**Meliterasi Warganet Dengan Algoritma Komunikasi Media Sosial Yang Sehat**

Irwanto, Laurensia Retno Hariatiningsih

Universitas Bina Sarana Informatika

Email: Irwanto.iwo@bsi.ac.id

Universitas Bina Sarana Informatika

Email: laurensia.lrs@bsi.ac.id

**Abstraksi**

Hadirnya media sosial yang difasilitasi dengan teknologi informasi pada dunia digital membawa tatanan dan dimensi baru serta kebebasan berkomunikasi pada masyarakat. Namun hal ini tidak hanya membawa kemaslahatan tapi juga menyimpan potensi konflik pada alam maya yang berdampak juga pada dunia nyata. Sudah saatnya literasi media sosial dilakukan dengan cara yang sederhana. Penelitian ini dilakukan melalui studi pustaka serta *desk research* untuk mendeskripsikan literasi bermedia sosial dengan cara yang sederhana, melalui pendekatan algoritma komunikasi yang mengoptimalkan peran peralatan rohani manusia

Key word : literasi warganet, media sosial, algoritma komunikasi

**Abstract**

The presence of social media which is facilitated by information technology in the digital world brings a new order and dimension as well as freedom of communication to the public. But this not only brings benefit but also holds the potential for conflict in cyberspace which also impacts the real world. It is time for social media literacy to be done in a simple way. This research was conducted through library research and desk research to describe social media literacy in a simple way, through a communication algorithm approach that optimizes the role of human spiritual equipment.

Key word: netizen literacy, social media, communication algorithms

**BAB I PENDAHULUAN**

Hadirnya media sosial ternyata mampu mendorong minat masyarakat untuk mempublikasikan ide dan opininya kepada publik. Media sosial berbasis teknologi internet bisa mengubah komunikasi dengan beberapa cara fundamental sekaligus menawarkan cara berkomunikasi yang lebih demokratis dibandingkan yang ditawarkan oleh media lain (Severin & Tankard, Jr, 2014). Efektifitas dan efisiensi yang ada pada media sosial menjadi pilihan masyarakat untuk menggunakannya dalam menyebar teks sosial

serta sekaligus menjadikannya calon tunggal pemuas kebutuhan masyarakat dalam bersosial.

Hasil penelitian dari UNESCO menyimpulkan bahwa empat dari 10 orang Indonesia aktif di media sosial (Hutabarat, 2018). Saat ini saja pengguna media sosial aktif di Indonesia 56 % setara dengan 150 juta orang. Urutan pertama media sosial yang sering di akses netizen Indonesia adalah youtube yakni 88 % atau sebanding dengan 130 juta jiwa, selanjutnya whatsapp 83%, facebook 81%, instagram 80%, line 59 % dan twitter 52% (Pertiwi, 2019). Dari jumlah tersebut baik orang tua, dewasa, remaja bahkan anak-anak pun menjadi pengguna aktif media sosial dan latar belakangnya heterogen. Beragam tujuan pengguna diantaranya motif hiburan atau senang-senang, bisnis, mencari teman atau pasangan hidup, politik, pemburu viral, pamer, pencari pengakuan dan pemberi pengaruh bagi pengikutnya (*influencer*).

Awalnya manusia makhluk penguna gawai, tetapi ketika hadir media sosial dengan jejaring komunikasi digital, maka manusia tadi juga digunakan oleh komunikasi digital untuk tujuan-tujuan yang tidak dibawah kendalinya. Manusia pada konteks media sosial yang terintegrasi dengan sebuah sistem seolah sebagai pengguna media, namun ia sendiri merupakan media penyalur pesan. Sesunguhnya manusia dikendalikan media, beradaptasi dengan teknologi digital dan bahkan berfungsi sebagai media, dan mahluk ini dikenal dengan sebutan *netizen* atau warganet. Melalui media sosial manusia eksis dan beraktifitas sosial di dunia maya namun nir kehadiran. Media sosial menciptakan dunia yang tidak memiliki negara. Lokasi komunikasi para netizen berada pada dimensi virtual dan tidak ada satupun yang berwujud ragawi dan saling bertemu secara konkrit.

Melalui media sosial netizen bisa turut bermain dalam merakit pesan artifisial di dunia maya. Saat menjadi netizen masyarakat tergabung dalam akun media sosial seperti halnya Instagram, Facebook, Twitter, grup Whatsapp. Pada sirkulasi pesan di media sosial, masyarakat yang telah berubah menjadi netizen tersebut tidak kuasa mengendalikan pesan yang telah dikreasikannya sendiri, bahkan pesan tersebut bisa balik mengendalikannya.

Sejak kemunculannya, media sosial tidak hanya membawa kemaslahatan, namun juga mengetengahkan permasalahan yang cukup serius. Tidak sedikit permasalahan tersebut berujung di pengadilan dan divonis hukuman badan. Alih-alih demi konten di saluran youtube yang diharapkan bisa meraih jumlah penontonn yang banyak akhirnya beberapa pesohor terjerat kausu, salah satunya pusaran kasus ‘ikan asin’. Belum lagi deretan kasus hoax sepanjang tahun 2018 yang buat gempar masyarakat, diantaranya : gempa susulan di Palu, penculikan anak, konspirasi imunisasi dan vaksin, rekaman *black box* Lion Air JT610, telur palsu dari plastik, makanan mudah terbakar positif mengandung lilin. Unit kejahatan siber Bareskrim Polri sejak tahun 2015 mencatat ada 100 ribu akun di media sosial yang menyebarkan ujaran kebencian (Ariyanti, 2019) dan lebih 50 % kejahatan siber berasal dari dunia maya (Rizki, 2018).

Pada media sosial persoalan fakta, fiksi, kebenaran dan kepalsuan tertutup oleh euforia kebebasan berpendapat, netizenpun berlomba mengunggah pendapatnya tanpa melalui proses literasi. Pada media sosial batas ruang publik dan ruang privat semakin samar, banyak netizen yang membagi ruang privatnya ke media sosial. Isu privat didigitalisasi seperti agama, ras, bahkan seks demi kepentingan tertentu sehingga berubah menjadi sentimen publik. Di media sosial publik bisa jadi individu pun individu bisa menjadi publik, seorang netizen bisa berkomentar pada grup di media sosial dan komentar publik bisa berada pada gawai seorang netizen (Hardiman, 2018). Para netizen bisa berprofesi apapun, termasuk menjadi hakim yang memvonis netizen lainnya, bahkan ada yang seolah menjadi tuhan. Dalam media sosial prestasi dicari dengan sensasi, bahkan alih-alih kreatifitas namun kenyataannya sekadar banalitas yang berpotensi menimbulkan kegaduhan bahkan berujung masalah hukum.

Peradaban baru di ruang digital menyimpan potensi dekadensi nilai-nilai kemanusiaan dan hukum. *Law enforcement* atau kekuatan hukum bukan satu-satunya cara yang bisa diandalkan dalam penyelesaian masalah ini. Harus ada jalan keluar yang logis dan dimulai dari ruang-ruang privat yang nantinya bisa terbentuk dan tertular ke ruang publik. Sebab konten media sosial sangat sulit untuk disensor atau diarahkan. Melalui satu klik minimal setidaknya satu kemaslahatan tercapai. Tulisan ini berupaya mendeskripsikan literasi media sosial melalui algoritma komunikasi dengan peralatan rohani yang terdapat dalam diri manusia.

**BAB II KAJIAN TEORITIS**

**Media Sosial**

Sekarang ini kebutuhan primer manusia mengalami perluasan. Pangan, sandang dan papan tidak lagi menjadi kebutuhan utamanya. Saat ini akses terhadap media telah turut serta menjadi kebutuhan pokok. Adanya kebutuhan akan informasi, hiburan, pendidikan-pengetahuan menjadi penyebabnya. Sampai pada titik ini media massa tradisional tidak lagi sendiri dalam menyebar informasi. Jika dulu media massa tradisional selalu mendominasi dalam distribusi informasi, namun saat ini media sosial turut berkompetensi dalam melakukan hal yang sama. Teknologi internet pada media sosial memberikan kuasa pada khalayak dalam menyebarkan dan membuat informasi.

Media sosial memberikan fitur lebih sempurna dengan yang disediakan oleh media komunikasi lain, termasuk komunikasi massa. Sifatnya bisa menggabungkan unsur visual, audio, video, teks, animasi serta bisa berinteraksi menjadikannya media terpaling ideal yang hadir selama ini. Tidak mengherankan bila sekarang media sosial menjadi fenomenal. Youtube, Whatsapp, Facebook, Instagram, Line dan Twitter adalah beberapa jenis media sosial yang diminati oleh khalayak.

Mengawali pemahaman media sosial, maka perlu memahami istilah media. Secara sederhana istilah media adalah alat komunikasi (Laughey, 2007). Pengertian ini cendererung menekankan kepada ‘alat’ yakni bentuk dan teknologi. Media sebagai alat terpapar pandangan yang mengharuskan media untuk beradaptasi dengan wujud pesan yang berupa elemen visual, audio, teks, animasi dan gabungan elemen-elemen tersebut. Padahal disisi lain media juga berkontribusi menciptakan medan makna dan budaya. Pada pandangan ini ada upaya mengubah pandangan sebelumnya bahwa media tidak hanya sekadar alat perantara namun media juga memiliki nilai-nilai dan budaya. Sebagaimana yang diperkenalkan Mc Luhan dengan konsepnya *medium is the message*. Pada hakikatnya pemahaman akan media tidak kaku namun lebih cair. Aspek teknis bukanlah hal utama dalam media. Karena dalam media tersebut mencakup spektrum nilai-nilai serta budaya si penggunanya, seperti halnya isi pernyataan atau pesan yang tidak bisa bebas dari nilai. Pada teori sosiologi, dipahami bahwa media pada dasarnya sosial sebab media merupakan bagian dari masyarakat dan aspek masyarakat yang direpresentasikan dalam bentuk perangkat teknologi yang digunakan (Nasrullah, 2015) .

Mengutip pemikiran Marx, maka pemahaman sosial itu ialah kerjasama (Fuchs, 2014). Disini ada saling kontribusi peran pada relitas sosial. Individu seorang tidak akan berarti tanpa orang lain. Selanjutnya pemahaman sosial cenderung pada kenyataan sosial yakni individu memberikan aksi kepada kepada masyarakat. Lalu sosial menurut Webber adalah aksi sosial serta relasi sosial yang melibatkan simbol-simbol bermakna diantara para aktor sosialnya tersebut (Fuchs, 2014).

Dari pemahaman media dan sosial tersebut, maka media sosial cenderung bisa dipahami sebagai media dengan teknologi internet yang memfasilitasi penggunanya untuk berinteraksi sosial yang mampu menghadirkan unsur visual, audio, teks serta animasi ataupun kombinasinya yang mampu mencakup spektrum nilai dan budaya dalam kehidupan bermasyarakat baik pada dunia maya ataupun nyata. Beberapa ahli mengutarakan bahwa media sosial adalah platform media yang penggunanya memiliki ikatan sosial dan beraktifitas pada medium online (Van Dijk, 2013) Selanjutnya media sosial juga dipahami sebagai perpaduan perangkat lunak yang didalamnya terdapat komunitas atau individu untuk saling berbagi, berkomunikasi dan berkolaborasi bahkan bermain. Kekuatannya terletak pada konten yang dihasilkan oleh penggunan bukan oleh editor dan ini yang berbeda dengan media massa konvensional (Boyd, 2009).

**Algoritma Komunikasi**

Secara umum algoritma dimengerti sebagai urutan langkah-langkah logis untuk menyelesaikan masalah yang disusun secara sistematis (Ariyus, 2008). Penekanannya ialah urutan dari beberapa langkah yang logis guna menyelesaikan masalah. Algoritma berguna sebagai upaya logis dalam menyelesaikan persoalan. Sementara komunikasi pada konteks ini bisa dipahami sebagai proses pertukaran makna melalui simbol yang terjadi pada medan sosial dan atau ruang publik. Algoritma komunikasi disini dipahami sebagai langkah-langkah logis dalam berkomunikasi sebagai upaya terjalinnya komunikasi yang sehat dan tidak menimbulkan masalah. Sebelum berkomunikasi pada umumnya dan idealnya seseorang akan melalui sebuah proses atau tahapan, yakni fase intra personal komunikasi dan inter personal komunikasi (Achdiat, 2014).

Intra personal yakni proses komunikasi yang terjadi dalam diri komunikator dan interpersonal yakni saat dirinya menyampaikan isi pernyataan tersebut kepada orang lain (komunikan) dengan atau tanpa media. Proses tersebut berjalan simultan selama poses komunikasi terjadi. Dalam pandangan ini setiap manusia dibekali peralatan rohani yang didalamnya terdapat hati nurani, akal-budi dan naluri. Hasil kerja peralatan rohani yang baik akan menghasilkan falsafah hidup, konsepsi kebahagiaan dan motif komunikasi serta isi pernyataan atau pesan yang baik pula, dan begitu sebaliknya (lihat diagram 01). Dengan demikian akan terjalin komunikasi yang sehat dan tidak berpotensi masalah. Tetapi tidak setiap manusia mampu mengoptimalkan peralatan rohaninya dengan baik, maka disinilah letak potensi permasalahan yang akan muncul saat berkomunikasi dengan orang lain.

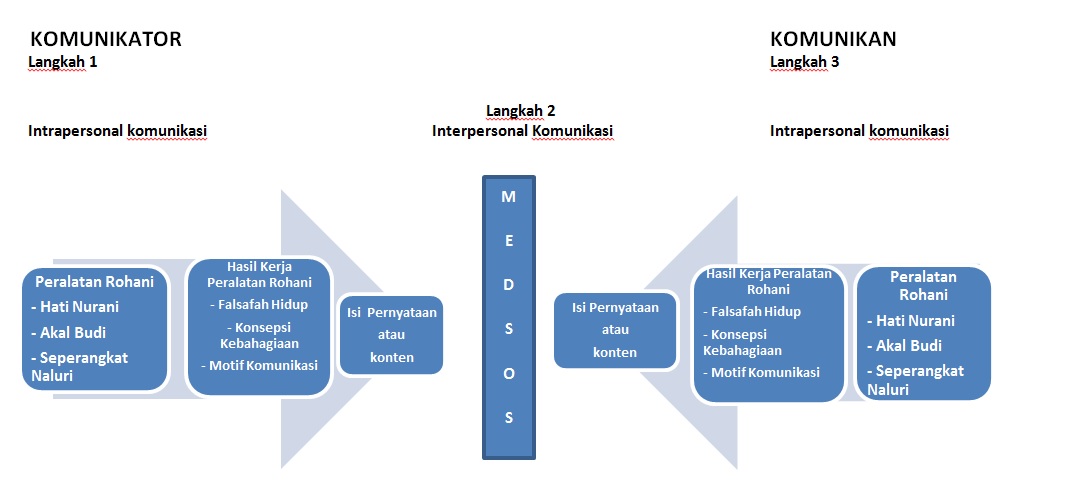


Diagram 01

Sumber diolah dari Achdiat, 2014

Model komunikasi pada diagram 01 dikenalkan pertama kali oleh Hoeta Soehoet dan disini penulis melakukan penyesuaian sesuai kebutuhan. Proses komunikasi yang dimaksud disini berada dalam ruang sosial dan tidak seperti halnya proses bahasa pemrogaman algoritma pada bidang tekhnologi informasi (TI). Sebab manusia bisa memilih untuk berkomunikasi dengan sehat atau tidak. Manusia bukanlah mesin yang diberikan kode biner. Sehingga komunikasi masih bisa terjalin meski manujsia melakukan kesalahan dalam prosesnya. Sementara algoritma pada bidang TI harus sesuai tahapan yang sudah diset programer agar program bisa berjalan. Namun demikian, proses komunikasi tersebut memiliki potensi masalah. Agar komunikasi berlangsung dengan baik tidak menimbulkan masalah serta efektif, maka seorang komunikator yang dalam konteks media sosial ini juga merangkap sebagai komunikan sebaiknya memperhatikan lalu mengoptimalkan peralatan rohaninya.

**III. METODE PENELITIAN**

Guna menjawab permasalahan yang terungkap, maka penelitian ini dilakukan melalui studi pustaka serta *desk research*. Dalam penelitian ini juga menggunakan referensi studi-studi yang terkait sebagai upaya meliterasi pengguna media sosial, termasuk materi-materi unggahan di media sosial yang menimbulkan permasalahan. Analisa dilakukan melalui interpretasi peneliti yang disampaikan secara deksriptif kualitatif melalui proses elaborasi fenomena yang terjadi dengan teori yang ada.

**IV. PEMBAHASAN**

**Peralatan Rohani Sebagai Pusat Unit Proses**

Pada tulisan ini model komunikasi pada diagram 01 di atas merupakan acuan untuk mendeskripsikan sekaligus menjelaskan algoritma komunikasi yang dimaksud. Dalam model tersebut dijelaskan secara sederhana elemen – elemen serta tahapan-tahapan yang terlibat dalam proses komunikasi menggunakan media sosial. Manusia sebagai makhluk yang memiliki peralatan rohani menjadi dasar utama pemahaman pada model yang dimaksud ini. Peralatan rohani terdiri dari hati nurani, akal budi dan seperangkat naluri. Peralatan hati nurani ini akan menghasilkan falsafah hidup, konsepsi kebahagiaan dan motif komunikasi. Berangkat dari sinilah literasi bermedia sosial dengan algoritma komunikasi yang sehat harus dimulai.

Merujuk pada model ini, peralatan rohani menjadi pusat unit proses agar terciptanya komunikasi yang sehat termasuk komunikasi pada media sosial. Idealnya peralatan rohani menjadi awal proses terciptanya isi pernyataan atau konten pada media sosial serta tindakannya dalam bermedia sosial. Peralatan rohani menjadi penentu hasil akhir aktivitas bermedia sosial, baik ketika menjadi komunikator ataupun komunikan. Komunikator dalam bermedia sosial bisa diartikan sebagai orang yang mengkreasikan konten ataupun meneruskan konten yang dikirim oleh orang lain. Bentuk konkrit dari konten atau isi pernyataan yang dimaksud berupa unsur visual, audio, teks, foto, animasi dan kombinasinya. Peralatan rohani mengkreasikan isi pernyataan tersebut, lalu dikelola serta dikemas melalui pertimbangan nilai, moral, etik serta estetika. Sebab itulah bila peralatan rohani manusia tidak optimal maka isi pernyataan yang tercipta pun berpotensi menimbulkan permasalahan pada dunia maya namun dan juga pada dunia nyata.

Allah SWT memberikan peralatan rohani kepada semua makhluknya yang manusia. Disinilah letak pembeda utama antara manusia dengan makluk tuhan lain seperti halnya binatang dan tumbuhan (Hamka, 2015). Dalam peralatan rohani manusia terdapat hati nurani, akal budi serta seperangkat naluri. Manusia itu sejenis hewan juga. Tapi Tuhan memberikannya kelebihan dengan akal. Akal yang terletak pada peralajan rohani ini lah bersandar segala perkara yang wajib dilakukan dan wajib ditinggalkan. Sementara hewan (non manusia), yang dirasakan hanyalah kenikmatan atau kepuasan. Hewan mengejar perihal ini tanpa menimbang dan berpikir terlebih dahulu. Sementara yang ideal bagi manusia, akal itulah yang menjadi penjaga dan yang menguasainya.

Hati nurani, akal budi serta seperangkat naluri berada pada perlatan rohani. Semua elemen yang terdapat pada peralatan rohani itu akan bekerja dan menghasilkan falsafah hidup, konsepsi kebahagiaan dan motif komunikasi manusia yang bersangkutan. Sepatutnya konten yang akan disampaikan pada media sosial menggunakan peralatan rohani ini.

Dalam pandangan ini, proses bermedia sosial diuraikan dalam langkah (lihat diagram 01). Pada prakteknya langkah atau tahapan yang terjadi itu tidak kasat mata. Namun tetap bisa dirasakan ketika berkomunikasi melalui media sosial. Langkah pertama terjadi dalam diri komunikator atau biasa disebut intrapersonal komunikasi. Pada fase awal ini komunikator menetapkan falsafah hidup, konsepsi kebahagiaan dan motif komunikasi dengan gunakan peralatan rohani yang terdiri dari hati nurani, akal budi dan seperangkat naluri. Selaiknya pada tahapan ini manusia gunakan hati nurani dalam membuat konten yang akan disampaikan ke media sosial agar terhindar dari masalah. Proses ini dilakukan sesaat sebelum konten atau isi pernyataan dibuat oleh komunikator. Penyusunan desain isi pernyatan juga melibatkan peralatan rohani sehingga masih termasuk dalam proses di langkah pertama ini. Selanjutnya langkah kedua, pada saat komunikator menyampaikan atau menyebarkan kontennya melalui media sosial. Disini terjadi interaksi antara manusia dengan alat komunikasi yang didukung dengan teknologi informasi. Proses yang terjadi pada langkah pertama adalah fase intrapersonal komunikasi yang terjadi dalam diri komunikator. Pada langkah kedua meski masih berlangsung pada diri komunikator namun sudah pada fase interpersonal komunikasi. Konten yang telah dibuat tadi berdasarkan peralatan rohani dalam proses disampaikan kepada orang lain (warganet) melalui media sosial.

Tahapan berikutnya yakni tahapan tiga yang terjadi dalam diri komunikan, dalam konteks ini sebagai warganet. Ditinjau dari terpaan dan penerimaan konten maka komunikan media sosial ada yang pasif dan aktif. Bila komunikan dikirim konten, maka ia menjadi komunikan yang pasif. Namun bila komunikannya yang mencari konten, maka ia berkategori aktif. Tahap ini terjadi pada komunikan yang pasif dan aktif dalam menerima atau mencari konten. Jadi tahapan ketiga berlangsung ketika komunikan berinteraksi dengan media sosial dan diterpa oleh konten yang dikirim oleh komunikan. Ditahap ini komunikan menerima konten oleh peralatan jasmani yakni panca inderanya. Konten mulai diserap dan diproses oleh peralatan rohaninya. Disini penggunaan peralatan rohani kembali digunakan. Peralatan rohani komunikan kembali ambil peran yang signifikan Dibutuhkan hati nurani, akal budi dan seperangkat naluri yang bekerja dengan baik agar respon yang diberikannya tidak bermasalah. Sama halnya yang terjadi pada langkah pertama. Disini komunikan mulai mempertimbangkan konten yang diterima dengan falsafah hidupnya, konsep kebahagiannya, serta seperangkat nilai yang dimilikinya.

Peralatan rohani menjadi pusat unit proses inti dalam berkreasi untuk menghasilkan konten. Secara alami konsep digital sebenarnya telah terjadi pada peralatan rohani manusia. Hal benar dan salah seharusnya sudah bisa dikategorisasi oleh tiap manusia di dalam benaknya masing-masing. Seperti laiknya gunakan angka biner satu (1) dan nol (0). Proses membedakan hal baik dan buruk terus berlangsung melalui rangkaian perjalanan yang rumit dan tanpa dirasakan secara fisik oleh manusia.

Sejak lahir manusia sudah dibekali kemampuan untuk membedakan yang benar dan yang salah, yang baik dan yang buruk. Elemen hati nurani yang berada pada peralatan rohani manusia mampu membedakan hal baik dan hal buruk. Jika manusia mengikuti hati nurani dijamin tindakannya mengarah pada sesuatu yang mulia (Daniduredja & Sugandi, 2018). Begitu juga yang terjadi ketika manusia akan mengkreasikan konten pada media sosial. Sudah saatnya aspek hati nurani menjadi landasan utamanya. Mengkaji serta mempertimbangkan konten yang dibuat jangan sampai menyinggung, menjerumuskan, memprovokasi yang ujungnya dapat merugikan orang lain.

Hasil didikan dan interaksi dengan dunia sosial juga turut membentuk peralatan rohani manusia tersebut. Masa pertumbuhan dan perkembangan manusia menjadi langkah atau kesempatan awal untuk memformat peralatan rohani manusia melalui penanaman akhlak yang baik. Pendidikan yang mengandung unsur *soft skill* menjadi sistem awal terbaik untuk di tanamkan dalam diri manusia. Disini manusia diisi dengan sistem yang berupa hati nurani, akal budi serta seperangkat naluri kemanusiaan. Idealnya hati nurani, akal budi serta seperangkat naluri ini akan menjadi sistem dalam diri manusia yang digunakan dalam mengkreasikan isi pernyataan.

Proses ini berlangsung terus dalam diri manusia, namun tidak semua manusia menyadarinya. Padahal hati nurani seseorang pada hakikatnya tidak pernah berbeda dengan nurani orang lain. Dengan kata lain, apa yang dirasa benar oleh nurani seseorang sebenarnya dirasa benar juga oleh orang lain. Namun masalah muncul saat falsafah hidup manusia berorientasi kepada hal yang sifatnya mementingkan kepentingan pribadi. Tidak sedikit dari kita sebagai manusia yang falsafah hidupnya menganggu falsafah hidup orang lain. Pada konteks komunikasi, maka keluaran atau *output* isi pernyataan yang dibuatnya cenderung berpotensi menimbulkan masalah.

Kaitannya dengan akal budi, maka kedua hal ini adalah alat berpikir manusia (Tjaya, 2004). Keduanya bertugas mencari cara dalam menetapkan falsafah hidup demi tercapainya kebahagiaan. Termasuk mencapai kebahagiaan melalui berkomunikasi dengan media sosial. Pikiran mengkaji konten yang akan dibuat serta diunggah dalam aspek logika. Masing-masing manusia memiliki pola pikir yang berbeda-beda saat akan membuat konten. Pikiran biasanya dihubung dengan kemampuan menghasilkan sesuatu yang menguntungkan. Contoh sederhananya yakni ketika hanya mengharapkan keuntungan saat membuat konten di media tanpa memikirkan masalah yang akan muncul ditengah publik. Tugas hati nuranilah untuk mempertimbangkan konten yang dibuat tadi agar bijaksana dan bisa diterima oleh publik.

Sebagai pusat unit proses, peralatan rohani harus dikontrol dan disuplai dengan literasi-literasi yang dipenuhi dengan unsur nilai kebajikan dan moral. Ini dilakukan agar gangguan atau *noise* terjadi pada alat ini. Karena bisa berakibat fatal pada proses yang terjadi dan berpotensi menimbulkan permasalahan. Meskipun peluang ganguan juga bisa terjadi pada aspek teknis sperti halnya media dan aplikasi media sosialnya.

**Peralatan Rohani dan Kecerdasan Berdigital**

Platform digital pada media sosial, membuat seolah ada batas pembeda antara alam nyata dan alam maya. Padahal realitas yang terjadi sebenarnya adalah alam maya berada pada alam nyata. Dunia maya tidak akan eksis tanpa dunia nyata. Namun bagi warganet yang kurang literasi tentang karakter media sosial, maka yang terjadi sebaliknya. Sikap cenderung berani dilakukan oleh warganet untuk mempublikasikan persoalan pribadi ke ranah publik melalui media sosial dan hal lain yang merugikan orang lain, seperti menyebar hoax. Sebab itu literasi digital yang mengarah pada kecerdasan digital harus dimiliki oleh tiap individu masyarakat sebelum menjadi warganet. Hal ini diyakini akan menciptakan atmosfir positif di dunia digital.

Sebagai upaya meliterasi warganet dan menghindari konflik dalam bermedia sosial maka sudah sepatutnya menjadikan peralatan rohani sebagai referensi utama dalam bermedia sosial. Melalui penjelasan ini, ingin disampaikan bahwa kecerdasan digital sebenarnya sudah dimiliki oleh masing-masing inidividu. Hati nurani manusia yang berada dalam peralatan jasmaninya sudah bisa membedakan yang benar dan yang salah. Hanya saja tidak semua individu mau menjadikan pertimbangan peralatan rohani sebagai referensi utamanya.

Mengurangi potensi konflik dengan peralatan rohani adalah bentuk dari literasi digital. Saat ini literasi digital yang berujung pada kecerdasan berdigital adalah suatu keniscayaan. Menciptakan nilai-nilai integritas, empati dan semangat membangun sinergitas saling menghargai sangat diperlukan dalam bermedia sosial. Melalui literasi digital akan terbangun kemampuan untuk mengenali, memahami, menerjemah, mencipta, dan berkomunikasi di media sosial. Hingga pada akhirnya maraknya penghinaan, hoax, ataupun berita palsu mampu diminimalisir.

Dalam sisi komunikator, literasi digital berguna dalam menciptakan kecerdasan emosional yang mampu mendorong masyarakat untuk berpikir kritis. Menciptakan atau mengkreasikan konten yang berguna untuk masyarakat. Sementara literasi digital dalam sisi komunikan berguna untuk membedakan antara informasi fakta dan kabar bohong, konten baik dan berbahaya, dan sumber yang dapat dipercaya maupun yang diragukan. Jadi harapan budaya bijak serta beradab bermedia sosial bukanlah impian kosong.

**V. SIMPULAN**

Hadirnya teknologi informasi yang menyebabkan revolusi digital memberikan kemerdekaan kepada manusia untuk berkomunikasi. Kenikmatan berkomunikasi digital membuat moral dan etik publik sering kali diabaikan dan lepas kontrol dengan alih-alih kebebasan berpendapat. Sudah saatnya meliterasi masyarakat dalam menggunakan media sosial. Karena sejatinya media sosial tidak mempunahkan peradaban komunikasi manusia secara laten. Salah satu caranya dengan optimalisasi penggunaan peralatan rohani yang didalamnya ada elemen hati nurani, akal budi serta seperangkat naluri. Berkomunikasi digital memiliki ragam fenomenal untuk diungkap dan ditelaaah. Perlu adanya kajian serius agar terkondisi bermedia sosial yang sehat pada masyarakat di tengah interaksi sosialnya.

**DAFTRAR PUSTAKA**

Achdiat, R. (2014, September). *Etika Jurnalistik*. Presented at the Cisarua. Retrieved from http://www.kopertis3.or.id/html/wp-content/uploads/2014/09/PRESENTASI-KOPERTIS-2014.pptx

Ariyanti, D. S. (2019, September 21). Lebih dari 50% Kejahatan Siber Berasal dari Media Sosial. *Teknologi Bisnis.Com*. Retrieved from https://teknologi.bisnis.com/read/20180921/84/840939/lebih-dari-50-kejahatan-siber-berasal-dari-media-sosial#

Ariyus, D. (2008). *Pengantar Ilmu Kriptografi, Teori analisa dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.

Boyd, D. (2009). *Social Media is Here to Stay... Now What?* Retrieved from https://www.danah.org/papers/talks/MSRTechFest2009.html

Daniduredja, E. D., & Sugandi. (2018). *Perspektif Kepemimpinan Ideal*. Budi Utama.

Fuchs, C. (2014). *Social Media A Critical Introduction*. California: Sage Publication.

Hamka, B. (2015). *Falsafah Hidup*. Jakarta: Republika Penerbit.

Hardiman, F. B. (2018). Homo Digitalis-Kondisi Manusia di Era Komunikasi Digital. *Etika Komunikasi Digital Membela Moralitas Dalam Prahara Politik PAsca Kebnaran*. Presented at the Seminar Dies Natalis 49 Sekolah Tinggi FIlsafat Driyakarya.

Hutabarat, D. (2018). *Angka Penggunaan Media Sosial Orang Indonesia Tinggi, Potensi Konflik juga Amat Besar*. Retrieved from Kominfo website: https://www.kominfo.go.id/content/detail/14136/angka-penggunaan-media-sosial-orang-indonesia-tinggi-potensi-konflik-juga-amat-besar/0/sorotan\_media

Laughey, D. (2007). *Key Themes in Media Theory*. New York: Open University Press.

Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi* (pertama). Bandung: Simbiosa Rekatame Media.

Pertiwi, W. K. (2019, May 2). Facebook Jadi Medsos Paling Digemari di Indonesia. *Kompas.Com*. Retrieved from https://tekno.kompas.com/read/2019/02/05/11080097/facebook-jadi-medsos-paling-digemari-di-indonesia?page=all

Rizki, R. (2018, July 17). Polri: Indonesia Tertinggi Kedua Kejahatan Siber di Dunia. *CNN Indonesia*. Retrieved from https://www.cnnindonesia.com/nasional/20180717140856-12-314780/polri-indonesia-tertinggi-kedua-kejahatan-siber-di-dunia

Severin, W. J., & Tankard, Jr, J. W. (2014). *Communication theories: Origins, Methods and Uses in The Mass Media* (Fifth edition). Harlow, United Kingdom Pearson.

Tjaya, T. H. (2004). *Humanisme dan Skolatisisme Sebuah Debat*. Yogyakarta: Kanisius.

Van Dijk, J. (2013). *The Culture of Conectivity: A Critical History of Social Media*. New York-US: Oxford University Press.