

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Etika

Etika merupakan cabang filsafat yang membahas tentang nilai-nilai moral yang menjadi pedoman dalam menentukan baik dan buruknya perilaku manusia. Secara etimologis, kata etika berasal dari bahasa Yunani *ethos* yang berarti kebiasaan, watak, atau karakter. Dalam perkembangan pemikiran filsafat, etika tidak hanya dipahami sebagai kebiasaan, tetapi juga sebagai refleksi kritis terhadap tindakan manusia berdasarkan pertimbangan moral.²⁶ Secara terminologis, etika dapat diartikan sebagai ilmu yang mempelajari norma-norma atau aturan-aturan yang mengatur perilaku manusia dalam kehidupan. Etika berusaha menjawab pertanyaan mendasar seperti apa yang dianggap baik, apa yang dianggap buruk, serta bagaimana manusia seharusnya bertindak dalam berbagai situasi

²⁶ K. Bertens, *Etika*, Jakarta: Gramedia, 2011, hlm. 4

kehidupan.²⁷ Dengan demikian, etika tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga praktis karena berkaitan langsung dengan tindakan manusia sehari-hari.

Selain itu, etika juga berkaitan dengan kesadaran moral individu. Artinya, seseorang tidak hanya bertindak berdasarkan aturan yang berlaku, tetapi juga memiliki kesadaran untuk melakukan tindakan yang baik secara sukarela. Kesadaran moral ini menjadi dasar penting dalam pembentukan perilaku etis dalam kehidupan manusia.

Etika dapat dibedakan menjadi dua kategori utama, yaitu etika filosofis dan etika teologis. Pertama, etika filosofis adalah jenis etika yang berpijak pada aktivitas berpikir kritis dan reflektif manusia. Etika ini berkembang dari tradisi filsafat, di mana manusia secara sadar menelaah dan mempertimbangkan makna baik dan buruk dalam suatu tindakan. Dengan demikian, etika filosofis tidak sekadar mengatur perilaku, tetapi juga mengkaji secara mendalam dimensi rasional dan eksistensial dari moralitas. Kedua, etika teologis merupakan etika yang bersumber

²⁷ Frans Magnis-Suseno, *Etika Dasar: Masalah-Masalah Pokok Filsafat Moral*, Yogyakarta: Kanisius, 1987, hlm. 14

dari ajaran agama dan dilandasi oleh keyakinan kepada Tuhan sebagai sumber utama nilai moral. Etika ini hadir dalam berbagai tradisi keagamaan dan berfungsi sebagai pedoman bagi manusia dalam menjalani kehidupan yang selaras dengan kehendak Ilahi.

Para ahli etika mengelompokkan kajian etika ke dalam beberapa kategori. Sebagian membaginya menjadi dua, yaitu etika deskriptif dan etika normatif. Sementara itu, ada pula yang membedakan antara meta-etika dan etika normatif. Selain itu, beberapa pakar lainnya mengklasifikasikan etika ke dalam tiga bidang utama, yakni etika deskriptif, etika normatif, dan meta-etika.²⁸ Perbedaan klasifikasi tersebut menunjukkan bahwa kajian etika memiliki ruang lingkup yang luas dan beragam, tergantung pada sudut pandang serta pendekatan yang digunakan oleh masing-masing ahli dalam memahami persoalan moral. Dengan demikian, etika tidak hanya dipahami sebagai konsep umum tentang baik dan buruk, tetapi juga berkembang dalam berbagai perspektif, termasuk dalam tradisi pemikiran Islam yang menekankan keseimbangan moral dan pembentukan karakter.

²⁸ Andris Kiamani, “ Hubungan Etika Dengan Cabang Ilmu Filsafat,” *Saint Paul’s Review*, Vol. 3, No. 1, (Juni 2023), Hal. 13-25

Salah satu tokoh yang secara khusus membahas hal tersebut adalah Ibnu Miskawaih.

1. Etika Perspektif Islam

Dalam perspektif Islam, etika identik dengan istilah *akhlak*, yang merupakan bentuk jamak dari kata *khuluq* yang berarti perangai, tabiat, atau karakter yang tertanam dalam diri seseorang.²⁹ Akhlak dalam Islam tidak hanya berkaitan dengan perilaku lahiriah, tetapi juga mencakup dimensi batiniah seperti niat, sikap, serta kesadaran spiritual yang melandasi suatu tindakan. Dengan demikian, etika dalam Islam dapat dipahami sebagai seperangkat nilai dan norma yang bersumber dari ajaran Islam, yaitu Al-Qur'an dan Hadis, yang berfungsi untuk mengatur serta membimbing perilaku manusia dalam kehidupan sehari-hari.

Berbeda dengan etika dalam tradisi Barat yang cenderung menitikberatkan pada rasionalitas manusia sebagai penentu nilai moral, etika Islam mengintegrasikan antara wahyu dan

²⁹ Ahmad Amin, *Etika (Ilmu Akhlak)*, Jakarta: Bulan-Bintang, 1993, Hal. 3

akal sebagai dasar dalam menentukan baik dan buruk. Dalam hal ini, etika Barat umumnya bersifat antroposentris, yaitu berpusat pada manusia, sedangkan etika Islam bersifat teosentris, yaitu berpusat pada Tuhan (Allah SWT) sebagai sumber utama nilai-nilai moral. Meskipun demikian, Islam tetap memberikan ruang bagi akal untuk memahami dan mengembangkan nilai-nilai etis, sehingga terjadi keseimbangan antara dimensi normatif dan rasional dalam pembentukan moralitas.³⁰

Sejalan dengan hal tersebut, pemikiran etika dalam Islam berkembang melalui dua pendekatan utama, yaitu pendekatan normatif dan pendekatan filosofis. Pendekatan normatif bertumpu pada ajaran Al-Qur'an dan Hadis sebagai sumber utama nilai moral yang bersifat transenden, sedangkan pendekatan filosofis dilakukan melalui kajian pemikiran para filsuf Muslim yang berusaha merumuskan konsep etika secara rasional dan sistematis. Dalam konteks ini, tokoh seperti Ibnu Miskawaih dan Al-Ghazali memiliki peran penting dalam

³⁰ Etika Pujianti, “ Etika Dalam Pendidikan Agama Islam”, *Jurnal Mubtadiin*, Vol. 8, No. 1, (Januari-Juni, 2022), Hal. 38

mengembangkan etika Islam yang tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga reflektif dan filosofis. Pemikiran Ibnu Miskawaih, misalnya, menekankan pentingnya pengendalian hawa nafsu sebagai jalan menuju kesempurnaan jiwa, yang menunjukkan bahwa etika dalam Islam sangat berkaitan dengan pembentukan karakter dan keseimbangan batin manusia.

Lebih lanjut, etika dalam Islam memiliki kedudukan yang sangat fundamental dan tidak terpisahkan dari ajaran tauhid. Hal ini tercermin dalam sabda Rasulullah SAW yang menyatakan bahwa beliau diutus untuk menyempurnakan akhlak manusia.³¹ Pernyataan tersebut menegaskan bahwa pembinaan moral merupakan salah satu tujuan utama dalam ajaran Islam setelah peneguhan keimanan. Oleh karena itu, etika dalam Islam tidak hanya berfungsi sebagai pedoman dalam kehidupan sosial, tetapi juga sebagai sistem nilai yang

³¹ Risna, Nurul Hidayah, & Misda Riani, “Komunikasi Virtual Dan Etika Bermedia Sosial Dalam Perspektif Islam”, *Journal Islamic Education*, Vol. 1, No. 3, (2023), Hal. 540-541

membimbing manusia menuju kesempurnaan akhlak sesuai dengan kehendak Ilahi.

Dalam perkembangan pemikiran Islam, etika juga mengalami dinamika melalui perbedaan pandangan antara kelompok rasionalis dan tradisional. Aliran rasionalisme yang diwakili oleh Mu'tazilah menekankan peran akal dalam menentukan nilai baik dan buruk, sedangkan aliran tradisionalisme yang diwakili oleh Asy'ariyah lebih menekankan pada otoritas wahyu sebagai sumber utama moralitas. Perbedaan ini menunjukkan bahwa etika dalam Islam tidak bersifat statis, melainkan berkembang melalui dialog antara teks keagamaan dan penalaran manusia.³² Dengan demikian, etika Islam mencerminkan suatu sistem pemikiran yang dinamis dan terbuka terhadap berbagai pendekatan dalam memahami nilai-nilai moral.

Selain itu, etika Islam juga memiliki karakter yang adaptif terhadap perkembangan zaman, termasuk dalam menghadapi berbagai tantangan kontemporer seperti perkembangan

³² Sri wahyuningsih, " konsep etika dalam islam," jurnal an-nur kajian Pendidikan dan ilmu keislaman, vol. 8, no. 1, (januari-juli, 2022), hal. 6

teknologi dan media digital. Dalam konteks ini, etika Islam berperan sebagai landasan normatif yang mampu mengarahkan perilaku manusia agar tetap berada dalam koridor nilai-nilai ilahiah, sekaligus memberikan ruang bagi aktualisasi nilai-nilai tersebut dalam kehidupan modern. Dengan demikian, etika dalam Islam tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga memiliki relevansi praktis dalam menjawab berbagai persoalan moral yang muncul dalam masyarakat.

Pada akhirnya, etika dalam islam dipahami sebagai hasil refleksi rasional yang tetap harus berlandaskan pada nilai-nilai wahyu. Pendekatan etika ini berperan dalam merespons berbagai persoalan kontemporer, seperti perkembangan teknologi. Meskipun demikian, penerapan etika dalam islam tidak diperkenankan bertentangan dengan prinsip tauhid dan ketentuan syariah.³³ Dengan demikian, etika dalam islam berfungsi sebagai sarana untuk memperluas aktualisasi nilai-nilai akhlak dalam kehidupan modern, serta menegaskan

³³ Najla Akifah, Febri Fauzia Adami, “ AKHLAK, MORAL, DAN ETIKA PERSPEKTIF ISLAM”, *AT-TAZAKKI: Jurnal Kajian Ilmu Pendidikan Islam dan Humaniora*, Vol.9, No. 1, (Januari-Juni, 2025), hal. 28-33

bahwa rasionalitas etis dapat diterima sepanjang zaman tapi tetap berada dalam tuntunan nilai-nilai ilahiyah.

2. Etika Dalam Pemikiran Ibnu Miskawaih

Ibnu Miskawaih merupakan salah satu filsuf Muslim terkemuka pada abad ke-10 M yang memiliki kontribusi signifikan dalam pengembangan etika Islam rasional. Pemikiran etikanya dibangun melalui sintesis antara tradisi filsafat Yunani, khususnya gagasan Plato dan Aristoteles, dengan ajaran Islam yang bersumber dari wahyu, serta diperkaya oleh refleksi pengalaman hidupnya dalam konteks sosial zamannya. Melalui pendekatan tersebut, Ibnu Miskawaih berhasil merumuskan suatu sistem etika yang tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga rasional dan filosofis, sehingga mampu menjembatani antara dimensi intelektual dan spiritual dalam kehidupan manusia.³⁴

Dalam mengkaji etika, Ibnu Miskawaih terlebih dahulu menguraikan konsep jiwa sebagai fondasi utama dalam

³⁴ Faisal Abdullah, "Konsepsi Ibnu Miskawaih Tentang Moral, Etika, dan Akhlak Serta Relevansinya Bagi Pendidikan Islam," *JRTIE: Journal Of Research And Thought Of Islamic Education*, Vol. 3, No. 1, (April 2020), Hal. 42

memahami perilaku manusia. Menurutnya, pemahaman terhadap jiwa merupakan kunci untuk memperoleh berbagai cabang ilmu pengetahuan, termasuk etika, teologi, dan logika, karena jiwa menjadi pusat dari kesadaran dan tindakan manusia. Ia memandang manusia sebagai kesatuan antara jasad dan jiwa, di mana jiwa merupakan substansi rohani yang bersifat kekal, tidak hancur oleh kematian, serta memiliki karakter yang utuh dan tidak terbagi. Dengan demikian, kondisi jiwa sangat menentukan kualitas tindakan manusia; jiwa yang terarah akan melahirkan perilaku yang baik, sedangkan jiwa yang tidak terkelola cenderung menghasilkan tindakan yang menyimpang dari nilai-nilai moral.

Berangkat dari pemahaman tersebut, Ibnu Miskawaih mendefinisikan etika sebagai suatu keadaan jiwa yang mendorong seseorang untuk melakukan perbuatan secara spontan tanpa memerlukan pertimbangan panjang. Keadaan ini tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan terbentuk melalui proses pembiasaan yang berlangsung secara terus-menerus

hingga menjadi karakter yang melekat dalam diri individu.³⁵ Dengan demikian, etika tidak hanya dipahami sebagai pengetahuan tentang baik dan buruk, tetapi lebih jauh sebagai kualitas batin yang telah terinternalisasi dan tercermin dalam perilaku sehari-hari.

Ibnu Miskawaih menjelaskan bahwa pembentukan etika dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu fitrah dan usaha (*iktisab*). Fitrah merupakan potensi dasar yang dimiliki manusia sejak lahir, namun tidak selalu berada dalam kondisi yang sempurna atau stabil. Oleh karena itu, diperlukan upaya sadar melalui proses pembinaan diri untuk mengarahkan potensi tersebut ke arah yang baik. Dalam hal ini, Ibnu Miskawaih lebih menekankan pada pentingnya *iktisab*, yaitu usaha manusia dalam membentuk karakter melalui latihan, pembiasaan, dan pendidikan moral yang berkelanjutan. Proses ini memungkinkan perubahan dan penyempurnaan akhlak,

³⁵ Awal, Indo Santalia, "Pemikiran Etika Ibnu Miskawaih," *Journal Of Islamic Discourses*, Vol. 6, No.1, (2023), hlm. 94

sehingga etika dipahami sebagai sesuatu yang dapat dibentuk dan dikembangkan, bukan sekadar sifat bawaan.³⁶

Dalam kerangka pembinaan moral, Ibnu Miskawaih menekankan pentingnya penyucian jiwa (*tazkiyah al-nafs*) dan pengendalian hawa nafsu sebagai upaya untuk mencapai keseimbangan dalam diri manusia. Keseimbangan ini menjadi dasar dalam mewujudkan akhlak yang mulia, yang tercermin dalam empat kebajikan utama, yaitu *al-hikmah* (kebijaksanaan), *al-'iffah* (pengendalian diri), *al-syaja'ah* (keberanian), dan *al-'adl* (keadilan).³⁷ Keempat kebajikan tersebut merepresentasikan harmoni antara aspek rasional, emosional, dan spiritual, sehingga membentuk kepribadian yang utuh dan seimbang. Dalam hal ini, akal berperan sebagai pengendali utama yang mengarahkan potensi jiwa agar tidak menyimpang dari prinsip-prinsip moral.

³⁶ Fadhilah Sukmawati Tanjung, Dkk, "Filosofi Etika Ibn Miskawaih Dan Implementasinya Terhadap Pendidikan Agama Islam," *Jurnal Intelektualita: Keislaman Sosial dan Sain*, Vol.14, No.1 (2025), Hal. 86

³⁷ A. Dini Jumriana Adha, Nurul Fadlilah, & Arif Mahfudhi, "Konsep Pendidikan Karakter Dalam Perspektif Filsafat Etika Ibnu Miskawaih: Kelemahan, Relevansi, Rekonstruksi, Konseptual," *Al-Fatih: Jurnal Pendidikan dan Keislaman*, Vol. 8, No. 2, (Juli-Desember 2025), Hal. 683

Tujuan akhir dari pembinaan etika menurut Ibnu Miskawaih adalah tercapainya derajat *insan kamil*, yaitu manusia yang sempurna secara moral dan spiritual. Kesempurnaan ini ditandai dengan kemampuan individu dalam mengendalikan diri, bertindak secara proporsional, serta menempatkan segala sesuatu sesuai dengan porsinya. Dengan demikian, etika tidak hanya berfungsi sebagai pedoman perilaku, tetapi juga sebagai sarana untuk mencapai kesempurnaan jiwa dan kebahagiaan yang sejati.

Sebagai suatu sistem pemikiran, etika Ibnu Miskawaih memiliki relevansi yang kuat dalam berbagai konteks kehidupan, termasuk dalam menghadapi tantangan moral di era modern. Penekanannya pada pengendalian diri, keseimbangan jiwa, serta pembentukan karakter melalui pembiasaan memberikan landasan konseptual yang penting dalam memahami perilaku manusia di tengah dinamika sosial yang semakin kompleks. Oleh karena itu, pemikiran etika Ibnu Miskawaih tidak hanya memiliki nilai teoritis, tetapi juga relevan secara praktis dalam membimbing individu untuk

bersikap bijak, moderat, dan bertanggung jawab dalam kehidupan kontemporer, termasuk dalam ruang digital.

B. Etika Bermedia Sosial

Media sosial merupakan sekumpulan platform berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk menciptakan, mengakses, serta bertukar konten yang dihasilkan sendiri. Artinya, setiap pengguna memiliki kemampuan untuk membuat, menerima, dan menyebarkan berbagai informasi dalam ruang digital secara cepat tanpa dibatasi oleh jarak maupun waktu.³⁸ Media sosial pada dasarnya memiliki potensi yang sangat besar sebagai sarana penyebaran nilai-nilai moral, edukasi, serta dakwah. Akan tetapi, potensi tersebut hanya dapat terwujud apabila para penggunanya memiliki pemahaman etika yang baik dan kuat. Etika bermedia sosial tidak hanya berkaitan dengan penggunaan bahasa yang sopan dan santun, tetapi juga mencakup aspek

³⁸ Ainil Khuryati, Dkk. “Penguatan Etika Bermedia Sosial Dalam Kalangan Pelajar Di Era Society 5.0,” *Altifani: Jurnal Pengabdian Masyarakat Ushuluddin Adab Dan Dakwah*, Vol. 3, No. 2, (2023), Hal. 166-167

niat, tanggung jawab, serta kesadaran terhadap dampak sosial dari setiap informasi atau pesan yang disampaikan.³⁹

Dalam konteks kehidupan akademik maupun sosial, keberadaan etika bermedia sosial menjadi semakin penting dan mendesak. Hal ini disebabkan oleh peran media sosial sebagai ruang publik digital yang digunakan oleh berbagai kalangan untuk bertukar informasi dan gagasan. Tanpa adanya kesadaran etis, ruang digital berpotensi dipenuhi oleh informasi yang tidak akurat, ujaran kebencian (*hate speech*) yang tidak pantas, serta interaksi yang tidak sehat. Oleh karena itu, penerapan etika bermedia sosial menjadi kunci dalam menjaga kualitas, keharmonisan, dan kebermanfaatan ruang publik digital. Untuk itu, Dalam bermedia sosial tentunya terdapat etika atau adab yang perlu digunakan dan mampu mengarahkan perilaku individu agar tetap sesuai dengan nilai-nilai moral dan norma sosial yang berlaku.

³⁹ Fauziah Nur Ariza, Dkk. “Etika Bermedia Sosial Dalam Perspektif Ayat-Ayat Akhlak,” *Jurnal Penelitian Nusantara*, Vol. 2, No. 1, (Januari 2026), Hal. 114-120

Etika bermedia sosial mencakup beberapa prinsip penting, antara lain kejujuran dalam menyampaikan informasi, tanggung jawab atas konten yang dibagikan, penghormatan terhadap privasi orang lain, serta kemampuan mengendalikan diri dalam berinteraksi. Selain itu, pengguna juga dituntut untuk memiliki sikap kritis terhadap informasi yang diterima, sehingga tidak mudah terprovokasi atau ikut menyebarkan informasi yang belum terverifikasi kebenarannya.

Karakteristik media sosial sebagai ruang interaksi digital memberikan implikasi langsung terhadap pembentukan perilaku etis pengguna. Media sosial memungkinkan terjadinya komunikasi yang bersifat terbuka, cepat, dan menjangkau audiens yang luas tanpa batasan ruang dan waktu. Di sisi lain, keberadaan anonimitas serta tidak hadirnya kontrol sosial secara langsung seringkali mendorong munculnya perilaku yang menyimpang dari norma.

Dalam konteks platform digital, etika bermedia sosial tidak dapat dilepaskan dari karakteristik masing-masing media yang digunakan. Salah satu platform yang menjadi ruang

praktik etika bermedia sosial adalah *YouTube*, yang menyediakan fitur interaksi seperti kolom komentar sebagai ruang ekspresi pengguna. Berbeda dengan media berbasis teks, *YouTube* mengintegrasikan unsur visual dan audio sehingga pesan yang disampaikan memiliki daya persuasi yang lebih kuat dan mampu memengaruhi aspek kognitif maupun afektif audiens.⁴⁰

Dalam kerangka etika bermedia sosial, praktik komunikasi di *YouTube* melibatkan dua aktor utama, yaitu pembuat konten (*content creator*) dan audiens. Pembuat konten memiliki tanggung jawab dalam memastikan bahwa konten yang diproduksi memenuhi prinsip keakuratan, tidak mengandung unsur manipulasi, serta tidak merugikan pihak lain. Sementara itu, audiens sebagai pengguna juga memiliki tanggung jawab dalam memberikan respons yang proporsional, tidak melakukan ujaran kebencian, serta menjaga kesantunan dalam berinteraksi. Interaksi antara kedua pihak ini

⁴⁰ Yuni Fitriani, “ Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi Atau Pembelajaran Digital,” *Journal Of Imformation System, Applied, Management, Accounting, And Research*, Vol. 5. No.4, (November 2021), Hal. 1010

menjadi fokus penting dalam analisis etika bermedia sosial, karena mencerminkan bagaimana nilai-nilai moral diterapkan dalam praktik komunikasi digital yang nyata.

YouTube dalam penelitian ini didasarkan pada pertimbangan metodologis dan substantif. Secara substantif, *YouTube* merupakan salah satu platform dengan tingkat penetrasi pengguna yang tinggi dan memiliki pengaruh signifikan dalam membentuk opini publik. Secara metodologis, *YouTube* menyediakan data yang bersifat terbuka dan terdokumentasi, baik dalam bentuk konten video maupun interaksi pengguna, sehingga memungkinkan dilakukan analisis secara mendalam terhadap fenomena etika bermedia sosial. Selain itu, karakteristik audio-visual yang dimiliki *YouTube* memberikan dimensi analisis yang lebih luas dibandingkan media sosial berbasis teks, karena memungkinkan peneliti untuk mengkaji tidak hanya isi pesan, tetapi juga cara penyampaian, ekspresi, serta respons audiens. Dengan demikian, *YouTube* dipandang sebagai objek yang relevan dan representatif dalam penelitian ini, karena mampu

menggambarkan secara konkret bagaimana etika bermedia sosial dipraktikkan dalam interaksi digital saat ini.

1. Interaksi Digital

Interaksi merupakan suatu aktivitas yang melibatkan lebih dari satu individu yang saling berhubungan dan memengaruhi satu sama lain.⁴¹ Interaksi digital adalah proses komunikasi dan hubungan timbal balik yang terjadi antara individu atau kelompok melalui media berbasis teknologi digital, seperti internet, media sosial, aplikasi pesan, dan platform daring lainnya. Dalam interaksi ini, pesan disampaikan tidak secara langsung (tatap muka), melainkan melalui perantara perangkat digital seperti smartphone, komputer, atau tablet.

Interaksi melalui platform media sosial telah menjadi bagian integral dari transformasi hubungan interpersonal

⁴¹ Yonathan Yoel Mulyadi & Franky Liauw, “ Wadah Interaksi Sosial,” *Jurnal Studi: Sains, Teknologi, Urban, Perancangan, Arsitektur*, Vol. 2, No. 1, (April 2020), Hal. 37-44

di era digital.⁴² Perkembangan teknologi komunikasi memungkinkan individu untuk tetap terhubung tanpa batas ruang dan waktu, sehingga pola interaksi yang sebelumnya didominasi oleh tatap muka kini mengalami pergeseran menuju interaksi berbasis digital. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai ruang pembentukan relasi sosial, ekspresi diri, serta pertukaran informasi secara cepat dan luas.

Selain itu, fokus interaksi yang sebelumnya bersifat langsung (*face to face*) cenderung beralih ke interaksi digital sebagai akibat dari meningkatnya ketergantungan masyarakat terhadap teknologi komunikasi. Ketergantungan ini mendorong individu untuk lebih sering berkomunikasi melalui platform digital dibandingkan interaksi langsung. Akibatnya, terjadi perubahan dalam kualitas hubungan interpersonal, di

⁴² Tasya Fajriah, Eka Resti Ningsih, “Pengaruh Teknologi Komunikasi Terhadap Interaksi Sosial Di Era Digital,” *MIJI: Merdeka Indonesia Journal Internasional*, Vol. 4, No.1, (Juni 2024), Hal. 153

mana aspek kedekatan emosional, empati, dan kepekaan sosial berpotensi mengalami pergeseran.

Dalam konteks ini, interaksi digital menuntut adanya kesadaran etika yang lebih tinggi. Hal ini disebabkan oleh karakteristik media sosial yang memungkinkan penyebaran informasi secara cepat, anonim, dan menjangkau audiens yang luas. Tanpa adanya kontrol etis, interaksi digital berpotensi menimbulkan konflik, misinformasi, maupun perilaku komunikasi yang tidak bertanggung jawab.

Menurut Syam, dalam setiap proses komunikasi terdapat tiga unsur pokok yang tidak dapat dipisahkan, yaitu sumber informasi (*source*), saluran (*channel*), dan penerima informasi (*receiver*).⁴³ Sumber informasi merupakan pihak yang menghasilkan dan menyampaikan pesan, baik berupa individu, kelompok, maupun institusi. Dalam konteks komunikasi digital, sumber ini dapat berupa pengguna media sosial, kreator konten, atau

⁴³ Syam, N. (2012). *Sosiologi Sebagai Akar Komunikasi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

lembaga yang memproduksi informasi. Saluran (*channel*) adalah media atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber kepada penerima, baik melalui media konvensional seperti lisan dan tulisan, maupun media modern seperti internet dan platform digital. Dalam perkembangan saat ini, saluran komunikasi digital seperti *YouTube* menjadi sangat dominan karena mampu menjangkau audiens secara luas dan cepat. Sementara itu, penerima (*receiver*) adalah pihak yang menerima, memahami, dan menafsirkan pesan yang disampaikan oleh sumber.

Ketiga unsur tersebut saling berkaitan dan menentukan keberhasilan komunikasi. Apabila salah satu unsur tidak berjalan dengan baik, maka pesan yang disampaikan berpotensi mengalami distorsi atau kesalahpahaman. Dalam konteks etika bermedia sosial, hubungan antara *source*, *channel*, dan *receiver* menjadi sangat penting, karena setiap individu tidak hanya berperan sebagai penerima, tetapi juga sebagai sumber

informasi. untuk memahami bahwa komunikasi digital memiliki keterbatasan isyarat nonverbal, sehingga berpotensi menimbulkan kesalahpahaman dan perilaku komunikasi yang tidak terkendali, seperti ujaran kebencian (*hate speech*).

Adapun teori komunikasi yang relevan untuk penelitian ini adalah *Computer-Mediated Communication* (CMC). CMC merupakan bentuk komunikasi manusia yang terjadi melalui perantara teknologi komputer dan jaringan internet. Komunikasi ini tidak hanya dipahami sebagai proses pengiriman pesan berbasis digital, tetapi juga sebagai sistem interaksi yang melibatkan individu maupun kelompok dalam berbagai konteks sosial.⁴⁴

Kajian mengenai CMC mulai berkembang sejak penelitian yang dilakukan oleh Joseph Walther pada tahun 1990-an, dan terus mengalami perkembangan seiring dengan kemajuan teknologi komunikasi. Ruang

⁴⁴ Joseph B. Walther, *Computer-Mediated Communication: Impersonal, Interpersonal, And Hyperpersonal Interaction, Communication Research*, Vol. 23, No. 1, (1996), hlm. 3-43

lingkupnya mencakup berbagai bentuk komunikasi daring, seperti chatting, penggunaan *world wide web* (WWW), serta media berbasis teks, audio, dan visual yang saling terhubung melalui jaringan internet. Seiring perkembangannya, CMC juga mencakup platform berbagi video, jejaring sosial, serta berbagai layanan komunikasi digital lainnya.⁴⁵

Secara teoritis, CMC merujuk pada proses komunikasi manusia yang terjadi melalui penggunaan dua atau lebih perangkat komputer yang saling terhubung, baik dalam bentuk komunikasi interpersonal (*one-to-one*), kelompok (*many-to-many*), maupun komunikasi massa.⁴⁶ Menurut Thurlow, Lengel, dan Tomic, CMC merupakan komunikasi yang terjadi ketika manusia berinteraksi menggunakan teknologi komputer sebagai media

⁴⁵ Ahmad Mulyana, Agung Pragitya Vazza, *Social Construction Of Law Media In Cyberspace, Rekacipta Proxy Media*, (Cet.1 2023), hlm. 2

⁴⁶ Naurin Silfie, Salsa Maharani, “ Studi Peran Analisis Semiotic Pada Film The Social Dilemma Dalam Teori “Cmc” Computer Mediated Communication,” *Imajinasi: Jurnal Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi*, Vol. 1, No.1, (Maret 2024), hlm. 13-26

perantara yang memungkinkan pertukaran informasi, gagasan, serta emosi dalam berbagai konteks sosial.⁴⁷

Berdasarkan waktu interaksinya, CMC dibedakan menjadi dua, yaitu *synchronous* dan *asynchronous*. Komunikasi *synchronous* terjadi ketika pengirim dan penerima pesan berinteraksi secara bersamaan, sehingga membutuhkan perhatian simultan dari para partisipan. Sementara itu, komunikasi *asynchronous* terjadi ketika terdapat jeda waktu antara produksi dan penerimaan pesan, sehingga interaksi tidak berlangsung secara langsung. Dalam konteks ini, CMC membantu menjelaskan bahwa komunikasi digital memiliki keterbatasan, khususnya dalam aspek isyarat nonverbal. Keterbatasan tersebut berpotensi menimbulkan kesalahpahaman serta perilaku komunikasi yang kurang terkendali, termasuk munculnya ujaran kebencian.

⁴⁷ Jonathan Thurlow, Laura Lengel, & Alice Tomic, *Computer Mediated Communication: Social Interaction And The Internet* (London: Sage Publications, 2004)

Dalam penelitian ini, komunikasi pada platform *YouTube* tidak sepenuhnya bersifat satu arah maupun dua arah, melainkan menunjukkan karakteristik komunikasi hibrid. Komunikasi satu arah terjadi melalui penyampaian konten video oleh pembuat konten kepada audiens, sedangkan komunikasi dua arah berlangsung secara terbatas melalui interaksi di kolom komentar yang bersifat tidak langsung (*asynchronous*). Dengan demikian, teori CMC digunakan untuk memahami dinamika komunikasi digital yang tidak hanya kompleks, tetapi juga memiliki potensi risiko etis, seperti munculnya ujaran kebencian (*hate speech*) dalam ruang interaksi digital.

2. Perilaku Pengguna

Perilaku merupakan wujud dari berbagai aktivitas atau interaksi manusia dengan lingkungannya yang tercermin dalam pengetahuan, sikap, serta tindakan yang dilakukan.⁴⁸ Perilaku pengguna adalah segala bentuk

⁴⁸ Agung Prasetya, Maya Retnasary, Dan Dimas Akhsin Akhbar, “Polaperilaku Bermedia Sosial Netizen Indonesia Menyikapi Pemberitaan Viral

tindakan, respons, dan aktivitas yang dilakukan individu dalam menggunakan media, termasuk media sosial. Perilaku ini mencakup cara seseorang berinteraksi, berkomunikasi, serta merespons informasi yang diterima melalui platform digital. Dalam konteks komunikasi, perilaku pengguna tidak hanya dipahami sebagai tindakan yang tampak, tetapi juga melibatkan aspek kognitif seperti sikap, persepsi, dan motivasi. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku pengguna merupakan hasil dari proses internal individu yang dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan teknologi yang digunakan.

Perilaku pengguna di *YouTube* merupakan bentuk tindakan dan respons individu dalam menggunakan platform berbasis video tersebut, baik sebagai penonton maupun sebagai partisipan aktif dalam ruang digital. *YouTube* sebagai bagian dari media sosial berbasis *Computer-Mediated Communication* (CMC) menyediakan berbagai fitur interaktif seperti *like*, *dislike*,

komentar, *subscribe*, dan *share*, yang memungkinkan pengguna tidak hanya mengonsumsi konten, tetapi juga berinteraksi secara sosial dalam ruang digital.

Dalam perspektif teori perilaku, perilaku pengguna dapat dijelaskan melalui *Theory of Planned Behavior* (TPB) oleh Icek Ajzen, yang menyatakan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat (*intention*) yang terbentuk dari tiga faktor utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*).⁴⁹ Dalam konteks *YouTube*, sikap pengguna tercermin dari penilaian mereka terhadap konten yang ditonton atau dikomentari, apakah dianggap positif atau negatif. Norma subjektif terlihat dari pengaruh lingkungan sosial, seperti tren komentar, opini publik, atau ajakan komunitas yang mendorong pengguna untuk ikut berpartisipasi dalam interaksi di kolom komentar. Sementara itu, persepsi kontrol perilaku berkaitan dengan kemampuan pengguna

⁴⁹ Icek Ajzen, “The Theory Of Planned Behavior,” *Organizational Behavior And Human Decision Processes* 50, No. 2 (1991), hlm. 179-211

dalam mengendalikan tindakannya, seperti memilih untuk berkomentar secara etis atau menghindari perilaku yang merugikan orang lain.

Selain itu, perilaku pengguna juga dapat dijelaskan melalui teori behaviorisme, yang memandang perilaku sebagai hasil dari hubungan stimulus dan respons. Dalam konteks *YouTube*, stimulus dapat berupa konten video, komentar pengguna lain, atau algoritma rekomendasi, sedangkan respons yang muncul berupa tindakan seperti menonton, memberikan *like*, menulis komentar, atau bahkan melakukan ujaran kebencian (*hate speech*). Teori ini menunjukkan bahwa lingkungan digital memiliki peran penting dalam membentuk perilaku pengguna melalui rangsangan yang diterima.

Perilaku pengguna di *YouTube* dapat berupa perilaku konsumsi konten, yaitu aktivitas menonton video sesuai kebutuhan informasi, hiburan, atau edukasi; perilaku interaksi, yaitu memberikan respons seperti komentar, *like*, atau *dislike*; serta perilaku partisipatif, yaitu

keterlibatan dalam menyebarkan atau memproduksi konten. Perilaku tersebut dapat bersifat positif maupun negatif. Perilaku positif ditunjukkan melalui komunikasi yang sopan, menghargai pendapat orang lain, serta memberikan komentar yang membangun, sedangkan perilaku negatif dapat berupa ujaran kebencian, *spam*, dan penyebaran informasi yang tidak benar.

Dengan demikian, perilaku pengguna di *YouTube* merupakan hasil interaksi antara faktor internal dan eksternal yang dapat dijelaskan melalui *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan behaviorisme, di mana niat, lingkungan sosial, serta stimulus digital berperan dalam membentuk tindakan pengguna. Dalam konteks etika bermedia sosial, perilaku ini menjadi penting karena setiap aktivitas di ruang digital memiliki konsekuensi moral dan sosial bagi individu maupun masyarakat.

Berdasarkan uraian konseptual mengenai perilaku pengguna, interpretasi penulis memandang bahwa aktivitas pengguna dalam media sosial, khususnya pada

platform *YouTube*, tidak hanya merepresentasikan bentuk interaksi komunikasi digital, tetapi juga mencerminkan nilai, sikap, serta tingkat kesadaran etis individu dalam berinteraksi di ruang publik virtual. Setiap tindakan yang dilakukan pengguna, seperti memberikan komentar, menyukai konten, maupun merespons opini orang lain, pada dasarnya mengandung dimensi moral yang berkaitan dengan bagaimana individu memahami batasan etika dalam berkomunikasi.

Dalam konteks ini, karakteristik media digital yang memberikan kemudahan akses, kebebasan berekspresi, serta keterbatasan kontrol sosial secara langsung dapat memengaruhi cara individu dalam mengekspresikan pendapat. Hal tersebut berpotensi mendorong munculnya perilaku komunikasi yang tidak selalu sejalan dengan prinsip etika, termasuk dalam bentuk ujaran kebencian. Oleh karena itu, perilaku pengguna tidak hanya dapat dipahami sebagai respons terhadap stimulus digital, tetapi juga sebagai hasil dari kemampuan individu dalam

mengendalikan diri dan menempatkan ekspresi secara proporsional.

Dengan demikian, penulis menilai bahwa perilaku pengguna dalam media sosial perlu dipahami sebagai bagian dari persoalan etika yang berkaitan dengan keseimbangan sikap, pengendalian emosi, serta tanggung jawab dalam menyampaikan pendapat. Dalam kerangka penelitian ini, pemahaman tersebut menjadi penting sebagai dasar untuk melihat relevansi nilai-nilai keadilan (*al-'adl*) dan keseimbangan (*al-i'tidāl*) dalam membentuk perilaku bermedia sosial yang lebih etis.

