizen

LATAR BELAKANG

Di era digital seperti saat ini membuat masyarakat memiliki banyak akses untuk berkomunikasi dan mendapatkan informasi. Salah satunya ialah dengan pemanfaatan media sosial. Hampir seluruh komponen masyarakat kini telah memiliki akun media sosial. Sayangnya, penggunaan media sosial yang tidak diimbangi dengan sikap bijak akan memicu timbulnya berbagai dampak negatif dari media itu sendiri. Seperti pemanfaatan media sosial sebagai tempat untuk mencurahkan amarah, caci maki, penghinaan hingga *cyberbullying*. Itulah mengapa sangat penting untuk memperhatikan apapun yang diunggah di media sosial itu sendiri. Upayakan agar setiap unggahan yang dilakukan di media sosial terhindar dari segala bentuk perpecahan, perselisihan atau bahkan menyakiti perasaan dari pihak lain.

Sikap bijak dalam bermedia berbanding lurus dengan penerapan etika komunikasi yang baik. Etika komunikasi sendiri dapat diartikan sebagai suatu peraturan atau norma, baik secara tertulis maupun tidak tertulis. Hal ini bertujuan untuk menjalin komunikasi yang baik. Agar pesan dan tujuan dalam melakukan komunikasi dengan orang lain dapat tersampaikan dan diperoleh dengan baik, maka diperlukan etika yang harus diperhatikan. Seperti halnya tidak menyela pembicaraan, mendengarkan lawan bicara dengan seksama, menghargai orang lain, dan lain sebagainya. Dalam penggunaannya, bermedia sosial juga perlu memperhatikan mengenai etika.

Secara umum etika merupakan pedoman, norma, acuan, aturan, dan tata cara untuk melakukan perbuatan sehari-hari. Seseorang tidak dapat mengetahui batasan baik buruknya perilaku yang dilakukan, tanpa adanya etika. Oleh karena itu, agar setiap tindakan yang dilakukan tidak bernilai buruk dan dipandang kurang baik oleh masyarakat, etika sangat dibutuhkan dalam kehidupan bermasyarakat. (Turnip & Siahaan, 2021)

Praktik komunikasi di ranah publik, khususnya dakwah digital, seharusnya menekankan kedewasaan dalam bersikap, pengendalian diri, dan tanggung jawab atas setiap ucapan atau unggahan. Hal ini menjadi tantangan besar di media sosial, di mana komentar negatif, penghinaan, dan opini yang tidak bertanggung jawab sering kali mendominasi. Kurangnya literasi digital dan sensitivitas terhadap isu-isu keagamaan memperparah kondisi ini.

Fenomena tersebut juga tampak pada kasus unggahan akun @Munir_Timur di media sosial X, yang menampilkan ceramah seorang pendeta bernama Gilbert Lumoindang. Video tersebut dianggap menghina Islam dan menuai berbagai reaksi dari netizen Indonesia. Respons tersebut menunjukkan adanya degradasi etika komunikasi, baik dalam bentuk hujatan maupun cyberbullying.

Komunikasi merupakan hal yang krusial bagi manusia yang merupakan makhluk sosial. Tanpa adanya komunikasi manusia akan kesulitan dalam menjalani kehidupan, sebab sebagian besar dari aktivitas yang dilakukan oleh manusia adalah berkomunikasi, baik secara verbal ataupun nonverbal yaitu dengan menggunakan bahasa tubuh dan lain sebagainya. Selain itu komunikasi juga tidak hanya tentang interaksi antar manusia, tetapi juga interaksi antara manusia dan tuhan yaitu dalam bentuk ibadah sesuai dengan ajaran keyakinan masing-masing individu. Sederhananya komunikasi merupakan proses interaksi antar individu dengan tujuan untuk memberi atau menerima pesan.

Dalam berinteraksi selalu diperlukan norma-norma atau aturan-aturan yang berfungsi untuk pengendalian kehidupan sosial atau *social control*. Tujuannya untuk menciptakan masyarakat yang tertib. Salah satu bentuk mewujudkan ketertiban dalam masyarakat adalah adanya etika, yakni filsafat yang mengkaji baik-buruknya suatu tindakan yang dilakukan manusia. Dengan demikian etika komunikasi adalah ilmu yang memperhatikan baik buruknya cara berkomunikasi. (Mutiah, et al., 2019)

Menurut Corry (2009) dalam (Astajaya, 2020) etika komunikasi tidak hanya berkaitan pada tutur kata yang baik tetapi juga berangkat dari niat yang tulus, kesabaran, dan empati dalam berkomunikasi. Sehingga komunikasi yang terjalin akan menunjukkan hasil yang baik serta saling pengertian yang nantinya berpengaruh pada hubungan interpersonal antar individu.

Praktik komunikasi yang berlangsung di ranah publik seharusnya menekankan kemampuan dalam kedewasaan dalam bersikap, pengendalian diri, serta tanggung jawab atas setiap ucapan yang hendak atau sedang disampaikan. Akan tetapi yang terjadi di media sosial saat ini berbanding terbalik dengan hal tersebut. Oknum-oknum atau pengguna mudah untuk menumpahkan amarah, menghakimi orang lain, menyampaikan opini negatif tanpa memikirkan perasaan orang lain dan tanda adanya analisis atau memastikan terkait kebenaran informasi tentang orang tersebut. Selain itu, terkadang orang juga terlambat menyadari bahwa akibat dari postingan atau komentar-komentar negatif yang mereka lakukan telah tersebar luas sehingga terkadang menimbulkan kegaduhan publik dan merugikan pihak tertentu.

Seperti halnya unggahan yang dilakukan oleh salah satu akun pada media sosial X. Unggahan tersebut menimbulkan berbagai respon dari netizen di Indonesia, terlihat dari banyaknya komentar-komentar yang kurang baik atau kurang bijak meskipun juga terdapat komentar yang masih mengedepankan aspek saling menghargai. Hal ini bermula dari unggahan dengan isi pesan yang disampaikan oleh seorang pendeta bernama Gilbert Lumoindang. Ceramah tersebut dianggap menghina agama Islam karena diduga

membandingkan ritual agama Islam dengan agama Kristen terkait zakat dan shalat. Video tersebut viral di jejaring media sosial sehingga menuai kecaman di kalangan warganet. Oleh karenanya, peneliti tertarik untuk menganalisis terkait etika komunikasi yang diterapkan oleh para netizen di media sosial tersebut.

Pesatnya perkembangan media sosial yang ada saat ini, membawa pengaruh yang sangat luas terhadap berbagai dimensi yang memengaruhi kehidupan manusia, termasuk pada aktivitas dakwah. Media sosial merupakan hal yang sangat mendunia saat ini karena pemanfaatan teknologi digital untuk kemudahan akses oleh siapa saja, kapan saja, dan dimana saja. Pada era digital ini, orang banyak atau biasa disebut khalayak dapat menggunakan media sosial sebagai media sumber informasi dan sarana untuk mempelajari agama. Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial untuk menyampaikan pesan agama merupakan suatu hal yang efektif, tepat, dan aktual. Berdasarkan hal itu, sudah sepatutnya kita sebagai pengguna media lebih memperhatikan terkait etika dalam berkomunikasi di media itu sendiri, baik dalam hal unggahan ataupun komentar-komentar yang diberikan. (Samsudin & Putri, 2023).

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif. Menurut Sugiono (2018), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah dan berlandaskan pada filsafat postpositivisme. Penelitian dengan metode kualitatif menurut Creswell berarti penelitian yang mempelajari permasalahan manusia baik secara individu maupun kelompok dan cara mereka untuk memaknai permasalahan tersebut menggunakan asumsi dan kerangka teori interpretatif (Samiaji Sarosa, 2021). Metode yang digunakan untuk menganalisis penelitian ini adalah metode analisis isi dengan menggali berbagai komentar yang muncul merespon video pesan keagamaan yang disebar oleh akun @Munir_Timur pada media sosial X. Menurut Turner analisis isi dikenal dengan *content analysis*, yang mana focus analisis isi untuk mengkaji suatu informasi atau pesan dan dapat dalam menguraikannya dilakukan secara objektif. Teknik analisis isi bertujuan untuk mengungkap beragam informasi dari data di dalam media maupun teks. Konten yang di analisis menggunakan analisis isi dapat berupa gambar, kata, simbol ide maupun segala hal dalam hal yang dapat dikomunikasikan dan memiliki makna (Okta Annisa Kusumawardhani; Ahmad Zamzamy; Saifuddin Zuhri, 2023). Tulisan ini merupakan hasil penelitian yang menggunakan teknik pengumpulan data berupa teknik dokumentasi. Teknik dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan tangkapan layar pada kolom komentar di media sosial X yang berkaitan dengan etika komunikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN**Media Sosial**

Media sosial didefinisikan oleh Kaplan dan Haenlein (2010) bahwa media sosial adalah sekelompok aplikasi berbasis *network* yang dibangun atas pondasi ideologis dan teknologi Web 2.0 yang memungkinkan pembuatan dan pertukaran konten yang dibuat pengguna. Dengan kata lain, orang tidak hanya mengkonsumsi konten tetapi juga menghasilkan konten (Syafri Nurrachmi Febriyanti; Ririn Puspita Tutiasri, 2018). Interaksi melalui sosial media juga memiliki peluang yang besar dikarenakan fitur komentar yang dimiliki sebagian besar media sosial. Kemampuan media sosial menawarkan interaktifitas ini memungkinkan penggunanya mengendalikan keluaran informasi, dapat memilih informasi yang ingin dikonsumsi, sekaligus dapat mengendalikan informasi yang dihasilkan serta pilihan-pilihan yang diinginkan. Sehingga benar apabila dikatakan jika penggunaan media sosial saat ini sesuai dengan teori *uses and gratification* (teori penggunaan dan pemenuhan kepuasan).

Media sosial atau biasa dikenal dengan jejaring sosial merupakan bagian dari media baru. Ardianto dalam buku Komunikasi 2.0 mengungkapkan, media sosial berbeda dengan media massa online karena media sosial memiliki kekuatan sosial yang sangat mempengaruhi opini publik yang berkembang di masyarakat (Emeraldien et al., 2019). Media sosial memiliki karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh media lain. Ada Batasan-batasan dan ciri-ciri khusus tertentu media sosial menurut Nasrullah (2016, hlm.15) yaitu, “jaringan (*network*), informasi (*information*), interaksi (*interactivity*), arsip (*archive*), simulasi sosial (*simulation of society*), dan konten oleh pengguna (*user-generated content*)” (Setiadi, n.d.). Berikut penjelasan berbagai karakteristik:

Jaringan (*Network*) adalah infrastruktur yang menghubungkan computer maupun perangkat keras lainnya. Informasi (*Information*) menjadi komoditas utama di media sosial karena pengguna mengekspresikan identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi sehingga informasi informasi dipertukarkan dan konsumsi setiap pengguna.

Interaksi (*interactivity*) adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Menurut Gillin dan Gillin dalam Soekanto (1982) interaksi sosial adalah hubungan sosial yang dinami yang menyangkut hubungan individu-individu, kelompok-kelompok, individu-kelompok yang akan menghasilkan aksi dan reaksi (Khamid, 2015).

Arsip (*archive*) adalah informasi di media sosial telah tersimpan dan bisa diakses kapan saja hanya oleh pemilik akun dan melalui perangkat apapun (MultiPlatform). Setiap informasi yang disebar dan dikonsumsi di sosial media akan tetap menjadi jejak digital penggunaannya.

Simulasi sosial (*simulation of society*), ketika pengguna berinteraksi dengan pengguna lain melalui antar muka (*interface*) di media sosial, pengguna harus melalui dua kondisi. Pertama, pengguna harus melakukan koneksi dengan menggunakan jaringan *cyber*, yakni *log in*. Kedua, ketika berada di media sosial, pengguna terkadang melibatkan

keterbukaan dan mengidentifikasi atau mengkonstruksikan dirinya di media virtual. Konten oleh pengguna (*user generated content*) menunjukkan bahwa konten sepenuhnya berdasarkan kontribusi dan milik pengguna di sosial media.

Media Sosial X

Media sosial adalah salah bentuk dari media baru yang mana penggunaannya dapat menerima dan memberi informasi kepada siapa saja. Salah satu jenis media sosial yang sering digunakan oleh Masyarakat adalah media sosial X atau istilah lamanya twitter. Dalam media sosial X seseorang dapat berinteraksidan terjadi penukaran atau “*user generated content*”, yang mana hal atau apa saja yang ada dalam media sosial X dapat dikomentari dan dibuat oleh pengguna media itu sendiri. Media ini bersifat publik artinya media itu dapat diakses kapan saja dan oleh siapa saja. Media sosial X pertama kali diluncurkan oleh Jack Dorsey pada tahun 2006 dengan nama “Twitter”, namun sejak 2022 Elon Musk, pemilik perusahaan Tesla, membeli twitter untuk mempercepat pembuatan media sosial X. Tujuan Elon mengganti perusahaan X ini menjadi langkah awal untuk menggabungkan platform media sosial twitter ke *superapp* yang akan dikembangkannya. Sampai saat ini media sosial X masih digandrungi karena kecepatannya dalam memperoleh informasi.

Menurut Kusumawardhani (2023), ciri-ciri media sosial x sebagai berikut:

- a. Berbasis *microblogging*, yang mana penggunaannya dapat berinteraksi dan membuat konten berbasis teks dalam karakter yang lebih singkat dari blog dan terbatas.
- b. Adanya fitur trending, dengan adanya fitur ini orang dapat mengetahui keadaan, situasi, berita atau apapun yang sedang ramai dibicarakan tanpa harus mengikuti akun tersebut terlebih dahulu.
- c. Penggunaan *hashtag*, dengan fitur *hashtag* orang lebih mudah melakukan pencarian, karena langsung mengacu pada yang mereka cari.
- d. Kebebasan berekspresi, pengguna lebih bebas mengutarakan perasaan dan ekspresi tanpa takut dihakimi karena kebanyakan penggunaannya tidak menggunakan nama atau identitas aslinya.

Konten Agama di Media Sosial

Konten adalah tipe, pokok, atau unit dari informasi digital atau unit dari informasi digital (Simarmata, 2011). Konten dapat berupa teks, suara, grafis, dokumen, citra, video, laporan-laporan, dll. Sedangkan jika terdapat kata konten agama, maka dapat diartikan sebagai informasi yang memuat sistem agama tertentu. Produksi konten agama di media sosial sudah menjadi fenomena yang bisa di Indonesia. Peneliti tidak mendapati media sosial yang luput dari konten agama. Produksi konten agama muncul sebagai jawaban dari masalah banyak yang belum memahami terkait dengan agama karena itu

memproduksi konten agama adalah usaha menegaskan kebenaran dan untuk dapat diikuti oleh umat beragama (Mukoyimah mukoyimah et al., 2023).

Jika dirincikan dalam bentuk presentase pada tahun 2023 menurut Achmad Faesol, penggunaan internet untuk media sosial sebesar 88,99% dan untuk kepentingan pembelajaran, penggunaan internet hanya sebesar 33,04%. Sehingga kehadiran media sosial akan menjadi peluang besar untuk berdakwah atau menyebarkan inforfasi keagamaan. Para tokoh agama dalam perkembangan sosial media, membaca peluang yang besar untuk menjadikan media sosial sebagai sarana dakwah yang efektif dan efisien. Sama halnya dengan penyebaran informasi agama selain pada konteks yang positif. Penyebaran konten keagamaan dalam konteks negatif juga sering ditemukan di media sosial, baik dengan tujuan memberitahukan mengenai agamanya, menggiring opini, atau hanya menyebarkan tanpa maksud tertentu.

Etika Komunikasi

Etika berkaitan dengan moral dan kesopanan. Secara terminologi “etika berasal dari bahasa Yunani, “*ethos*” yang berarti kebiasaan yang berkaitan dengan karakter serta tingkah laku atau tindakan manusia. Selain itu, *Ethos* juga bermakna “*an action that is one own*” atau bermakna segala sesuatu yang dilakukan oleh seorang individu merupakan tanggung jawab yang melekat pada diri mereka dan akan menjadi tanggungan diri mereka sendiri. (Afna Fitria Sari, 2020).

Dalam perkembangannya, etika sangat mempengaruhi kehidupan manusia. Pada dasarnya etika berasal dari hati manusia itu sendiri dan tidak ada aturan hukum yang resmi mengatur mengenai etika dan cara menjadi bagaimana menjadi manusia yang beretika. Karena etika menyangkut mengenai hal-hal baik yang dianut manusia secara umum dan hal ini absolut. Etika memberi manusia orientasi bagaimana ia menjalani hidupnya melalui rangkaian Tindakan sehari-hari (Ketut Malik Astajaya, 2020).

Komunikasi adalah sarana untuk terjalinnya hubungan antar seseorang dengan orang lain. Secara tidak sadar, segala hal yang dilakukan oleh manusia telah melalui proses komunikasi baik komunikasi verbal maupun komunikasi nonverbal. Harold Laswell menyatakan bahwa komunikasi memiliki pola “*who says what in which channel with what effect*” yang artinya proses komunikasi adalah proses pertukaran pesan dari komunikator kepada komunikan melalui sebuah media dan diharapkan mendapatkan timbal balik baik secara langsung maupun tidak langsung. Jadi pada dasarnya manusia tidak bisa tidak berkomunikasi.

Dalam berkomunikasi sangat dibutuhkan sebuah etika agar tidak melanggar batasan hak dan kewajiban orang lain. Etika komunikasi dibutuhkan bukan hanya dalam kehidupan sehari-hari namun juga pada saat berkomunikasi di media sosial. Dari penjelasan di atas etika berarti sebuah teori tentang perbuatan manusia, berarti etika komunikasi adalah ilmu yang memperhatikan baik buruknya cara berkomunikasi

manusia. Etika komunikasi berbicara mengenai cara penyampaian bahasa, dan implementasi dari kesantunan dalam berkomunikasi (Hilma Dhini; Al Rafni, 2021).

Jika etika komunikasi diterapkan dengan baik, maka akan dihasilkan keharmonisan antar manusia. Sebuah komunikasi yang melahirkan kebahagiaan dan keharmonisan akan menciptakan komunikasi yang nyaman dan hubungan baik antar orang. Komunikator dan komunikan dituntut untuk jujur, mengedepankan akhlak, berbicara lemah lembut, dan sesuai fakta, agar kedua belah pihak dapat menciptakan penghargaan dan saling menghargai satu sama lain, serta melahirkan komunikasi yang efektif. Berdasarkan hasil temuan Sari dalam jurnal tanjak, beberapa etika komunikasi antar manusia yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, Sopan Santun, Efektif dan Efisien, dan Saling Menghargai

Etika Komunikasi Netizen X di Akun @Munir_Timur Terkait Konten Keagamaan

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis etika komunikasi netizen X di akun @Munir_Timur terkait dengan pesan keagamaan terkait dengan ceramah pendeta Gilbert yang unggah pada 14 april 2024. Peneliti mendapatkan data dari komentar netizen mencapai 2.400 pada kontenn pendeta gilber yang diunggah oleh akun X @Munir_Timur. Etika komunikasi berfungsi sebagai landasan untuk menumbuhkan moral manusia di media sosial.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan sari (2020) dengan judul “Etika Komunikasi (Menanamkan Pemahaman Etika Komunikasi Kepada Mahasiswa)” mendapatkan kesimpulan bahwa komunikasi yang menggunakan etika komunikasi memiliki indikator seperti sopan dan santun, efektif dan efisien, dan saling menghargai.

Indikator pertama adalah sopan dan santun. Sopan santun bermakna bahwa seseorang tidak menganggap dirinya lebih baik dari orang lain, melainkan orang lain lebih baik dari dirinya. Indikator sopan santun diantaranya adalah budi pekerti yang baik, tata krama, dan kesusilaan. Menurut Hesti Pertiwi (2020), perilaku sopan dan santun merupakan unsur yang penting dalam kehidupan bersosialisasi, karena dengan bersikap sopan santun keberadaan seseorang dapat disenangi dan dihargai. Jika merujuk pada makna budi pekerti dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), budi pekerti terdiri dari dua unsur, yaitu “budi” dan “pekerti”. Budi diartikan sebagai perbuatan baik atau kebaikan sedangkan pekerti diartikan sebagai perangkat, tabiat, atau watak. Dikutip dari buku “Pendidikan karakter berbasis kearifan local” karya Yadi Ruyadi mengatakan bahwa budi pekerti erat dengan budaya Indonesia atau secara umum budaya timur. Untuk menganalisis aspek sopan santun, berikut peneliti akan memaparkan beberapa komentar yang ada di akun @Munir_Timur terkait dengan unggahannya mengenai pidato pendeta gilbert.



Gambar 1.
Komentar dengan Bahasa Kasar di akun X @Munir_Timur

Gambar 1 merupakan beberapa bukti adanya penurunan etika netizen pada instrumen sopan santun. Pesan-pesan diatas mengandung kalimat penghinaan terhadap pendeta Gilbert yang seharusnya tidak pantas di kirimkan ke orang lain. Dalam mengukur komentar tersebut sebagai kalimat penghinaan, peneliti menilai dari gaya Bahasa yang digunakan oleh para pengguna yang berkomentar. Gaya komunikasi yang digunakan cenderung mengarah kepada bentuk komunikasi agresif. Terdapat kata-kata yang mewakili analisis peneliti yakni menyamakan manusia dengan hewan seperti anjing dan babi. Kata yang tidak pantas dilontarkan dalam komentar karena manusia adalah makhluk yang berakal. Amarah netizen yang merasa adanya penistaan terhadap salah satu agama yang sampai mengarah kepada *cyber bullying* seperti pada komentar “Gemuknya”. Isu agama rupanya menjadi permasalahan yang sensitif di indonesia, dikarenakan agama tidak hanya melekat sebagai keyakinan pribadi, akan tetapi menyangkut komunitas. Sehingga menyinggung agama dinilai menyinggung seluruh pemeluk agama tersebut. Terkhusus pada video yang di sebarakan oleh akun X @Munir_Timur telah mendapatkan peloporan dari farhat abbas, Ketua Kongres Pemuda, dan Persatuan Islam Tionghoa Indonesia (PITI). Kemampuan literasi media yang dimiliki netizen x pada akun @Munir_Timur kemudian dipertanyakan. Jika diperhatikan dengan seksama, sangat jelas bahwa video yang ditayangkan merupakan bagian dari video, bukan sepenuhnya isi video. Dalam analisis video, sepatutnya sebagai netizen yang bijak menerapkan beberapa syarat, seperti antara lain, data yang tersedia sebgaiian besar terdiri dari bahan-bahan yang terdokumentasi dan memiliki kemampuan untuk menganalisis secara kritis konten yang ditayangkan. Selain indikasi kurangnya sopan dan santun, menurut peneliti, komentar tersebut mengindikasi kurangnya kemampuan literasi media netizen X pada

akun @Munir_Timur. Seperti yang sudah dibahas sebelumnya, bahwa Tingkat sensitifitas masyarakat Indonesia terhadap berita peristiwa agama menunjukkan angka yang tinggi dengan bukti mudahnya melontarkan komentar tanpa mempertimbangkan sopan dan santun. Peningkatan kebiasaan seperti ini, menyebabkan komentar mengarah kepada *cyberbullying* yang semakin meluas menjadi *bullying* terhadap agama yang dianut gilbert.



Gambar 2.

Menyukai Komentar Negatif

Gambar 2 menunjukkan jumlah pengguna X yang menyukai komentar yang dilontarkan akun @Eko Prasetya dan @Munir. Interaksi media sosial memungkinkan pengguna untuk saling menyukai atau menyetujui pendapat pengguna lainnya dengan menekan tombol *like* yang tersedia. Kedua komentar dari akun tersebut menjadi komentar teratas dengan jumlah *like* terbanyak yang ada pada unggahan @Munir_Timur. Di Instagram, dengan fitur like membuat pengunggah merasa senang apabila mendapatkan sejumlah like dari audiens, sehingga hal ini menjadi sebuah penilaian menarik atau tidaknya sebuah foto, (Astrid & Ardi, 2018).



Gambar 3.

Komentar sopan dan santun

Gambar 3 menunjukkan komentar kategori memenuhi indikator sopan dan santun. Pemilihan kata dalam komentar @Bli Garre memuat pesan himbuan untuk menghormati keindahan setiap ajaran agama dan saling menghargai sesama manusia merupakan poin

yang paling penting. Dalam penyampaian akun @Bli Garre mudah dipahami dan tidak menggunakan bahasa kasar ataupun menggurui dengan merasa lebih baik dari pendeta yang ada pada video sebagai tolak ukur sopan dan santun komentar. Berikutnya, kata pembelaan pada akun @kang aldhi menggunakan diksi “jangan sembarangan main hakim sendiri, sah sah saja biacara seperti itu di depan jama'at nya”. Peneliti menyimpulkan bahwa pesan perdamaian yang disampaikan kedua akun ini akan mendapatkan framing yang sama dengan orang yang berbeda.

Indicator kedua adalah efektif dan efisien, yang memiliki makna memberi kemudahan dalam memahami pesan yang disampaikan antara pemberi pesan (komunikator) dan penerima pesan (komunikan). Sehingga Bahasa yang digunakan harus jelas dan lengkap. Effendi (1989) dalam Amirah Diniaty (2016) menyebutkan keefektifan komunikasi yaitu kegiatan komunikasi yang mampu mengubah pandangan, perilaku, dan sikap komunikan, sesuai dengan tujuan komunikator. Menurut KBBI, kata efektif merujuk pada sesuatu yang memberikan efek, akibat, pengaruh, dan membawa hasil. Indicator efektif dalam komunikasi verbal memiliki karakteristik jelas, ringkas, dan pembendaharaan kata yang mudah dimengerti, sehingga penerima pesan tidak salah tafsir terhadap pesan yang disampaikan oleh pengirim. Komunikasi dapat dikatakan efektif apabila menghasilkan perubahan atau efek seperti yang diharapkan oleh pengirim pesan atau informasi, misalnya pengetahuan, sikap, dan perilaku (Rohadatul Ais, 2020). Winarno (2003) dalam Rany An Nisa Syabrina (2018) menyatakan bahwa efisiensi adalah hubungan atau perbandingan antara faktor masukan (*input*) yang langka di dalam suatu unit kerja, atau ketetapan cara (usaha, kerja) dalam menjalankan sesuatu (dengan tidak membuang-buang waktu, tenaga, biaya) dengan faktor keluaran (*output*) barang dan jasa. Pemilihan kata yang dapat dipahami, tidak pemborosan kata, dan menyesuaikan gaya Bahasa dan lingkungan akan menjadi salah satu aspek dalam indikator efektif dan efisien yang terpenting, sebab apabila indikator efektif dan efisien tidak dipenuhi maka dapat menjadi pemicu perpecahan dan menjadikan seseorang dinilai tidak beretika dalam bermedia sosial. Peneliti memaparkan beberapa komentar dalam postingan akun @Munir_Timur yang terkait dengan indikator efektif dan efisien sebagai hasil analisis:



Gambar 4.
Komentar Tidak Efektif dan Efisien

Gambar 4 menunjukkan beberapa akun yang mengomentari dengan kalimat yang tidak efektif dan efisien. Sebab dalam komentar akun @arifamrizal menunjukkan kata

“Gear” yang mana dalam KBBI kata tersebut tidak ada, sehingga menyebabkan kebingungan dan pembaca memerlukan waktu untuk memahami makna dari kata tersebut. Selain itu, terdapat pula komentar yang tidak semua netizen memahami arti kata tersebut, hal ini salah satunya pada akun @ichank_maniez. Dalam hal ini akun tersebut menggunakan bahasa yang daerah yaitu “Paok”, bagi beberapa netizen mungkin paham maksud dari perkataan itu namun tidak sedikit netizen yang tidak paham mengenai kata tersebut. Apabila diartikan kata “Paok” ini berasal dari Bahasa Medan yang memiliki arti “idiot, payah, dan bodoh”. Seseorang mungkin akan terjerumus dan mengira komentar yang dilontarkan oleh akun @ichank_maniez dengan mengira kata tersebut bermakna positif. Sehingga komentar dari akun @ichank_maniez dinilai tidak efektif akibat tidak mudah dipahami dan dapat menyebabkan kesalahan dalam penafsiran. Komentar-komentar sejenis ini nantinya dapat dinilai beretika apabila kata tersebut ditemukan di suatu bermakna positif dan dapat dinilai beretika apabila dalam suatu daerah kata ini bermakna negatif.



Gambar 5.

Komentar Efektif dan Efisien

Berdasarkan gambar 5, komentar-komentar diatas dinilai efektif dan efisien sebab komentar tersebut jelas, mudah dipahami, dan singkat dalam penyampaiannya. Komentar akun @budmul80 mencoba untuk bertoleransi dan tidak menggiring netizen lain untuk berkomentar jahat dan akun tersebut lebih terbuka, dalam arti ia tidak berpihak pada suatu agama dan lebih memilih ditengah-tengah. Akun @budmul80 juga menyarankan untuk dibiarkan saja karena pidato pendeta Gilbert dalam ranah internal. Menurut komentar akun @smanansah, komentatr yang dilontarkan bernilai efektif dan efisien dalam etika sebab akun tersebut memberikan sudut pandang yang lain dalam menyikapi pidato pendeta Gilbert. Memberikan sudut pandang yang lain dinilai beretika, sebab dalam berpendapat atau memberikan tanggapan diperlukan sudut pandang yang lain agar dapat menjadi perbandingan dan menjadikan seseorang menjadi berpikiran lebih terbuka. Jika dilihat dari komentar akun @abbdulaja, ia memilih untuk mengembalikan haknya untuk

bersuara kepada @MUIPusat. Komentar dari akun @abbdulaja dinilai efektif sebab jelas, singkat, dan mudah dipahami. Selain itu komentar ini dapat dinilai beretika sebab komentar dari akun @abbdulaja memilih untuk diam dan tidak memberikan opini-opini yang tidak berdasar. Memberikan opini yang tidak berdasar dapat menyebabkan kesalahpahaman dan dapat menimbulkan hoax yang pada akhirnya dapat merugikan orang lain.

Indikator ketiga adalah saling menghargai, saling menghargai adalah suatu sikap untuk menghormati, menilai, memperlakukan orang lain dengan apresiasi yang tulus dan rasa hormat. Saling menghargai berarti bersifat lapang dada dan tidak egois, apabila di nilai oleh orang lain mengenai diri kita, serta mampu menilai orang lain jika hal itu dapat membuat kemajuan diri. Tidak mudah tersulut emosi apabila terjadi kesalahpahaman, mampu memahami keadaan orang lain dan menempatkan sikap adalah salah satu bentuk dari saling menghargai. Dalam buku *“Interpersonal Communication”* oleh Julia T. Wood (2015), saling menghargai atau menghargai orang lain didefinisikan sebagai “mengakui martabat dan nilai individu, menghormati hak-hak mereka, dan memperlakukan mereka dengan hormat”. Menurut Steve Duck dan David T. McMahan (2018) dalam buku *“Communication in Everyday Life”* disebutkan bahwa saling menghargai melibatkan “sikap positif terhadap orang lain, menghargai perbedaan dan keberagaman, serta memperlakukan mereka dengan sopan dan hormat”. Berdasarkan hasil analisis peneliti terkait dengan indikator saling menghargai dalam postingan pada akun @Munir_Timur, berikut penjabarannya:



Gambar 6.

Komentar Tidak Menghargai

Pada gambar 6 menunjukkan komentar yang diungkapkan oleh akun @Legislator dapat dilihat bahwa tidak adanya sikap positif terhadap orang lain, ditunjukkan dari penggunaan diksi kalimatnya yang seakan mengandung tuduhan kepada pihak lain. Meskipun ada kemungkinan bahwa apa yang ditulis dalam komentarnya mengandung kebenaran, akan tetapi tidak seharusnya melakukan komentar yang sekiranya dapat memancing amarah atau rasa tersinggung dari pihak yang dimaksud. Selain itu, juga terdapat komentar dari akun @Dr. Harry F Petta Lewa, terlihat dari komentarnya yang

menggunakan bahasa yang kurang sopan dan terkesan menghina sudah sangat jelas bahwa tidak adanya sikap sopan yang menunjukkan Sikap saling menghormati.



Gambar 7.
Komentar Saling Menghargai

Menurut gambar 6, komentar dari akun sosial media @Dian permana, dapat ditelaah bahwa maksud dari komentarnya mengarah kepada sikap saling menghargai. Hal ini dapat dilihat dari komentarnya yang memberi pemahaman bahwa video tersebut memang diperuntukkan untuk internal dari agama si pendeta, dan bukan untuk khalayak ramai. Penggunaan kalimat pada komentarnya yang seakan-akan mengajak orang lain untuk berpikiran terbuka agar tidak sembarang berkomentar tentang agama orang lain serta terdapat kalimat ajakan untuk melakukan diskusi yang lebih sehat menunjukkan bahwa pemilik akun tersebut telah menerapkan sikap saling menghargai. Selain itu, kita dapat menemukan sikap menghormati hak orang lain dari adanya komentar tersebut

Dalam konteks dakwah digital, media sosial memiliki potensi besar sebagai alat untuk menyebarkan pesan keagamaan secara luas dan efektif. Hal ini relevan dengan temuan penelitian yang menunjukkan adanya komentar-komentar sopan, efisien, dan saling menghargai di akun @Munir_Timur, yang mencerminkan sisi positif dari penggunaan media sosial untuk mendukung penyebaran nilai-nilai agama. Yaitu *pertama*, dengan jangkauan audiens yang luas dan beragam, media sosial memungkinkan pesan dakwah menjangkau khalayak dari berbagai latar belakang, usia, dan lokasi geografis. Melalui fitur seperti unggahan teks, gambar, video, dan live streaming, dai dapat menyampaikan nilai-nilai Islam kepada audiens yang lebih luas tanpa terhalang oleh jarak dan waktu. *Kedua*, kemudahan interaksi dan diskusi komentar sopan dan bernuansa diskusi sehat, seperti yang ditemukan dalam analisis komentar akun @Munir_Timur, menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi ruang dialog yang inklusif.

Netizen yang saling menghormati dan memberikan sudut pandang alternatif dalam diskusi dapat menciptakan atmosfer dakwah yang mendukung pemahaman bersama antarumat beragama. *Ketiga*, peningkatan literasi media keagamaan Media sosial memberikan kesempatan untuk meningkatkan literasi agama melalui konten-konten

edukatif yang terstruktur. Pengguna dapat mengakses materi keagamaan yang dikemas secara menarik dan relevan, sehingga dakwah menjadi lebih kontekstual dan mudah dipahami oleh generasi muda. *Keempat*, peluang untuk membangun kesadaran etika komunikasi. Dakwah digital melalui media sosial juga membuka peluang untuk menanamkan nilai-nilai etika komunikasi yang Islami. Komentar-komentar bernada positif dan mendukung dalam penelitian ini menunjukkan bahwa platform seperti Media X dapat digunakan untuk mempromosikan akhlak mulia, seperti kesabaran, penghormatan, dan keadilan, dalam interaksi daring.

Melalui pendekatan yang tepat, media sosial dapat menjadi medium yang mendukung dakwah digital, tidak hanya sebagai alat untuk menyampaikan pesan tetapi juga sebagai ruang untuk membangun harmoni dan saling pengertian di antara netizen. Upaya ini harus disertai dengan literasi media yang baik dan penerapan etika komunikasi yang konsisten, sehingga dakwah dapat memberikan dampak positif yang berkelanjutan di masyarakat.

KESIMPULAN

Penelitian ini menghasilkan simpulan yaitu netizen X pada akun @Munir_Timur cenderung tidak memerhatikan aspek sopan santun pada saat merespon informasi yang dirasa menyinggung agama tertentu dengan sifat amarah berupa penghinaan dan hujatan, tidak sedikit yang menggunakan sindiran dan makian dalam berkomentar. Masyarakat Indonesia di media sosial X sangat sensitif terhadap isu-isu penistaan agama, meskipun belum diketahui video lengkapnya yang menunjukkan rendahnya kemampuan literasi media netizen. Asalkan suatu pemberitaan viral dan berakaitan dengan penistaan agama, netizen dengan mudah berkomentar negatife. Sopan santun diukur berdasarkan budi pekerti yang baik, tata krama, dan kesusilaan. Peneliti mendapati komentar yang sebagian besar menggunakan bahasa kasar, amarah, dan penistaan agama tertentu. Sebagian komentar mengedepankan aspek sopan santun dengan menggunakan bahasa penuh kedamaian. Efektif dan efisien diukur berdasarkan kemudahan dalam memahami pesan yang disampaikan antara pemberi dan penerima. Peneliti menemukan sebagian besar komentar telah memenuhi indikator ini. Saling menghargai diukur berdasarkan sikap menghormati, menilai, dan memperlakukan orang lain dengan rasa hormat dan apresiasi yang tulus. Peneliti menilai bahwa sebagian komentar mengedepankan indikator saling menghargai. Sebagian menganggap bahwa dakwah agama terhadap pengikutnya untuk menguatkan keyakinan adalah hal yang wajar.

Netizen di media sosial X pada akun @Munir_Timur memiliki etika komunikasi dengan indikator sopan santun dan saling menghargai yang rendah. Netizen cenderung memberikan respon proaktif terhadap informasi penistaan agama karena di Indonesia agama merupakan simbol komunitas di Indonesia. Ungkapan perasaan netizen tergambar dalam komentar yang mengarah pada keributan, amarah, menghujat, menghakimi, dan

cyber bullying kepada pendeta Gilbert atau agama tertentu. Maka jelas bahwa, Tingkat literasi media yang dimiliki netizen X pada akun @Munir_Timur terbilang rendah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ais, Rohadatul. (2020). Komunikasi Efektif di Masa Pandemi Covid-19: Pencegahan Penyebaran Covid-19 di Era 4.0. *Banten: Makmood Publishing*.
- Astajaya, Ketut Manik. (2020). Etika Komunikasi di Media Sosial. *Widya Duta: Jurnal Ilmiah Ilmu Agama dan Ilmu Sosial Budaya Vol. 15 No. 1*.
- Dhini, Hima; Rafni, Al. (2021). Penerapan Etika Komunikasi di Media Sosial (Analisis Isis Postingan Poster pada Aksi Deminstrasi Mahasiswa Indonesia Tahun 2019 Melalui Facebook). *Journal of Civic Education Vol.4 No.3*.
- Diniaty, Amirah. (2016). Mengembangkan Komunikasi Efektif dalam Pembelajaran Klasikal oleh Pendidik. *Jurnal Al-Taujih: Bingkai Bimbingan dan Konseling Islami Vol.2 No.2*.
- Emeraldien, F. Z., Sunarsono, R. J., & Alit, R. (2019). Twitter Sebagai Platform Komunikasi Politik di Indonesia.
- Faesol, Achmad. (2023). Moderasi Beragama dalam Kontestasi Narasi Keagamaan di Media Sosial. *Penerbit BRIN*
- Febriyanti, Syafrida Nurrachmi; Tutiasri, Ririn Puspita. (2018). Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol 1 No 1 (2018): Komunikasi dan Budaya Urban*.
<http://jkom.upnjatim.ac.id/index.php/jkom/article/view/5/3>
- Khamid, I. F. (2015). Meningkatkan Interaksi Sosial Melalui Layanan Bimbingan Kelompok Dengan Teknik Social Play.
- Kusumawardhani, Okta Annisa; Zamzamy, Ahmad; Zuhri, Saifuddin. (2023). Pelanggaran Etika Komunikasi Di Media Sosial Twitter (Studi Kasus *Cyberbullying* Pada Kasus Penganiayaan Mario Dandy Dan Agnes Gracia Pada Media Sosial Twitter). *Jurnal Tikar Vol. 4 No.2*.
- Lesmana, Robby Putra Dwi; Syafiq, Muhammad. (2022). Fanatisme Agama dan Intoleransi pada Pengguna Media Sosial. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi Vol. 9 No. 3*

- Mutiah, Tuty; Albar, Ilham; Fitriyanto; A.Rafiq. (2019). Etika Komunikasi Dalam Menggunakan Media Sosial. *Global Komunika Vol.1 No.1*
- Mukoyimah mukoyimah, Ruhang, & Qoidatus Syariah. (2023). Media Literacy Among Santri Students Efforts to Build Originality and Credibility of Citizen Journalism. *IQTIDA : Journal of Da'wah and Communication*, 3(2), 124–135.
<https://doi.org/10.28918/iqtida.v3i2.2160>
- Pertiwi, Hesti. (2020). Menumbuhkan Sikap Sopan Santun dalam Kehidupan Sehari-hari Melalui Layanan Klasikal Bimbingan dan Konseling Kelas XI SMA Negeri 3 Sukadana. *Jurnal Inovasi BK Vol. 2 No. 2*.
- Sari, Afna Fitria. (2020). Etika Komunikasi (Menanamkan Pemahaman Etika Komunikasi Kepada Mahasiswa). *Tanjak: Journal of Education and Teaching Vol.1 No. 2*.
- Samsudin, Putri. (2023). Etika dan Strategi Komunikasi Dakwah Islam Berbasis Media Sosial di Indonesia. *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Vol.7 No.2*
- Sarosa, Samiaji, (2021). Analisis Data pnelitian Kualitatif. *Yogyakarta: Pt Kanisius*.
- Setiadi, A. (n.d.). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. *Bandung: Alfabeta CV*.
- Syabrina, Rany An Nisa. (2018). Efektifitas dan Efisiensi Komunikasi pada Penyelenggaraan Festival Damar Kurung Gresik Tahun 2017.
- Turnip, Siahaan. (2021). Etika Berkomunikasi dalam Era Media Digital. *Intelektiva Vol.3 No.4*