**Peran Etika dan Regulasi dalam Mengarahkan Kebijakan dan Praktik**

**Komunikasi Publik di Indonesia**

Linus Kali Palindangan, Suryo Dwi Putranto, Anggraeni Bella Nuroktaviani

*Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi dan Sekretari Tarakanita*

Dalam era informasi yang semakin berkembang pesat, komunikasi publik memainkan peran krusial dalam membentuk opini masyarakat dan mempengaruhi kebijakan publik. Etika dan regulasi berperan penting dalam mengarahkan kebijakan komunikasi publik di Indonesia. Keduanya membantu memastikan bahwa komunikasi publik berjalan dengan transparan, bertanggung jawab, dan sesuai dengan kepentingan publik.

Setiap institusi baik pemerintah maupun swasta membutuhkan interaksi dengan masyarakat dan para *stakeholder.* Interaksi tersebut perlu diwujudkan dalam bentuk komunikasi yang jelas dan efektif, agar masyarakat dan para pemangku kepentingan dapat mendapatkan informasi yang objektif, layak dan memenuhi kebutuhan mereka. Komunikasi yang objektif, layak dan memenuhi kebutuhan akan menjaga dan meningkatkan hubungan di antara para pihak yang terlibat. Salah satu sarana komunikasi yang dapat menjaga dan meningkatkan hubungan tersebut adalah media digital.

Media digital yang semakin canggih seperti saat ini telah membawa banyak perubahan dan kemudahan pada berbagai bidang kehidupan. Akses informasi yang luas, cepat, murah dan mudah yang berpengaruh langsung pada meningkatnya kesadaran dan partisipasi publik berkaitan dengan masalah-masalah penting di masyarakat, terbukanya ruang bagi publik memantau aktivitas baik swasta maupun pemerintah adalah sebagian kecil contoh nyata perubahan dan kemudahan yang dihadirkan media digital.

Di sisi lain, perkembangan media digital juga telah menghadirkan tuntutan, tantangan dan tanggung jawab. Media digital sebagai sarana komunikasi menjadi semakin rumit dan kompleks. Kerumitan dan kompleksitas komunikasi digital berkaitan dengan cara menyebarkan, menerima, menafsirkan dan memahami informasi dipengaruh oleh berbagai faktor, seperti teknologi, sosial, budaya dan hukum (Wan Li, 2024). Perkembangan media digital telah mempercepat aliran informasi, tetapi juga menimbulkan masalah baru seperti disinformasi, privasi data, dan kesenjangan digital. Permasalahan yang timbul tersebut membutuhkan solusi yang tepat. Salah satu bentuk solusi yang dapat ditawarkan adalah menyediakan pedoman dan panduan yang jelas dan tegas berupa etika dan regulasi.

Pembahasan tentang etika dan regulasi sebagai pedoman berarti berbicara pada tataran preskriptif. Dengan demikian tulisan ini hendak menjawab pertanyaan tentang bagaimanakah etika dan regulasi seharusnya mengarahkan kebijakan dan komunikasi publik di Indonesia? Adapun tujuan tulisan ini adalah membahas bagaimana seharusnya etika dan regulasi berperan mengarahkan kebijakan dan praktik komunikasi publik di Indonesia.

**Sekelumit tentang Etika dan Regulasi dalam Komunikasi**

Secara sederhana etika dalam tulisan ini diartikan sebagai ilmu yang mengkaji tentang baik buruknya perilaku manusia dan mengapa demikian. Etika dalam artian ini sama dengan filsafat moral. Dalam konteks komunikasi berarti ilmu yang mengkaji tentang baik buruknya perilaku komunikasi manusia dan mengapa demikian. Untuk melakukan kajian terhadap baik buruknya perilaku komunikasi manusia maka dibutuhkan prinsip-prinsip yang dapat dijadikan sebagai pedoman (Richter, 2016). Berikut ini adalah enam prinsip-prinsip etis dalam komunikasi.

Prinsip-prinsip etis komunikasi:

1. Prinsip sikap atau kehendak baik merupakan prinsip etis yang paling mendasar karena menjadi landasan bagi semua prinsip etis lainnya. Dalam semua teori etika, prinsip ini diandaikan karena realitas etis sendiri adalah manifestasi dari sikap dan kehendak untuk berbuat baik serta meminimalkan kejahatan (FitzPatrick, 2018). Di era media sosial dan keterbukaan informasi, sikap baik dalam komunikasi publik menuntut transparansi, integritas, dan tanggung jawab. Prinsip ini juga menuntut penghormatan terhadap lingkungan sosial, budaya, dan alam, sehingga komunikasi publik yang dilakukan mendukung keharmonisan dan keberlanjutan, bukan merusak atau memecah belah.

2. Prinsip tidak melakukan yang jahat (*non-maleficence*) merupakan dasar minimal dalam etika, yang menuntut setiap individu untuk menghindari perbuatan yang merugikan, merusak, atau jahat terhadap diri sendiri, orang lain atau lingkungan sekitar. Jika individu belum mampu memberikan kontribusi positif, setidaknya yang bersangkutan harus menghindari tindakan yang menimbulkan kerugian (Trevizo, 2023). Dalam konteks komunikasi publik, prinsip ini menjadi sangat relevan. Oleh karena itu, penting bagi semua pihak, terutama pemangku kebijakan dan komunikator publik, untuk senantiasa merefleksikan apakah keputusan dan pesan yang mereka sampaikan selaras dengan prinsip ini. Apabila terdapat situasi di mana tindakan tampak merugikan, karena memerlukan pengorbanan tertentu untuk kebaikan masyarakat, maka kebijakan yang diambil harus disertai dengan komunikasi yang jelas dan transparan.

3. Prinsip melakukan yang baik dan benar dalam komunikasi publik berfokus pada kewajiban untuk tidak hanya menghindari perbuatan yang salah, tetapi juga secara aktif bertindak baik dan benar (Wibisono, 2014). Dalam komunikasi publik di Indonesia, prinsip ini mendorong pemerintah, media, dan masyarakat untuk tidak hanya mempertimbangkan hasil akhir dari informasi yang disebarluaskan, tetapi juga proses pengambilan keputusannya agar tetap beretika dan memperhatikan kebenaran serta dampaknya terhadap masyarakat luas

4. Prinsip keadilan. Secara sederhana prinsip ini menuntut agar setiap individu mendapatkan hak-haknya dan diperlakukan tanpa memandang latar belakang atau status sosial. Secara garis besar keadilan dalam komunikasi juga mencakup keadilan distributif dan keadilan retributive. Keadilan distributive hendak menegaskan bahwa akses terhadap informasi dan media harus dibagi secara adil, tidak memihak, dan tidak membedakan siapa yang dapat berbicara atau mendengarkan (Amin dkk., 2023). Sementara keadilan retributif mengharuskan pihak-pihak yang terlibat untuk bertanggung jawab atas tindakan atau ucapanya. Jika terdapat informasi yang salah atau manipulatif, maka harus ada sanksi atau koreksi yang seimbang dengan dampak yang ditimbulkan. Prinsip keadilan juga mendorong komunikator untuk mempertimbangkan hak dan kewajiban dari semua pihak yang terlibat. Tidak hanya hak untuk mendapatkan informasi yang benar dan adil, tetapi juga kewajiban untuk menyampaikan informasi dengan penuh tanggung jawab, transparan, dan jujur.

5. Prinsip otonomi dalam konteks komunikasi publik menekankan pentingnya kebebasan individu atau pihak yang membuat keputusan tanpa adanya tekanan atau paksaan dari luar. Itu berarti bahwa komunikator—baik pemerintah, media, atau tokoh masyarakat—harus memiliki kebebasan untuk menyampaikan informasi yang benar dan tepat (Cathra dkk., 2020). Pentingnya otonomi ini berkaitan erat dengan kualitas keputusan dan pesan yang disampaikan. Jika komunikator dapat bertindak secara bebas, tanpa tekanan politik, sosial, atau ekonomi, maka pesan yang disampaikan akan lebih transparan, jujur, dan bertanggung jawab. Di Indonesia, prinsip otonomi ini sering kali diuji dalam kasus-kasus di mana kebebasan pers atau kebebasan berekspresi dibatasi oleh tekanan eksternal, baik dari pihak pemerintah, kelompok kepentingan, maupun korporasi besar.

6. Prinsip integritas sangat relevan dalam konteks komunikasi publik di Indonesia. Integritas dalam komunikasi publik berarti bahwa para komunikator—baik itu pejabat publik, tokoh masyarakat, atau pemimpin media—harus memastikan bahwa apa yang disampaikan sesuai dengan apa yang dilakukan. Dalam praktiknya, integritas memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada masyarakat adalah akurat, dapat dipercaya, dan tidak dimanipulasi untuk kepentingan pribadi atau kelompok tertentu (Sangaji dan Triono, 2023). Dalam konteks komunikasi publik, sikap yang konsisten terhadap integritas dapat membentuk budaya komunikasi yang lebih bertanggung jawab dan transparan di Indonesia, mewariskan etika komunikasi yang baik bagi generasi penerus.

**Regulasi dalam Komunikasi**

Secara sederhana regulasi dalam tulisan ini diartikan sebagai serangkaian norma yang dibuat oleh badan yang berwenang untuk mengatur aktivitas komunikasi. Regulasi bisa berupa undang-undang, peraturan, atau kebijakan yang dirancang untuk mengendalikan tindakan individu, organisasi, atau perusahaan dalam rangka melindungi hak-hak masyarakat, menjaga stabilitas ekonomi, lingkungan, serta menghindari dampak negatif dari aktivitas komunikasi (Wiryanto, 2019).

Secara garis besar regulasi dalam komunikasi memiliki beberapa fungsi:

1. Sarana pengendali dalam komunikasi. Regulasi dalam komunikasi publik berperan sebagai alat pengendali yang memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada masyarakat berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip etika, hukum, dan kebaikan bersama. Regulasi sebagai pengendali, tampak dalam dua aspek yakni dalam penyebaran informasi dan dalam pertanggungjawaban komunikator.

2. Menjaga kualitas informasi. Salah satu tujuan utama regulasi dalam komunikasi adalah menjaga kualitas informasi yang beredar di masyarakat. Regulasi dari KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) misalnya berperan penting mengawasi kualitas siaran media massa, memastikan agar tidak ada konten yang menyesatkan, bersifat provokatif, atau tidak sesuai dengan etika publik.

3. Melindungi hak publik. Regulasi dalam komunikasi juga berperan dalam melindungi hak publik untuk mendapatkan informasi yang akurat, relevan, serta bebas dari manipulasi. Dengan adanya, regulasi, masyarakat berhak untuk mengetahui kebijakan, anggaran, dan keputusan yang dibuat oleh pemerintah, sehingga tercipta akuntabilitas yang lebih besar dalam komunikasi publik.

**Interaksi antara aspek etis dan regulasi dalam praktik komunikasi**

Aspek etis dan regulasi sering berinteraksi menciptakan lingkungan komunikasi yang bertanggung jawab (Steneck, 2006). Terdapat setidaknya dua interaksi antara etika dan regulasi tampak dalam bentuk:

a. Regulasi sebagai penegakan prinsip etis.

Regulasi dibentuk dengan tujuan memastikan bahwa prinsip-prinsip etis dipatuhi oleh pelaku komunikasi. Misalnya, regulasi yang melarang penyebaran informasi palsu atau menyesatkan bertujuan untuk menegakkan prinsip sikap baik. Dengan demikian, regulasi menjadi alat untuk menegakkan standar etis di masyarakat yang lebih luas. Sebagai contoh UU ITE melarang penyebaran berita palsu dan ujaran kebencian mencerminkan penerapan prinsip tidak melakukan yang jahat.

b. Etika sebagai Panduan untuk Regulasi.

Sebaliknya, etika juga dapat berperan sebagai panduan dalam merancang regulasi. Prinsip-prinsip etis yang diterima secara umum, seperti keadilan dan kebebasan berekspresi, dan prinsip otonomi dapat menjadi landasan dalam merumuskan regulasi komunikasi publik. Regulasi yang berbasis etika bertujuan untuk menciptakan keseimbangan antara kebebasan berkomunikasi dan perlindungan hak-hak publik.

**Beberapa pengalaman yang diperoleh sehubungan dengan praktik etika dan regulasi komunikasi di Indonesia.**

Dalam praktik komunikasi publik di Indonesia tampak bahwa etika dan regulasi memiliki beberapa kelemahan dan patut diatasi:

1. Terdapat kesenjangan dan keterbatasan. Meskipun etika dan regulasi berkolaborasi untuk menciptakan praktik komunikasi yang bertanggung jawab, kadang-kadang ada kesenjangan di antara keduanya. Regulasi tidak selalu mencakup semua aspek etika: Beberapa prinsip etis bersifat subyektif dan tidak mudah diukur atau diterapkan secara hukum (Yanuar & Kittley, 2016). Munculnya banyak konten kreator di media digital, termasuk didalamnya bidang jurnalisme. Banyak konten kreator yang seolah diri mereka layaknya jurnalis karena mereka memiliki ruang dan praktik yang serupa dengan jurnalis yang profesional.
2. Etika kadang melampaui regulasi. Ada situasi di mana sesuatu yang legal belum tentu etis. Misalnya, sebuah kampanye iklan mungkin memenuhi semua peraturan iklan yang berlaku, namun secara etis dapat menyinggung komunitas tertentu. Seperti dalam kasus pelanggaran etika iklan Holywings di Instagram. Iklan yang muncul pada tahun 2022 lalu menjadi ramai karena menggunakan nama “Muhammad” dan “Maria” untuk mempromosikan minuman keras gratis untuk menarik pengunjung. Holywings melakukan pelanggaran etika yang signifikan dengan menggunakan simbol agama secara tidak tepat (Azzuhriyah, 2023).
3. Tantangan dalam penerapan prinsip etis dan regulasi. Penerapan prinsip etis dan regulasi dalam komunikasi publik di Indonesia sangat kompleks, terutama terkait dengan dinamika, keragaman masyarakat serta perkembangan teknologi komunikasi dan *artificial intelligence* (AI). Berikut adalah beberapa tantangan utama:
4. Penyebaran hoaks dan disinformasi. Salah satu tantangan terbesar dalam komunikasi publik di Indonesia adalah penyebaran hoaks, disinformasi, dan informasi yang menyesatkan. Dengan maraknya media sosial dan platform digital, berita palsu dapat dengan cepat menyebar, terutama di kalangan masyarakat yang mungkin kurang memiliki literasi digital. Hal ini menantang penerapan prinsip-prinsip etis secara serius dan konsisten
5. Ketidakjelasan dan kesenjangan regulasi. Regulasi yang mengatur komunikasi publik di Indonesia, seperti UU ITE, terkadang tidak jelas dan rentan untuk diinterpretasikan secara subjektif.
6. Kepentingan politik dan kekuasaan. Komunikasi publik sering dipengaruhi oleh agenda politik atau kepentingan kekuasaan tertentu.
7. Kurangnya transparansi dan akuntabilitas. Dalam komunikasi publik, kurangnya transparansi mengenai kebijakan atau keputusan penting seringkali menjadi masalah.
8. Penggunaan algoritma dan data pribadi. Perkembangan teknologi digital, seperti penggunaan algoritma dalam media sosial atau kampanye berbasis data pribadi, menimbulkan tantangan etis baru.

**Studi Kasus dan Analisinya**

Di Indonesia, regulasi yang menjadi pengendali utama dalam komunikasi publik mencakup:

1. Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE): Mengatur penyebaran informasi melalui media elektronik, termasuk media sosial. UU ini berfokus pada mencegah penyebaran informasi yang bersifat hoaks, penghinaan, atau ujaran kebencian.
2. Undang-Undang Pers: Mengatur kebebasan pers sekaligus memastikan bahwa media bertanggung jawab dalam menyampaikan informasi yang akurat dan tidak bias.
3. Undang-Undang Penyiaran: Mengatur siaran televisi dan radio untuk memastikan bahwa konten yang disampaikan mendukung kebaikan publik dan tidak melanggar norma hukum dan etika.

Sinkronisasi antara berbagai undang-undang yang mengatur komunikasi publik di Indonesia, seperti UU ITE, UU Pers, dan UU Penyiaran, menjadi isu penting dalam menjaga tata kelola yang efektif (Abdullah & Santoso, 2019). Namun, dalam praktiknya, terdapat beberapa tantangan yang menunjukkan bahwa regulasi ini belum sepenuhnya sinkron.

1. Perbedaan fokus. UU ITE lebih menekankan pada penyebaran informasi melalui media digital dan transaksi elektronik, terutama mencegah hoaks, ujaran kebencian, serta penghinaan. UU Pers berfokus pada kebebasan pers dan tanggung jawab jurnalis untuk menyampaikan informasi yang benar, serta melindungi hak publik untuk mendapatkan berita yang akurat. UU Penyiaran lebih mengatur penyebaran informasi melalui televisi dan radio, memastikan konten yang disiarkan sesuai dengan norma hukum, etika, dan kepentingan publik.
2. Tumpang tindih regulasi. Pasal-pasal UU ITE kadang digunakan untuk menjerat individu dalam kasus pencemaran nama baik atau ujaran kebencian, meskipun isu tersebut seharusnya bisa diatur melalui mekanisme UU Pers bagi media yang resmi. Ketika suatu media online dianggap melanggar UU Pers, pihak terkait juga bisa terkena sanksi berdasarkan UU ITE. Hal ini menimbulkan tumpang tindih yang membingungkan dan kurang jelas pemisahan yurisdiksinya.
3. Penegakan hukum yang inkonsisten. Penegakan hukum yang berbeda-beda untuk kasus yang serupa di bawah regulasi yang berbeda membuat UU-UU ini tampak tidak sinkron.

Untuk mencapai sinkronisasi yang lebih baik, beberapa langkah perlu dilakukan:

1. Harmonisasi regulasi. Memastikan bahwa pembaruan undang-undang terkait komunikasi publik dilakukan dengan memperhatikan kaitannya satu sama lain.
2. Penyederhanaan prosedur penegakan. Membuat prosedur hukum yang lebih jelas dan tidak tumpang tindih, sehingga penegakan hukum dapat berjalan secara konsisten di bawah regulasi yang tepat.
3. Sinkronisasi dan harmonisasi regulasi komunikasi perlu mendapatkan panduan etis Sinkronisasi yang baik tidak hanya memastikan regulasi berjalan efektif, tetapi juga selaras dengan prinsip-prinsip etika komunikasi. Dengan kata lain, tanpa landasan etis yang kuat, regulasi yang tumpang tindih atau kurang sinkron berisiko menyebabkan pelanggaran moral dan sosial yang lebih luas.
4. Kolaborasi antar-badan pengawas: Badan-badan pengawas seperti Komisi Penyiaran Indonesia (KPI), Dewan Pers, dan pihak yang terkait dengan UU ITE perlu bekerja sama untuk menciptakan pedoman yang terpadu

**Kesimpulan dan rekomendasi**

Interaksi antara aspek etis dan regulasi dalam praktik komunikasi publik merupakan kunci untuk menciptakan komunikasi yang transparan, bertanggung jawab, dan berimbang. Regulasi berfungsi untuk menegakkan standar etika yang mendasar, sedangkan etika menyediakan panduan yang membantu menjaga tanggung jawab dalam komunikasi di luar kerangka hukum yang ketat. Oleh karena itu kolaborasi yang efektif antara keduanya sangatlah penting dilakukan secara terus menerus untuk menjamin dan memastikan bahwa komunikasi publik terus berfungsi sebagai alat yang adil dan berfungsi untuk kepentingan masyarakat luas.

Berikut adalah beberapa bentuk kolaborasi antara etika dan regulasi demi menjamin dan memastikan agar komunikasi publik dapat terus berfungsi secara sehat.

1. Pembaruan dan sinkronisasi regulasi yang dinamis: Seiring perkembangan teknologi, seperti penggunaan media sosial dan kecerdasan buatan (AI), regulasi harus selalu disesuaikan untuk menjawab tantangan etis baru yang muncul. Ini termasuk regulasi yang memadai untuk mengatasi *deepfakes*, disinformasi otomatis, dan iklan yang berbasis AI.
2. Pendidikan etika melalui pengajaran prinsip-prinsip dasar etika kepada komunikator dan pemangku kepentingan media untuk membangun kesadaran etis. Kesadaran ini akan memastikan bahwa pelaku komunikasi tidak hanya mematuhi regulasi, tetapi juga berkomitmen pada standar etis.
3. Pengawasan kolaboratif: Otoritas regulasi, seperti Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) atau lembaga yang mengawasi konten media sosial, dapat bekerja sama dengan badan etis, seperti organisasi profesi jurnalis, untuk memantau dan menegakkan standar etika.

**Daftar Pustaka**

Abdullah, R., & Santoso, I. (2019). Harmonizing Media Regulations in the Digital Age: The Case of Indonesia’s ITE Law and Broadcasting Act. *Journal of Media and Communication, 14(4),* *DOI:* [*https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1566754*](https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1566754)

Amin, Afriadi. (2023). Penatagunaan Dan Kegunaan: Prinsip-Prinsip Kebijakan Untuk Transparansi Berbasis Informasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi Network Media*. https://doi.org/10.46576/jnm.v6i1.3015

Azzuhriyah, M. (2023). Pelanggaran Etika Iklan Holywings Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora, Vol.1, No.3 Agustus 2023.*

Chatra, Emeraldy. (2020). Dinamika Komunikasi Kontraktor - Publik: Kajian Fenomenologi Komunikasi Dalam Pelaksanaan Proyek Infrastruktur Di Sumatera Barat. *Jurnal Ranah Komunikasi. https://doi.org/10.25077/rk.3.2.90-101.2019*

Carroll, A. B., & Shabana, K. M. (2010). The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice*. International Journal of Management Reviews, 12(1).*

Johnson, R. E. (2010). The Interrelationship Between Law and Ethics in the Regulatory Context, *Regulation & Governance, 4(3), DOI: https://doi.org/10.1111/j.1748-5991.2010.01080.x*

Li, Wan. (2024). 2. Cultural Communication in the Digital Media Environment. Highlights in art and design, doi: 10.54097/x83ery90

Monika, Richter. (2016). 1. Human Communication Principles And Contexts. Crane, A., & Matten, D. (2004). Ethics, Law, and Business: Perspectives on the Relationship*. Journal of Business Ethics, 54(4), DOI: https://doi.org/10.1007/s10551-004-1824-2*

Dolores, Trevizo. (2023). 3. Communication Ethics. DOI: *https://doi.org/10.1007/978-3-031-28971-2\_12*

Sangaji, R. and Triono, T. (2023).Implementasi Kepemimpinan Profetik Dalam Memecahkan Masalah Sosial Di Indonesia: Study Literatur Profetik Leadership. *Journal of Society Bridge, 1(2), 7-13. https://doi.org/10.59012/jsb.v1i2.9*

Smith, A. D., & Johnson, K. L. (2015). Corporate Governance, Ethics, and Regulation: A Synergy for Sustainable Development*. Journal of Corporate Law Studies, 15(3), DOI: https://doi.org/10.1080/14735970.2015.1085056*

Steneck, N. H. (2006). Ethics and Law: Guiding the Responsible Practice of Research. *Science and Engineering Ethics, 12(1), DOI: https://doi.org/10.1007/s11948-006-0003-8*

Wiryanto, S. (2018). The Regulation of Broadcasting in Indonesia: Challenges and Opportunities. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 62(1), DOI: https://doi.org/10.1080/08838151.2018.1432524*

*Wibisono, A. G. (2014).* REVITALISASI PRINSIP-PRINSIP GOOD GOVERNANCE DALAM RANGKA PENYELENGGARAAN PEMERINTAHAN YANG BAIK, BERSIH, DAN BEBAS KORUPSI, KOLUSI, SERTA NEPOTISME. *LAW REFORM, 10(1), 31-47. https://doi.org/10.14710/jati.%v.%i.1-10*

Wibowo, Y. S. (2020). Press Freedom in the Digital Era: The Impact of Overlapping Legal Frameworks in Indonesia. *Asia Pacific Media Educator, 30(1), DOI: https://doi.org/10.1177/1326365X20912539*

William, J., FitzPatrick. (2018). 2. Representing ethical reality: a guide for worldly non-naturalists. Canadian Journal of Philosophy, doi: 10.1080/00455091.2018.1432396

Yanuar Nugroho, D., & Kitley, P. (2016). Legal Conflicts Between the Press Law and the Information Technology Law in Indonesia*. Journal of Media Law, 8(3), DOI: https://doi.org/10.1080/17577632.2016.1234567*

**Biografi Penulis**

**Linus Kali Palindangan** adalah pengajar matakuliah Psikologi Komunikasi, Pengembangan Kepribadian dan Logika di Program Studi Ilmu Komunikasi. Bidang yang ditekuni adalah Filsafat dan Psikologi bidang konsentrasi Psikologi Industri dan Organisasi. Selain mengajar, ia juga aktif sebagai peneliti. Beberapa hasil penelitiannya telah dipublikasikan di majalah, seminar, dan jurnal baik nasional maupun internasional. Kontak:kalipalindanganlinus@gmail.com

**Suryo Dwi Putranto** dilahirkan di Jakarta pada 22 Mei 1983. Pendidikannya sejak SD hingga SMA berada di Jakarta. Kemudian mengambil gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta pada tahun 2001 dan melanjutkan studi pascasarjana di Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta lulus tahun 2019. Berkarir dalam dunia professional di bidang broadcasting sejak tahun 2006 seperti di Production House dan beberapa televisi nasional seperti tvOne, RTV, ANTV, dan Beritasatu TV hingga tahun 2022. Ia mulai mengajar pada tahun 2014 di Prodi Ilmu Komunikasi Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Tarakanita, Universitas Kristen Indonesia, dan Universitas Paramadina. Selain menjadi dosen, ia juga masih aktif mengelola agensi konten kreator dan menjadi pemimpin redaksi di sebuah portal online. Email: [suryo.dwiputranto@gmail.com](mailto:suryo.dwiputranto@gmail.com)

**Anggraeni Bella Nuroktaviani** adalah mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi dan Sekretari Tarakanita yang memiliki minat besar dalam bidang komunikasi. Selain aktif dalam bidang akademik, iajuga aktif di organisasi sebagai Ketua UKM Radio Starki yang bertanggung jawab mengelola program siaran dan konten kreatif menarik.