



Privasi dalam Etika dan Filsafat Komunikasi

**Hilda Rahmadani Harahap, Fadillah Hanum, Astrid Nazila Az-Zahra, Nafiis Satria
Pratama, Sahetapy Kamal**

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia
hilda1100000162@uinsu.ac.id

Abstrak

Fokus penelitian ini adalah pentingnya menerapkan etika komunikasi di media sosial di kalangan mahasiswa. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan dan mengidentifikasi bagaimana etika mahasiswa menggunakan media sosial dan menyebarkan informasi yang mereka peroleh dari media sosial. Kebebasan, penggunaan bahasa, sikap ikut-ikutan dalam mencemooh orang lain, dan banyaknya informasi yang mudah dijangkau merupakan problematika dalam untuk tetap mempertahankan privasi dan etika dalam komunikasi.

Kata Kunci: Privasi, Etika, dan Media Sosial

Abstract

The focus of this study is the importance of implementing communication ethics on social media among students. The purpose of this study is to find and identify how students' ethics use social media and disseminate information they obtain from social media. Freedom, use of language, attitudes of joining in mocking others, and the abundance of easily accessible information are problematic in maintaining privacy and ethics in communication.

Keywords: Privacy, Ethics, and Social Media

I. PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan manusia, komunikasi telah berkembang dari hanya sebagai alat untuk mengungkapkan pandangan dan keinginan manusia, menjadi ilmu sosial yang mencakup berbagai bidang. Kajian komunikasi adalah topik yang sangat diminati oleh profesional, karena semakin banyak definisi dan interpretasi terkait apa itu komunikasi. Namun, pada dasarnya komunikasi adalah proses menyampaikan pikiran

atau perasaan seseorang kepada orang lain melalui bahasa atau tatanan bahasa sebagai salurannya (Paujiah, 2023).

Dalam etika filsafat dan komunikasi, privasi dapat diartikan bahwa seseorang memiliki hak untuk mempertahankan informasi pribadi mereka sendiri dan berusaha untuk menghindari publikasi yang tidak diinginkan. Samuel D. Warren dan Louis D. Brandeis pertama kali menggunakan konsep ini mendefinisikan privasi sebagai “hak untuk dibiarkan sendiri”, tertuang dalam artikel mereka pada tahun 1890. Di samping itu, infiltrasi, transmisi langsung, atau penggunaan nama tanpa izin adalah contoh pelanggaran privasi. Selain itu, otonomi individu, perlindungan reputasi, dan interaksi sosial bergantung pada privasi, yang juga berfungsi sebagai penghalang terhadap otoritas pemerintah.

Seorang futurolog Amerika, Alvin Toffler, sekaligus seorang yang dikenal dengan karya-karyanya yang membahas mengenai revolusi digital, revolusi komunikasi, dan singularitas teknologi mengatakan bahwa dunia saat ini telah memasuki gelombang ketiga, yang menandakan era informasi, karena media sosial sekarang menjadi kebutuhan manusia dan selalu berdampingan dengan manusia. Bahkan, di era modern ini, sebuah komunitas global elektronik telah muncul, di situlah orang-orang berinteraksi. Saat itu juga, orang-orang berinteraksi bukan karena jarak geografis, melainkan karena persamaan minat (Kasali, 2007).

Interaksi manusia saat ini tidak lagi dibatasi oleh ruang dan waktu, sehingga orang dapat berekspresi dan berinteraksi kapan dan di mana saja menggunakan jaringan internet. Hal ini menghasilkan konsekuensi positif dan negatif, terkait privasi dan etika dalam komunikasi (Faridah, Yusuf, & Setiawati, 2022).

Untuk menangani masalah yang terkait dengan penggunaan media sosial oleh masyarakat, diperlukan undang-undang yang tegas sebagai acuan bagi masyarakat dalam hal keterbukaan dan perlindungan privasi. Jika tidak diberlakukan demikian, maka akan semakin banyak pelanggaran etika, juga privasi dalam komunikasi dan menyebarkan informasi di media sosial.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan memahami realitas sosial, yaitu melihat dunia dari apa adanya, bukan dunia yang seharusnya (Mamik, 2015). Dalam arti lain, penelitian ini diadakan untuk memahami fenomena tentang apa yang terjadi sebenarnya, sesuai sudut pandang objek penelitian dan studi yang terjadi di lapangan.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Adapun pendekatan penelitian yang digunakan adalah wawancara mendalam (in-depth interview) untuk menggali perspektif dari informan yang relevan mengenai privasi dalam etika dan filsafat komunikasi.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara sebagai teknik utama. Wawancara dilakukan kepada akademisi, praktisi komunikasi yang memiliki keahlian atau pengalaman dalam isu privasi, etika, dan filsafat komunikasi. Pertanyaan wawancara bersifat terbuka dan eksploratif, sehingga dapat memperoleh pandangan yang kaya dan kontekstual terkait topik penelitian. Selain itu, data hasil wawancara dicatat menggunakan alat perekam (dengan persetujuan informan) dan kemudian ditranskrip untuk keperluan analisis lebih lanjut.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Privasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Edisi VI, privasi diartikan sebagai kebebasan atau keleluasaan pribadi. Dari hal tersebut, privasi dapat diartikan juga sebagai kemampuan satu atau sekelompok individu untuk mempertahankan kehidupan dan urusan personalnya dari publik, atau untuk mengontrol arus informasi mengenai diri mereka.

Menurut Amos Rappoport, privasi merupakan suatu kemampuan untuk mengontrol interaksi, membuat pilihan, dan menghasilkan interaksi yang diinginkan. Privasi juga bukan hanya menghindari interaksi dengan orang lain secara fisik dan lingkungan sosialnya.

Dalam penuturan Altman pada tahun 1975 silam, privasi adalah proses pengendalian pilihan terhadap akses. Kerahasiaan pribadi juga dikenal sebagai privasi, yang berarti kemampuan seseorang atau sekelompok orang untuk menghindari orang lain melihat kehidupan dan urusan pribadinya atau mengontrol aliran informasi tentang diri mereka sendiri.

Privasi dapat dikorbankan secara sukarela, biasanya demi keuntungan tertentu. Namun, risikonya hanya menghasilkan sedikit keuntungan dan dapat disertai dengan bahaya atau bahkan kerugian tertentu. Salah satu contohnya adalah mengorbankan privasi untuk mengikuti undian atau kompetisi, atau seseorang memberikan detail pribadinya untuk mendapatkan kesempatan memenangkan hadiah, biasanya untuk kepentingan periklanan. Contoh tambahan adalah ketika informasi yang diberikan secara sukarela dicuri atau disalahgunakan, seperti pencurian identitas.

Etika

Etika adalah kumpulan prinsip atau nilai yang mengatur interaksi dan perilaku manusia satu sama lain. Ini termasuk berpikir tentang apa yang dianggap benar atau salah, baik atau buruk, dan bagaimana orang seharusnya bertindak dalam berbagai situasi. Dengan mempertimbangkan efeknya terhadap orang lain dan lingkungan sekitar, etika memberikan kerangka kerja untuk menilai tindakan dan keputusan. Selain itu, konsep seperti tanggung jawab, keadilan, dan kejujuran termasuk dalam hal ini.

Etik tidak hanya membahas tindakan seseorang secara terpisah, tetapi juga bagaimana tindakan tersebut berdampak sosial, budaya, dan lingkungan. Ini juga mencakup pemahaman tentang bagaimana tindakan seseorang dapat mempengaruhi masyarakat secara keseluruhan dan orang lain. Misalnya, etika bisnis mengacu pada cara

bisnis beroperasi dengan mempertimbangkan keadilan, keberlanjutan, dan dampak terhadap pihak yang berkepentingan (misalnya, karyawan, pelanggan, dan lingkungan).

Etika juga terkait dengan pertumbuhan dan karakter seseorang. Ini terdiri dari refleksi pribadi tentang prinsip-prinsip, nilai, dan keyakinan yang mendorong tindakan seseorang. Dengan mempertimbangkan etika saat membuat keputusan, seseorang dapat membangun empati, integritas, dan tanggung jawab sosial yang diperlukan untuk membangun hubungan yang baik dengan orang lain, masyarakat, dan diri sendiri.

Media

Media merupakan bentuk jamak dari kata medium. Dalam ilmu komunikasi, media bisa diartikan sebagai saluran, sarana penghubung dan alat-alat komunikasi. Kalimat media sebenarnya berasal dari bahasa latin yang secara harifiah mempunyai arti perantara atau pengantar. McLuhan memahami setiap media sebagai perluasan manusia (*the extensions of man*), yang meliputi aspek psikis maupun fisik yakni seluruh indera dan organ manusia. Roda adalah perluasan dari kaki, radio perluasan dari mulut dan telinga, tulisan perluasan dari mata, komputer perluasan dari sistem saraf, dan sebagainya.

Mengenai komunikasi, McLuhan menunjukkan sekaligus pengertian umum dan pengertian khusus. Dari pengertian umum ditunjukkan bahwa komunikasi adalah usaha dari perluasan manusia itu sendiri. Jadi manusia menempati posisi baik sebagai subyek maupun objek komunikasi. Dari pengertian khusus, ditunjukkan bahwa media komunikasi adalah hasil dari usaha perluasan manusia. Dengan demikian media komunikasi merupakan objek budaya. Juga usaha perluasan manusia itu bisa dikatakan merupakan upaya teknologis manusia untuk mewujudkan kemampuan komunikasinya.

Perkembangan media komunikasi modern dewasa ini telah memungkinkan orang di seluruh dunia untuk dapat saling berkomunikasi. Hal ini dimungkinkan karena adanya berbagai media yang dapat digunakan sebagai sarana menyampaikan pesan. Media sosial adalah media yang memungkinkan penggunaanya untuk berkomunikasi, berinteraksi, bekerja sama, berbagi informasi dengan pengguna lain secara virtual (Nasrullah, 2015). Saat ini media sosial menjadi sebuah cara baru bagi masyarakat untuk berkomunikasi dan

berbagi informasi, sebab melalui media sosial informasi dapat diakses oleh siapapun tanpa ada batas ruang dan waktu.

Media sosial, seperti Facebook, Path, Instagram, WhatsApp, Line dan sebagainya merupakan salah satu media sosial yang efisien dalam mencapai audiensnya dalam jumlah yang sangat banyak. Karenanya media sosial memegang peranan yang sangat penting dalam ilmu komunikasi pada umumnya dan khususnya ilmu komunikasi massa (Taufik & Muzairi, 2016).

Hubungan Privasi dengan Etika

Dalam hubungan antara privasi dan etika, ada pertimbangan tentang bagaimana kita menggunakan informasi pribadi orang lain dan bagaimana kita menjaga kepercayaan dan integritas kita dalam hubungan interpersonal. Privasi adalah hak seseorang untuk mencegah informasi pribadi mereka diakses atau digunakan secara tidak diinginkan, sedangkan etika adalah prinsip moral yang mengarahkan perilaku manusia dalam hubungan sosial, dan dalam situasi ini, menjaga privasi orang lain adalah penting.

Dalam konteks ini, menjaga privasi orang lain merupakan pertanda etika yang baik. Ini berarti tidak menyebarkan informasi pribadi seseorang tanpa izin mereka atau menggunakan informasi tersebut untuk keuntungan pribadi tanpa persetujuan mereka. Etika juga menuntut kita untuk menghormati batasan privasi individu dan tidak mengekspos informasi yang dapat merugikan atau merugikan mereka.

Ada tiga cabang utama yang terkait dengan hubungan privasi dan etika adalah:

1. Penggunaan dan Penggunaan Informasi Pribadi

Ini mencakup cara orang atau organisasi lain menggunakan dan mengungkapkan informasi pribadi mereka. Ini termasuk pertanyaan tentang kapan, bagaimana, dan untuk tujuan apa informasi tersebut dapat digunakan, dan bagaimana menghormati privasi orang saat melakukannya.

2. Dilema Etika

Ini terkait dengan situasi di mana ada konflik antara kewajiban untuk menjaga privasi seseorang dan kewajiban untuk memenuhi tujuan moral atau menghindari kerugian. Dalam situasi seperti ini, orang atau organisasi harus mempertimbangkan konsekuensi etika dari tindakan mereka terhadap privasi orang lain.

3. Pertimbangan Teknologi

Ini melibatkan bagaimana teknologi modern memengaruhi privasi individu dan menimbulkan pertanyaan etika tentang penggunaan dan pengelolaan data pribadi. Misalnya, dalam era digital, muncul pertanyaan etika tentang pengumpulan data oleh perusahaan teknologi, penggunaan algoritma untuk memproses data, dan perlindungan privasi dalam komunikasi online dan media sosial. Dalam cabang ini, penting untuk mempertimbangkan bagaimana teknologi memengaruhi privasi individu. privasi seseorang. Kita dapat menyelesaikan masalah komunikasi yang berkaitan dengan etika dan privasi dengan metode yang komprehensif dan berkelanjutan ini.

Mahasiswa dan Etika yang Dimiliki dalam Bermedia

Masih ada mahasiswa yang sering ikut-ikutan memberikan komentar negatif di media sosial. Meski hanya beberapa, tetapi ini menunjukkan masih adanya mahasiswa yang tidak beretika dalam berkomentar. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada mahasiswa yang kurang memahami etika berkomentar yang baik dalam menggunakan media sosial.

Media sosial seakan menjadi tempat menumpahkan cerita segala aktivitas, luapan emosi dalam bentuk tulisan, atau foto yang tidak jarang mengesampingkan etika yang ada. Media sosial tidak lagi menjadi media berbagi informasi, tetapi juga media berbagi sensasi. Jika kemajuan teknologi tidak diiringi dengan kemajuan dalam berpikir, yang ada kemajuan teknologi tersebut berbanding terbalik dalam hal pola berpikir.

Perkembangan teknologi telah membuat pergeseran pemikiran. Etika yang dulu dianggap penting oleh bangsa Indonesia, seakan menjadi tidak penting lagi karena adanya tuntutan zaman. Kemudahan dalam mengakses dan menggunakan media sosial tanpa disadari telah menjebak kita dalam penurunan etika.

Etika berkomunikasi di kalangan mahasiswa khususnya. Media sosial memang diperlukan, khususnya bagi mahasiswa yang belum mempunyai rasa tanggung jawab atas perilakunya. Untuk merespons rasa ketidaknyamanan para pengguna komunikasi digital, peneliti mengklasifikasikan etika berkomunikasi ke dalam hal etika komunikasi digital dalam konteks “isi pesan”.

Isi pesan merupakan hal yang paling penting karena menjadi topik pembicara utama yang ingin disampaikan melalui media sosial. Dalam konteks ini, pengguna komunikasi digital khususnya sosial media diharapkan lebih mengerti mengenai apa yang ingin di sampaikan, jangan sampai pesan yang kita kirimkan dapat menyakiti perasaan orang lain sebab tutur bahasa yang kurang sopan, menggali informasi pribadi seseorang yang seharusnya tidak kita lakukan, dan menyebarkan pesan berita yang belum jelas kenyataannya, agar tidak menimbulkan ketidaknyamanan dari pengguna lain.

Tip Beretika Komunikasi dalam Media Sosial

Berdasarkan pembahasan di atas mengenai etika komunikasi, terdapat beberapa tip beretika komunikasi dalam media sosial, antara lain :

1. Ketahui keadaan dan kondisi lawan bicar usahakan berbicara dengan ramah, sopan, dan jujur sehingga kita tidak membuat kondisi lawan bicara menjadi tidak nyaman.
2. Memposisikan diri sebagai pendengar yang baik akan suatu masalah atau krisis yang terjadi atau yang sedang di hadapi oleh lawan bicara agar kita dapat member keputusan apa yang dapat kita berikan kepadanya.
3. Pikirkan terlebih dahulu apa yang hendak disampaikan. Jangan mengandalkan emosi semata yang akan menimbulkan konflik baru tanpa mengetahui secara rinci apa permasalahan yang terjadi.
4. Jangan terlalu mengumbar kehidupan pribadi, terlebih hal-hal yang menyangkut pribadi. Bagikanlah momen yang layak menjadi konsumsi publik, dan jangan jadikan masalah pribadi menjadi konsumsi publik pula Kemudian, belajarlh untuk menghargai privasi orang lain, jangan mengumbar dan mengungkit masalah pribadi seseorang yang

tidak ada kaitannya dengan diri sendiri. Jika adapun, bicarakanlah baik-baik melalui komunikasi antarpribadi.

5. Tidak berbicara dan membagikan konten yang kurang pantas seperti unsur penghinaan terhadap Suku, Agama, Ras, dan Antargolongan (SARA), juga konten pornografi. Sebisanya mungkin untuk menghindari dan menjadikan unsur yang kurang pantas tersebut sebagai bahan candaan semata.

6. Memperhatikan waktu pada saat mengirim pesan atau berkomunikasi, jangan mengganggu waktu libur dan istirahat orang lain hanya untuk komunikasi yang tidak penting (Mutiarani, Karimah, & Syarafa, 2024).

IV. KESIMPULAN

Seiring dengan perkembangan manusia, komunikasi telah berkembang dari hanya sebagai alat untuk mengungkapkan pandangan dan keinginan manusia, menjadi ilmu sosial yang mencakup berbagai bidang. Dalam etika filsafat dan komunikasi, privasi dapat diartikan bahwa seseorang memiliki hak untuk mempertahankan informasi pribadi mereka sendiri dan berusaha untuk menghindari publikasi yang tidak diinginkan. Interaksi manusia saat ini tidak lagi dibatasi oleh ruang dan waktu, sehingga orang dapat berekspresi dan berinteraksi kapan dan di mana saja menggunakan jaringan internet. Hal ini menghasilkan konsekuensi positif dan negatif, terkait privasi dan etika dalam komunikasi. Privasi merupakan suatu kemampuan untuk mengontrol interaksi, membuat pilihan, dan menghasilkan interaksi yang diinginkan. Privasi juga bukan hanya menghindari interaksi dengan orang lain secara fisik dan lingkungan sosialnya.

V. DAFTAR PUSTAKA

- Faridah, Yusuf, M., & Setiawati, N. (2022). Etika Keterbukaan dan Perlindungan Privasi di Media Sosial. *Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah dalam Mata Tinta*, 37.
- Kasali, R. (2007). *Motivasi Saja Tidak Cukup Menghadapi Lawan-Lawan Tak Kelihatan dalam Peradaban*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Mamik. (2015). *Metodologi Kualitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Mutiarani, U. P., Karimah, I. N., & Syarafa, Y. P. (2024). Etika Komunikasi dalam Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Harmoni Nusa Bangsa*, 205.
- Paujiah, J. (2023). *Etika dan Filsafat Komunikasi dalam Realita Sosial*. Jakarta Selatan: PT Mahakarya Citra Utama Group.
- Taufik, M., & Muzairi. (2016). Problematika Privasi dalam Media (Kajian Privasi sebagai Nilai Moral). *Refleksi*, 142-143.