

## Moralitas Bermedia Sosial (Distorsi Etika dalam Perspektif Halal Media : Standar Etika Komunikasi Publik)

Ali Arif Setiawan<sup>1</sup>, Christina Nur Wijayanti<sup>2</sup>, Widyantoro Yuliatmojo<sup>3</sup>

Universitas Surakarta<sup>1,2,3</sup>

Email : [aliarifsetiawan@gmail.com](mailto:aliarifsetiawan@gmail.com)

Submitted : 12 Januari 2022

Accepted : 19 Januari 2022

Published : 29 Januari 2022

### ABSTRAK

Perkembangan sistem teknologi informasi dan komunikasi memberi kemudahan dalam proses interaksi antar manusia. Media sosial sebagai media dalam mewakili interaksi tersebut diharapkan mampu memberikan kebaikan bagi umat manusia untuk menciptakan pola komunikasi yang baru. Mengingat media sosial berubah menjadi suatu kebutuhan dalam berkomunikasi sehari-hari. Etika dan moralitas menjadi prasyarat wajib dalam bermedia sosial. Melihat bahwa masalah sosial yang muncul banyak dipengaruhi oleh penggunaan media sosial. Dengan alasan kebebasan berpendapat dan hak asasi manusia, moralitas bermedia sosial sering kali diabaikan. Studi *halal media* menjadi konsep dalam etika agama untuk menghadapi arus globalisasi budaya media yang banyak mempengaruhi perilaku bermedia sosial. Fatwa MUI No 24 Tahun 2017 menjadi regulasi dari representasi *halal media* dalam melawan gempuran perilaku bermedia sosial yang dipenuhi dengan kerusakan karakter, seperti fitnah, adu domba, *bullying*, *hate speech*, dan permusuhan yang banyak mendominasi di media sosial. Metode penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Dengan mendeskripsikan perspektif *halal media* yang menjadi terobosan dalam upaya pemahaman bermedia sosial di tengah *kolonialisme* dan *liberalisme* industri media. *Halal media* memberi pemahaman literasi dan edukasi ideologis untuk membangun suatu karakter yang bermoral dan berakhlak dalam bermedia sosial. Islam didekatkan di tengah generasi bangsa lewat *halal media*. Pendekatan itu berupa pemahaman metodis literasi Islam yang diterjemahkan dan diaplikasikan di kehidupan politik, budaya, sosial, dan teknologi melalui pola komunikasi media, karena komunikasi media memegang peranan penting dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang *halal media*, memastikan tujuan jangka panjang dan membangun citra *halal media* melalui media massa.

**Kata kunci** : Standar Etika, Agama, dan *Halal Media*

### ABSTRACT

*The development of information and communication technology system provides convenience in the process of interaction between humans. Social media as a medium in representing interaction, is expected to be able to provide goodness for mankind to create new communication patterns. The fact that the Social media turns into a necessary in daily communication. The Ethics and morality must be a necessary prerequisite in social media. The Social issues are heavily influenced by using the social media. Reasons for freedom of expression and human rights, the morality of doing social media is often ignored. "Halal media" studies can be a concept of religious ethics to face the globalization of a media culture that influencing the behavior on social media. The Fatwa of MUI No.24 of 2017 can*

Moralitas Bermedia Sosial  
(Distorsi Etika dalam Perspektif Halal Media : Standar Etika Komunikasi Publik)  
(Ali Arif Setiawan<sup>1</sup>, Christina Nur Wijayanti<sup>2</sup>, Widyantoro Yuliatmojo<sup>3</sup>)

<http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>

*be a regulation of halal media representation to combat the social behavior filled by damaged morality, such as slander, sheep, bullying, hate speech, and hostility in social media. This research method uses descriptive qualitative. It describes the halal perspective of media that becoming a solution in the effort of understanding in social media in colonialism and media industry of liberalism era. The "Halal media" gives an understanding of literacy and religious education to build a moral character and using social media morally. Islam is closed as a approach in the young nation activity by "Halal media". This approach is comprehension of the Islamic literacy translated and applied in the political, cultural, social, and technological life from media communications, because the media communication has an important role for improving the knowledge of the people about halal media, ensuring the long-term goals and building halal image through mass media.*

**Keywords:** *The Ethics, The Religion, The Culture and Halal Media*

**Korespondensi :** Ali Arif Setiawan, S.Sos, M.I Kom, Universitas Surakarta, Jl Raya Palur Km 5, Kaanganyar Surakarta, Jawa tengah Email : [aliarifsetiawan@gmail.com](mailto:aliarifsetiawan@gmail.com)

## PENDAHULUAN

Perkembangan dan kemajuan teknologi media saekarang ini menjadi suatu kebutuhan dalam mendukung berbagai aktifitas masyarakat urban. Di era digital saat ini, masyarakat Indonesia diberi kemudahan untuk mendapatkan informasi dengan cepat. Media seperti halnya isyarat dan pesan, sudah menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari proses pertukaran informasi di masyarakat. Saat ini kemajuan teknologi media komunikasi sudah berlangsung dan telah berhasil memainkan perannya yang cukup signifikan di kehidupan masyarakat di Indonesia.

Perkembangan konvergensi media yang didukung oleh perkembangan teknologi komunikasi telah melahirkan istilah baru yaitu *new media*. *New media* atau media baru merupakan istilah yang digunakan untuk berbagai teknologi komunikasi yang berbagai ciri yang sama selain baru yang dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi (Mc Quail, 2011).

Sejak evolusi dari penemuan di bidang teknologi media dan inovasi internet tidak hanya memunculkan media baru saja. Banyak aspek dari kehidupan manusia, seperti komunikasi dan interaksi juga mengalami perubahan yang tidak diduga sebelumnya. Media sosial dijadikan senjata baru dari adanya proses interaksi digital saat ini.

Media sosial menciptakan pola keterikatan secara rutin yang mengikat penggunaanya untuk terus membuka atau mengakses. Banyak waktu yang dihabiskan dalam bermedia sosial. Hegemoni perkembangan media sosial terus berlangsung dan masyarakat semakin dimanjakan dalam mengadopsi tren pola komunikasi yang baru. Sebagaimana halnya interaksi

di kehidupan nyata, pengguna media sosial juga memunyai etika dan aturan. Etika bermedia sosial menjadi sebuah konvensi yang digunakan sebagai panduan bagi aturan dalam proses komunikasi di internet.

Perubahan yang mencolok dalam dinamika sosial di masyarakat Indonesia terjadi belakangan ini. Perubahan tersebut terlihat dari adanya perkembangan dan perubahan pola perilaku masyarakat dalam bermedia sosial. Masalah demi masalah muncul di permukaan akibat dari penggunaan media sosial. Etika agama tidak lagi menjadi panduan dalam bermedia sosial, akibatnya media sosial banyak mempertontonkan sesuatu yang bertentangan dengan syariat Islam.

Banyaknya konten media sosial yang bertentangan dengan agama, menimbulkan berbagai masalah yang tak berujung pada solusi. Misalnya saja, sekarang ini media sosial menjadi medium untuk penyebaran informasi sesat, bohong (*hoax*), fitnah, kata-kata permusuhan, kebencian, provokatif, kekerasan, adu domba (*namimah*), hasad, iri, dengki, serta dapat pula digunakan sebagai penyebaran gambar-gambar pornografi, penghinaan, dan aktivitas-aktivitas yang mengarah atau menimbulkan kerusakan di tengah masyarakat yang damai.

Penggunaan media sosial saat ini masuk pada ambang yang mengkhawatirkan, melihat konsekuensi yang ditimbulkannya. Mengingat permasalahan yang muncul dari penggunaan media sosial ini sering menyita perhatian publik bahkan sering menjadi isu nasional dan perbincangan hangat di seluruh wilayah Indonesia. Perhatian publik terus terkuras karena banyaknya masalah sosial yang terus terjadi dikarenakan oleh media sosial yang semakin hari semakin bertambah parah. Jalan keluar senantiasa dicari guna mengurangi dampak konflik yang berkepanjangan di tengah masyarakat. Justru ambiguitas solusi diperlihatkan oleh pemerintah. Solusi yang dipilih, sebagian justru melahirkan masalah baru. Kebingungan dalam mencari jalan keluar menyebabkan masalah yang berhubungan dengan media sosial terus bergulir sehingga berdampak pada pola perilaku masyarakat Indonesia.

Banyak regulasi, kebijakan dan aturan terus menerus diciptakan dalam membendung masalah-masalah yang diakibatkan oleh media sosial. Berbagai kebijakan telah dikeluarkan, mulai dari surat peringatan atau teguran, pemberhentian sementara, pemberian sanksi administratif, pemblokiran, sampai dicabutnya izin telah dilakukan. Tidak hanya untuk media, pelaku atau pengguna media sosial yang terlibat dalam pelanggaran penyalahgunaan media sosial juga diberikan sanksi tegas sampai pada sanksi pidana. Akan tetapi semua belum bisa

#### Moralitas Bermedia Sosial

(Distorsi Etika dalam Perspektif Halal Media : Standar Etika Komunikasi Publik)

(Ali Arif Setiawan<sup>1</sup>, Christina Nur Wijayanti<sup>2</sup>, Widyantoro Yuliatmojo<sup>3</sup>)

<http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>

menyelesaikan secara tuntas dari proses solusi untuk jangka panjang ke depan. Konsep *halal media* menjadi paradigma awal dalam membuka mata bagi seluruh masyarakat Indonesia termasuk para pejabat dan pemerintahan dalam menangani masalah media sosial. *Halal media* menjadi representasi agama yang berperan dalam menjaga kondisi stabilitas umat di era informasi digital. Karena semua akan sia-sia manakala agama mulai dijauhkan dari proses kehidupan berbangsa dan bernegara.

Di sisi lain kodrat manusia semakin luntur sebagai ciptaan yang paling sempurna dari segala penciptaan yang ada di bumi dan langit. Manusia telah kehilangan nuraninya sebagai manusia dan jati dirinya yang bermoral. Mereka meniadakan aspek kesempurnaan hanya memperoleh unsur kepopuleran yang menjadi kesenangan dari tujuan penghambaan terhadap media. Media sosial menjadi perwujudan jati diri mereka dalam memproklamirkan eksistensi mereka di tengah dunia digital. Keadaan tersebut menjadi tanda bahwa agama sudah tidak lagi menjadi pegangan utama. Etika agama sudah tergerus dengan terciptanya sebuah etika baru yang didominasi budaya. Sehingga lahirlah etika budaya yang menjadi pegangan untuk pola perilaku bermedia sosial.

Keadaan ini menjadi usaha serius untuk mengatasi berbagai masalah terkait media sosial, mampukah dapat diatasi atau hanya akan selalu bergulir tanpa ada jalan keluar. *Halal media* menjadi jawaban dari perspektif agama mengenai aturan yang mampu mengatasi masalah terkait penggunaan media sosial. Konsep halal tidak hanya terbungkus pada kerangka makanan (*food*) saja. Melihat keadaan sekarang media sosial tak ubahnya seperti makanan yang terus dibuka dan dinikmati tiap harinya. Karena manusia Indonesia telah disibukan dengan media sosial di mana saja dan kapan saja, manusia tidak mudah terlepas dari aktivitas bermedia sosial. *Halal media* menjadi paradigma tujuan bagaimana menciptakan aktivitas bermedia sosial yang baik sesuai dengan konsep agama. Bukan sekedar pada konsensus dari peraturan produk manusia yang terus *kecolongan* dari ketidakberdayaan dalam menghadapi gempuran globalisasi budaya.

Berdasarkan uraian dan latar belakang masalah yang ada di atas terkait moralitas bermedia sosial, maka dibuat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apa yang dimaksud dengan etika dan moral dalam bermedia sosial?
2. Bagaimana perspektif *halal media* dalam bermedia sosial?
3. Bagaimana perspektif *halal media* tentang solusi dari masalah yang ditimbulkan dari penggunaan media sosial?

#### Moralitas Bermedia Sosial

(Distorsi Etika dalam Perspektif Halal Media : Standar Etika Komunikasi Publik)

(Ali Arif Setiawan<sup>1</sup>, Christina Nur Wijayanti<sup>2</sup>, Widyantoro Yuliatmojo<sup>3</sup>)

<http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>

## METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dimana metode kualitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang mengungkapkan situasi sosial tertentu dengan mendeskripsikan kenyataan secara benar (Djam'an & Komariah, 2014). Data dalam penelitian ini diperoleh melalui kajian studi pustaka (Moleong, 2004).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### a. Etika dan Moral Dalam Bermedia Sosial

Etika ialah suatu ilmu yang membicarakan masalah perbuatan atau tingkah laku manusia, mana yang dapat dinilai baik dan mana yang dapat dinilai buruk dengan memperlihatkan amal perbuatan manusia sejauh yang dapat dicerna akal pikiran (Rahmaniyah, 2010). Dari pemahaman tersebut, bahwa etika berbicara tentang tingkah laku manusia yang dinilai baik atau dinilai buruk oleh masyarakat. Ukuran tersebut dapat dilihat dari lazim dan tidaknya perilaku itu di dalam masyarakat.

Beberapa alasan mengapa dalam bermedia sosial memerlukan etika. *Pertama*, latar belakang pengguna media sosial bersifat heterogen dan berbeda-beda. *Kedua*, komunikasi yang berlangsung di media sosial cenderung dilakukan melalui teks semata. Tentunya memerlukan usaha pembentukan (*encoding*) dari pengguna maupun upaya penafsiran (*decoding*) dari pengguna lainnya. *Ketiga*, media sosial merupakan transformasi dari hubungan interaksi di dunia nyata (*offline*) ke dalam dunia virtual (*online*). Etika bermedia sosial diperlukan agar setiap pengguna memahami hak dan kewajibannya (Nasrullah, 2015).

Prinsip etika bermedia sangatlah penting melihat *heterogenitas* masyarakat Indonesia. Sebuah komunitas sosial menjadikan etika sebagai prasyarat wajib dari keberadannya. Tanpa prinsip etika sangat mustahil masyarakat dapat hidup harmonis tanpa merasa ketakutan, kecemasan, kecewaan ataupun keputusasaan. Terlebih di dunia virtual, dengan menggunakan media sosial. Media sosial adalah sebuah sarana di internet yang memungkinkan penggunanya merepresentasikan dan mengaktualisasikan dirinya, baik dengan berinteraksi, berbagi informasi, bekerja sama secara ekonomi, berkomunikasi dengan pengguna lain dengan membentuk sebuah kesamaan dan kebersamaan.

Sedangkan pengertian moral dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai keadaan baik dan buruk yang diterima secara umum mengenai perbuatan, sikap, kewajiban, budi pekerti dan susila. Moral juga berarti kondisi mental yang terungkap dalam bentuk perbuatan (Depdikbud, 1994). Moralitas merupakan aspek kepribadian yang diperlukan seseorang dalam kaitannya dengan kehidupan sosial secara harmonis, adil, dan seimbang. Perilaku moral diperlukan demi terwujudnya kehidupan yang damai penuh keteraturan, ketertiban, dan keharmonisan (Muhammad & Muhammad, 2012).

Moralitas adalah kecocokan antara sikap dan perbuatan dengan norma yang ada dalam masyarakat dan dipandang sebagai “kewajiban”. Moralitas merupakan bentuk kesadaran bahwa sikap atau perbuatan individu yang taat pada aturan atau hukum adalah sebuah kewajiban. Moralitas dalam perspektif Islam dapat dikatakan sebagai akhlak. Moral sebagai perwujudan dari tingkah laku manusia.

Kata akhlak merupakan padanan kata dari moral, sebagai perangai (watak, tabiat) yang menetap kuat di dalam jiwa setiap manusia dan merupakan sumber timbulnya perbuatan tertentu dari dirinya secara mudah atau ringan (Al-Ghazali, 1994).

Moralitas bermedia sosial merupakan pola tingkah laku individu dalam menggunakan media sosial. Tingkah laku itu terikat kuat untuk mencapai tujuan yang baik sesuai dengan nilai dan norma. Moralitas mempengaruhi setiap individu dalam menggunakan media sosial, apakah dengan tujuan untuk mencapai kebaikan dan kemaslahatan atau justru bertentangan dengan syariat Islam dengan membawa *madharat* yang lebih besar.

Keadaan sekarang etika agama dihadap-hadapkan dengan etika yang sudah menjadi kenyamanan masyarakat digital dalam bermedia (sosial). Seolah etika agama mengancam nilai tradisional, etika yang terkesan mengekang kebebasan, atau tidak sesuai dengan zaman modern. Etika agama dengan konsep *halal medianya* bersifat paradoks, seakan bertentangan dengan kehendak masyarakat. Disisi lain modernitas budaya menjadi acuan etika individu dalam bermedia (sosial). Ini yang menjadi persoalan besar manakala agama (Islam) menjadi obyek yang selalu tersudutkan dan terabaikan dari segala persoalan yang ada.

## b. Perspektif Halal Media dalam Bermedia Sosial

Mengetahui tentang halal dan haram menjadi suatu keharusan atau kewajiban bagi setiap individu muslim. Agama Islam sebagai bagian agama yang banyak mewarnai konsep kenegaraan dan kebangsaan dari sejarah perjuangan Indonesia. Sebuah konsep yang kini menjadi trend di seluruh belahan dunia tentang konektivitas halalnya. Hampir di berbagai bidang, konsep halal telah menjadi bagian dari *market place* untuk menarik perhatian. Adanya hukum halal dan haram memberi penegasan yang bersifat restriktif tentang mana yang baik dan buruk sesuai ukuran agama, dengan tujuan kepada kebaikan dan kemaslahatan umat secara luas.

Perspektif *halal media* merubah pandangan bahwa konsep halal tidak identik pada persoalan keotentikan label halal saja, yaitu label yang melekat pada kemasan produk-produk pangan, seperti makanan dan obat-obatan. *Halal media* menjadi representasi dari ajaran agama yang membahas tentang media secara berkelanjutan. Media tidak dapat dipisahkan dari sendi-sendi aturan ketimuran bangsa ini. Karena media menjadi bagian yang sangat penting mengingat media sekarang ini memiliki potensi besar dalam pengaruhnya di berbagai bidang kehidupan masyarakat. Bidang sosial, politik, hukum, keamanan, ekonomi, dan teknologi. Pemanfaatan media secara maksimal lewat konsep *halal media* akan memberi dampak pada proses pembangunan karakter individu yang bermoral dan beretika. Standar inilah yang dipakai dalam melingkupi birokrasi pejabat, sipil hingga rakyat yang paling bawah. Landasannya tentu syariat agama. Efek jangka panjang konsep *halal media* akan mampu mempengaruhi pada proses pembuatan kebijakan-kebijakan birokrasi yang kritis dan strategis.

*Halal media* menjadi konsep acuan dalam menghadapi persoalan-persoalan terkait pemanfaatan media, khususnya media sosial. Langkah awal dengan pemahaman dasar mengenai literasi dan edukasi agama yang kemudian diterjemahkan tentang aturan bermedia sosial yang cerdas tanpa melampaui batas.

Akan menjadi ironis ketika media sosial saat ini digunakan bukan pada semestinya. Pengguna media sosial sekarang justru terlibat menjadi bagian dari mempertontonkan kondisi krisis moral. Arus dari konten yang membawa pada kesenangan dan popularitas semakin deras sehingga menciptakan tatanan budaya baru. *New culture* menjadi kiblat generasi muda khususnya dalam memproyeksikan dirinya di dalam media. Budaya baru itu menjadi standar baru yang perlahan menciptakan etika untuk disepakati dan dinikmati bersama-sama. Sebuah etika yang menyimpang dari agama, dikarenakan banyak yang

mengikuti dan meniru, tanpa disadari menjadi kelaziman dari pola perilaku mereka dalam bermedia sosial. Apa yang dulu dianggap tabu, jauh dari budaya ketimuran, atau buruk kini menjadi hal yang biasa, lumrah, wajar dan menjadi trend perkembangan budaya modern. Sehingga muncul dan berkembang luas penyimpangan-penyimpangan dalam bermedia sosial yang dilakukan baik struktur masyarakat atas sampai bawah.

c. Solusi atau Pemecahan Masalah dari Bermedia Sosial

Masalah sosial yang disebabkan oleh media sosial kian hari semakin bertambah di tengah kondisi masyarakat saat ini. Masalah tersebut umumnya menyangkut persoalan etika dan moral masyarakat. Sebab itu masalah-masalah atau akibat dari media sosial (jejaring sosial) tidak mungkin ditelaah tanpa mempertimbangkan mengenai apa yang dianggap baik dan buruk melalui perspektif agama.

Solusi atau jalan keluar dari permasalahan yang muncul akibat perilaku penggunaan media atau bermedia sosial, *pertama*, mengembalikan tatanan etika yang sesuai dengan nilai dan norma sosial. Mengembalikan tatanan ini dengan pemahaman literasi dan edukasi agama. Agama lebih didekatkan di tengah generasi melalui komunikasi media dengan penekanan konsep *Halal media*. *Kedua*, mengkritik dan mengkoreksi peran pemerintah melalui ruang publik ilmiah (mahasiswa atau kampus, debat ilmiah, symposium, seminar, konferensi), karena pemerintah terlihat banyak menyampingkan peran pendidikan agama dalam segala kebijakan dan pengambilan keputusan. Hal ini tentu menjadi perhatian penting dari seluruh elemen umat dalam memantau perkembangan kehidupan bernegara. *Ketiga*, meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang sejarah bangsa Indonesia dahulu, bagaimana konsep budaya itu dibangun, dibentuk dan dikembangkan. Bagaimana budaya malu itu ditekankan pada sendi-sendi kemajemukan dalam bermasyarakat. Hal ini dimaksudkan tentang konsep budaya luhur menjadi kendaraan untuk mensyiarkan literasi pendidikan moral melalui supermasi hukum. Sehingga nantinya akan muncul perspektif baru yang mengikat dari berbagai struktur masyarakat untuk menjadi acuan baru dalam aktivitas komunikasi publik

## KESIMPULAN

Moralitas Bermedia Sosial  
(Distorsi Etika dalam Perspektif Halal Media : Standar Etika Komunikasi Publik)  
(Ali Arif Setiawan<sup>1</sup>, Christina Nur Wijayanti<sup>2</sup>, Widyantoro Yuliatmojo<sup>3</sup>)

<http://ejournal.amikompuwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>



Perspektif *halal media* menjadi langkah awal dari upaya pemahaman konsep bermedia sosial yang sesuai dengan agama. *Halal media* memberi pemahaman mengenai literasi dan edukasi agama dengan tujuan membangun karakter yang bermoral dan berakhlak di tengah degradasi moral para pejabat struktural, birokrasi hingga generasi muda yang dipenuhi dengan akses permusuhan di balik layar media. *Halal media* dapat menjadi pemicu lahirnya konsep-konsep baru dalam kehidupan yang tetap memperhatikan aturan agama sebagai basis ideologi dasar di tengah pasar teknologi dunia. *Halal media* mampu menciptakan perubahan keadaan ke arah lebih baik yang nantinya berimplikasi pada terciptanya tatanan baru yang akan berpengaruh besar pada proses kemajuan berbangsa dan bernegara.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Ghazali. (1994). *Ihya Ulumuddin III*. Asy-Syifa.
- Depdikbud. (1994). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka.
- Djam'an, S., & Komariah. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Mc Quail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Salemba Humanika.
- Moleong, L. J. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosda Karya.
- Muhammad, A., & Muhammad, A. (2012). *Psikologi Remaja; Perkembangan Peserta Didik*. PT. Bumi Aksara.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Prosedur, Tren dan Etika*. Remaja Rosdakarya.
- Rahmaniyah, I. (2010). *Pendidikan Etika Konsep Jiwa dan Etika Prespektif Ibnu Maskawaih*. Aditya Media.