

Masa Depan Komunikasi Publik

Di era digital, komunikasi publik mengalami perubahan besar. Media sosial, kecerdasan artifisial, dan derasnya arus informasi menciptakan tantangan baru sekaligus peluang yang tak terbatas. Bagaimana kita menavigasi tantangan ini? Bagaimana komunikasi dapat tetap bermakna di tengah distraksi dan misinformasi?

Masa Depan Komunikasi Publik: Peluang dan Tantangan mengupas beragam aspek komunikasi publik melalui empat puluh lima artikel yang ditulis oleh akademisi dari berbagai universitas. Buku ini membahas bagaimana komunikasi beradaptasi dengan teknologi, strategi menghadapi tantangan misinformasi, serta peran etika dalam membangun komunikasi yang bertanggung jawab. Dengan pendekatan yang berbasis penelitian dan pengalaman nyata, buku ini menawarkan wawasan tentang bagaimana komunikasi dapat digunakan untuk membangun kepercayaan, memengaruhi opini publik, dan menciptakan dampak yang lebih luas.

Sebagai bagian dari Konferensi Nasional Komunikasi Humanis (KNKH) ke-7, buku ini menjadi referensi penting bagi mahasiswa, akademisi, praktisi komunikasi, jurnalis, dan siapa saja yang ingin memahami dinamika komunikasi di masa depan. Disusun dengan pendekatan yang lugas dan relevan, *Masa Depan Komunikasi Publik: Peluang dan Tantangan* tidak hanya memberikan teori, tetapi juga solusi nyata dalam menghadapi tantangan komunikasi di era modern. Buku ini adalah panduan bagi mereka yang ingin memahami, menavigasi, dan memanfaatkan komunikasi publik secara efektif di era yang terus berubah.



Penerbit Gramedia Pustaka Utama
Kompas Gramedia Building
Blok I, Lt. 5
Jl. Palmerah Barat 29-37
Jakarta 10270
www.gpu.id @bukugpu @bincangbukugpu



Masa Depan Komunikasi Publik

GREGORIUS GENEP SUKENDRO | SISCA AULIA | WULAN PURNAMA SARI



Masa Depan Komunikasi Publik

Peluang dan Tantangan

Editor:

GREGORIUS GENEP SUKENDRO
SISCA AULIA
WULAN PURNAMA SARI



MASA DEPAN
KOMUNIKASI PUBLIK
Peluang dan Tantangan

Sanksi Pelanggaran Pasal 113
Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014
tentang Hak Cipta

- (1) Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf i untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000,00 (seratus juta rupiah).
- (2) Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin pencipta atau pemegang hak cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
- (3) Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin pencipta atau pemegang hak melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g, untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
- (4) Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

MASA DEPAN KOMUNIKASI PUBLIK

Peluang dan Tantangan

Editor:

Gregorius Genep Sukendro

Sisca Aulia

Wulan Purnama Sari



Penerbit Gramedia Pustaka Utama, Jakarta



KOMPAS GRAMEDIA

Masa Depan Komunikasi Publik

Editor: Gregorius Genep Sukendro, Sisca Aulia, Wulan Purnama Sari

GM 625222016

© Penerbit Gramedia Pustaka Utama
Gedung Kompas Gramedia Blok I, Lt. 5
Jl. Palmerah Barat 29–37, Jakarta 10270

Perwajahan sampul: Isran Febrianto
Perwajahan isi: Fajarianto

Diterbitkan pertama kali oleh
Penerbit Gramedia Pustaka Utama
anggota IKAPI, Jakarta, 2025

www.gpu.id

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang.
Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian
atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

ISBN: 978-602-06-8219-8

ISBN: 978-602-06-8220-4 (PDF)

Dicetak oleh Percetakan PT Gramedia, Jakarta

Isi di luar tanggung jawab Percetakan

Penerbit **Gramedia Pustaka Utama** mendukung perlindungan atas hak cipta. Terima kasih kepada Anda, pembaca setia, yang selalu membeli dan membaca buku asli, bukan buku bajakan, serta tidak memperbanyak dan menyebarkan sebagian atau seluruh isi buku tanpa izin. Dengan melakukannya, Anda telah mendukung para penulis dan membantu penerbit terus menghasilkan karya-karya bermutu bagi segenap lapisan masyarakat.

Daftar Isi

Prolog	
Ketua Panitia KNKH 2024	xi
INOVASI DAN KOMUNIKASI PUBLIK	1
Menakar Kembali Jurnalisme Publik	3
<i>Moehammad Gafar Yoedtadi, Yugih Setyanto, Ahmad Junaidi, Lusia Savitri Setyo Utami, Dyah Ayu Candraningrum</i>	
Perilaku Belanja Impulsif Melalui <i>Live Streaming Tiktok Shop</i> Pada Kalangan Generasi Z	13
<i>Keisya Azzahra, Nabila Putri, Nurul Rahmadani Syahputri, Cici Eka Iswahyuningtyas</i>	
Pengaruh Fungsional Konten Hijrah Komunitas Remaja Masjid terhadap Pesan Dakwah di Media Sosial di Provinsi Riau	25
<i>Yudi Daherman</i>	
<i>Hyperpersonal Communication</i> dalam <i>Cyber-Romantic Relationship</i> di Aplikasi Kencan Online	36
<i>Sari Monik Agustin, Nurul Robbi Sepang</i>	
Analisis Semiotika Kepercayaan Diri dalam <i>Template Video “Jedag-Jedug” (JJ) CapCut</i>	46
<i>Asyifa Shanon Aulia, Happy Wulandari</i>	

Bruno Mars: Analisis Topik Publik Virtual	56
<i>Sinta Paramita, Agustina Kahumako</i>	
Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran untuk Mempertahankan Minat Belanja di Pusat Perbelanjaan Cipulir pada Toko Maju Jaya Sport Pascapandemi	63
<i>Yoyoh Hereyah, Syakira Septiana</i>	
Representasi Ruang dalam Pidato Presiden: Analisis Komunikasi Publik dalam Perspektif Henri Lefebvre	71
<i>Doddy Salman</i>	
Media Sosial Simbol Keterbukaan atau Pencitraan Pejabat Publik?	80
<i>Yugih Setyanto, Muhamad Bilal Alghifar</i>	
Dari Gatekeeper Menjadi Gatewatcher	86
<i>Mohammad Gafar Yoedtadi, Doddy Salman, Gufroni Sakaril</i>	
ETIKA DAN REGULASI	101
Tanggung Jawab Sosial Pers dan Kepatuhan Media Siber	103
<i>Roswita Oktavianti</i>	
Representasi Visual Calon Legislatif di Ruang Publik (Studi Visual Analisis Baliho Pemilu 2024)	117
<i>Suzy Azeharie</i>	
Visualisasi Umpatan: Poster sebagai Cara Unik Suporter Sepakbola Mengakali Etika Komunikasi Publik	137
<i>Faridhian Anshari, Alifian Adrian Marangga, Vikas Candra Purnama</i>	
Komunikasi Publik: antara Kekuasaan, Leviatan, dan Kesusatan	148
<i>Nigar Pandrianto</i>	

Peran Etika dan Regulasi dalam Mengarahkan Kebijakan dan Praktik Komunikasi Publik di Indonesia	156
<i>Linus Kali Palindangan, Suryo Dwi Putranto, Anggraeni Bella Nuroktaviani</i>	
Hubungan Etika dengan Algoritma: Bagaimana Moralitas Membentuk Permainan Informasi dalam Media Sosial	170
<i>Benedicta Karen Jasmine Widayat, Riki Arya Putera Arkananta, Yeremia Putra Pratama, Agustinus Rustanta</i>	
Profesi Jurnalis Terancam, Saatnya Lebih Berpihak Pada Kepentingan Publik	183
<i>Farid Rusdi</i>	
Ironi Kasus Pulau Rempang: Perspektif Komunikasi Publik	191
<i>Sri Herwindya Baskara Wijaya, Eka Nada Shofa Alkhajar</i>	
KOMUNIKASI ANTARBUDAYA, KONTEKS GLOBAL	203
Apa Kata Generasi Z tentang Konflik? (Analisis Persepsi Potensi Konflik Laten di Kalimantan Barat)	205
<i>Wulan Purnama Sari, Suzy Azeharie</i>	
Analisis Semiotika Pesan Moral: Hubungan Interpersonal dalam Lingkup Sosial Film Budi Pekerti	214
<i>Regi Nabawi, Imam Nuraryo, Siti Meisyaroh</i>	
Proses Adaptasi Budaya Mahasiswa Papua di Lingkungan Universitas Pancasila	223
<i>Apwina Shintia Kapisa, Ira Damayanti Daulay, Daffa Adhimas Putra, Muhamad Ryan Dwi.N, Cici Eka Iswahyuningtyas</i>	
Perbandingan Pemaknaan Remaja Laki-Laki dan Perempuan Mengenai Feminisme dalam Film Barbie (2023)	236
<i>Aulia Nadya Prameswari, Tenia Vina Safira, Dhiya Rizki Meylinda, Rana Hanifah Dhiya Ulhaq, Cici Eka Iswahyuningtyas</i>	

Akomodasi Komunikasi Antarbudaya pada Mahasiswa Indonesia di Jepang	245
<i>Ilham Alfarezah, Dewi Sad Tanti, Siti Syafnah</i>	
Proyek OBOR: Jembatan Komunikasi Antarbudaya Indonesia dan China di Era Global	255
<i>Hydriana Ananta Win, Maria Francisca Lies Ambarwati</i>	
INFLUENCER DAN MEDIA POPULER	265
Influencer sebagai Kawan dalam Komunikasi Publik?	267
<i>Gabriella Novianty Soedjarwo, Regina Fransiska Simanungsong</i>	
Influencer Menjadi Corong Komunikasi Publik	278
<i>Sisca Aulia</i>	
Dari Layar ke Hati: Bagaimana Influencer Mengubah Cara Kita Berpikir dan Bertindak	285
<i>Ulfah Rosyidah</i>	
Menggandeng Influencer: Analisis Strategi Komunikasi Publik Pemerintah dalam Pembangunan Ibu Kota Nusantara	295
<i>Ahmad Junaidi</i>	
Mencerna Budaya Influencer: Penggunaan Narasi Kerentanan dalam Komunikasi Publik	307
<i>Riris Loisa</i>	
Social Media Influencers, the Good and the Bad	313
<i>Diah Ayu Candraningrum, Nurly Meilinda</i>	
Riuh Pemengaruh Jadi Buruh Komunikasi Publik yang Gaduh	324
<i>Lydia Irena, Ananias Reszki</i>	
Opini Penonton Konser Musik	333
<i>Sinta Paramita, Agustina Kahumako, Sherly Retnosari, Dora Inez Ivana, Mommi Renati.</i>	

Media Sosial, Ruang Gema dan Polarisasi Opini Publik <i>Septia Winduwati</i>	341
Menggali Maskulinitas Ideal Dewasa Muda: Studi Kasus Catatan Si Boy (1987) dan (2023) <i>Cheryl Pricilla Bensa</i>	352
KOMUNIKASI KESEHATAN DAN PENDIDIKAN PUBLIK	363
Peran Komunikasi Kesehatan Puskesmas Danau Indah dalam Mengatasi Stunting Kepada Ibu & Anak <i>Grace Anika, Agustinus Rustanta</i>	365
Pemaknaan Remaja tentang <i>Toxic Relationship</i> dalam Film Layangan Putus Karya Benni Setiawan <i>Farrell Riskia P. S., Fauzi Dwi K., Hairul Imam,</i> <i>Aulya Muhammad R. Q., Cici Eka Iswahyuningtyas</i>	377
Referensi Politik Remaja di Pemilu 2024 <i>Khoirunnisa Rohman, Fatmawati Moekaha</i>	392
Inkonsistensi Informasi Komunikasi Publik pada Program Makan Siang Gratis Prabowo-Gibran <i>Rose Emmaria Tarigan</i>	401
Gejolak Interaksi dan Hubungan dalam Keluarga Pasien Gagal Ginjal Kronis pada Kajian Komunikasi Kesehatan <i>Azizun Kurnia Illahi, Dewanto Putra Fajar</i>	410
FOMO Kpopers pada Boneka Labubu Lisa Blackpink <i>Ingrid Brigita Vinsensa Hutapea,</i> <i>Beatrice Oktaviana Situmorang, Agustinus Rustanta</i>	420
Strategi <i>Community Relations</i> PT Indocement Tunggal Prakarsa, Tbk. Demi Mewujudkan Tata Kelola Lingkungan dan Sosial Yang Berkelanjutan <i>Silva Shehan Ardiansyah, Mochammad Kresna Noer,</i> <i>Lia Damayanti, Siti Aisyah</i>	430

Diaspora Aktivis 98 Dalam Pemilihan Presiden 2024 <i>Kurnia Setiawan, Ninawati</i>	440
Kesehatan Manusia Terdidik di Lintasan Teknologi Komunikasi <i>Gregorius Genep Sukendro, Nigar Pandrianto, Yugih Setyanto</i>	449

Prolog

“Saya merasa, kita harus menulis dan membaca bukan hanya demi ilmu pengetahuan, tapi untuk mengubah kehidupan.”

Buku adalah cermin jiwa. Kalimat ini dilontarkan Virginia Woolf, novelis Inggris yang dianggap sebagai penulis besar abad ke-20. Jika buku tersebut adalah kumpulan tulisan banyak penulis (antologi), tentu banyak pula jiwa yang termaktub di dalamnya.

Empat puluh lima artikel dalam *Komunikasi Publik: Peluang dan Tantangan* ini memuat berbagai perspektif komunikasi publik. Dengan membaca artikel-artikel ini, kita memahami bahwa proses penyampaian pesan, informasi, dan ide dari satu individu atau kelompok kepada khalayak luas melalui media yang dapat diakses secara umum memuat peluang sekaligus tantangan. Kondisi tersebut makin rumit dengan hadirnya kecerdasan artifisial dan riuhnya media sosial.

Buku yang merupakan buah Konferensi Nasional Komunikasi Humanis (KNKH) ke-7 ini diharapkan mampu memberikan secercah jawaban atas tantangan dan peluang yang saling berkelindan tersebut. Meminjam apa yang disampaikan Ali Syariati, kami berharap buku ini tak hanya menjadi kumpulan kata dan rangkaian fakta, tetapi juga menjadi upaya konkret untuk membuat kehidupan jadi lebih baik.

Doddy Salman

Ketua Panitia KNKH 2024

Hubungan Etika dengan Algoritma: Bagaimana Moralitas Membentuk Permainan Informasi dalam Media Sosial

Benedicta Karen Jasmine Widayat¹,
Riki Arya Putera Arkananta²,
Yeremia Putra Pratama³, Agustinus Rustanta⁴
1,2,3 Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi dan Sekretari Tarakanita

Komunikasi publik sebagai salah satu aspek fundamental dalam interaksi sosial dan pengambilan keputusan telah mengalami perubahan signifikan seiring dengan kemajuan teknologi. Hal ini karena perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi digital, seperti media sosial dan platform komunikasi online, telah mengubah cara informasi disebarluaskan dan diterima oleh masyarakat. Fenomena ini menciptakan dinamika baru dalam etika dan regulasi komunikasi yang menuntut pemahaman mendalam tentang bagaimana prinsip-prinsip etika diterapkan pada era digital tersebut.

Pertumbuhan teknologi informasi dan komunikasi mulai terspor pada akhir 1980-an hingga 1990-an (Wiryaning et al., 2022). Saat itu Internet mulai digunakan untuk komunikasi terbatas seperti e-mail dan forum online, tetapi belum bermakna seperti media sosial saat ini.

perkembangan ini menjadi fondasi awal bagaimana manusia berkomunikasi secara digital dalam skala yang lebih luas. Dari 1997 hingga 2003, media sosial mulai muncul dengan platform seperti Six Degrees (1997) yang memperkenalkan jejaring sosial, di mana pengguna bisa membuat profil dan terhubung dengan orang lain (Briggs, 2006).

Lalu, Friendster (2002) dan MySpace (2003) hadir, memungkinkan pengguna berbagi konten dan membentuk komunitas online. Namun, saat itu media sosial masih fokus pada interaksi pribadi, bukan komunikasi publik. Dengan kemunculan Facebook (2004), YouTube (2005), dan Twitter (2006), media sosial menjadi lebih interaktif. Facebook memfasilitasi komunikasi pribadi dan publik, YouTube memungkinkan penyebaran video ke audiens global, dan Twitter yang berganti menjadi X memperkenalkan komunikasi cepat dengan pesan singkat yang bisa diakses umum. Pada periode ini, media sosial mulai dilihat sebagai alat komunikasi publik yang penting.

Pada 2010, Instagram hadir sebagai platform berbagi tulisan, foto, dan video, memungkinkan pengguna berbagi momen secara visual dan terhubung dengan audiens global. Pada era ini, media sosial berkembang cepat sebagai alat utama komunikasi publik, memungkinkan penyebaran pesan yang luas dan interaksi langsung antara perantara pesan (individu, perusahaan, dan pemerintah) dengan audiens.

Media sosial menjadi kekuatan yang sangat memengaruhi komunikasi publik di Indonesia, dengan jumlah pengguna melampaui 200 juta orang pada 2023. Hal ini mendorong peningkatan konsumsi berita digital dan memberikan peluang bagi individu untuk membuat konten serta berkomunikasi dengan audiens yang lebih luas (Suci & Gunawibawa, 2020). Namun, di balik manfaat tersebut, muncul risiko signifikan, seperti masalah privasi, keamanan, dan penyebaran informasi yang tidak akurat.

Untuk menjaga etika komunikasi di ruang publik, penting adanya pengawasan dan regulasi (Mustofa, 2019). Salah satu aspek penting

dalam konteks ini adalah penggunaan algoritma pada platform media sosial (Hasbiyati *et al.*, 2022; Indriyani *et al.*, 2023). Algoritma ini menentukan konten yang dilihat oleh pengguna, membentuk cara individu berinteraksi dengan konten yang dilihat oleh publik. Munculnya fenomena *filter bubble* dan *echo chamber* menyebabkan individu terpapar hanya pada informasi yang sesuai dengan pandangan mereka, berpotensi menimbulkan bias.

Di era digital yang makin kompleks, tantangan disinformasi menjadi perhatian serius. Algoritma media sosial, yang seharusnya mempersonalisasi konten, sering kali disalahgunakan untuk menyebarkan narasi yang menyesatkan. Kasus Gibran Rakabuming Raka, putra Presiden Joko Widodo, menjadi contoh nyata tentang bagaimana algoritma dapat membentuk opini publik. Perubahan syarat pencalonan oleh Mahkamah Konstitusi, yang dianggap menguntungkan Gibran, memunculkan kecurigaan nepotisme. Selain itu, kunjungan Paus Fransiskus ke Indonesia pada Juli 2024 menciptakan antusiasme besar khususnya di kalangan komunitas katolik.

Tagar *#PausFransiskusKIndonesia* dan *#WelcomePopeFrancis* menjadi *trending* di media sosial, menunjukkan dukungan masyarakat yang kuat. Meski demikian, media sosial juga berfungsi sebagai platform untuk menyebarkan pesan-pesan yang lebih luas. Oleh karena itu, menciptakan ruang bagi diskusi yang lebih luas. Oleh karena itu, penting untuk memperhatikan dampak algoritma dan disinformasi dalam komunikasi publik agar etika dan integritas informasi tetap terjaga. Kedua kasus ini menunjukkan bagaimana algoritma mengubah perhatian publik secara efektif. Baik isu internasional maupun lokal, algoritma mendorong arus informasi dan membentuk persepsi masyarakat tentang peristiwa. Fenomena ini menyoroti peran media sosial dalam membentuk opini publik. Penting bagi masyarakat untuk menyadari pengaruh algoritma terhadap etika di media sosial.

pembahasan

Di tengah kemajuan era digital, algoritma media sosial berfungsi menyesuaikan konten dengan preferensi pengguna melalui pengumpulan data dari interaksi seperti *likes* dan komentar (Mahardika & Zulianto, 2018; Singgalen, 2021). Dengan memanfaatkan algoritma ini, pemerintah dapat mengatur penyebaran informasi terkait isu kesehatan dan berkolaborasi dengan *influencer* untuk menjangkau kelompok masyarakat tertentu, meskipun hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai dampaknya terhadap transparansi dan partisipasi masyarakat dalam proses demokrasi.

Pada 26 Juli 2013 pukul 01.28 dini hari, akun di media sosial bernama *@ufufafa* di forum *Kaskus* mengunggah konten. Unggahan tersebut awalnya bersifat sederhana dan tidak terlalu menarik perhatian karena tidak ada keterangan jelas mengenai identitas pemilik akun tersebut. Apalagi pemilik akun hanya menuliskan nama dan inisial akun media sosial miliknya yang lain. Saat itu publik hanya berpikir jika itu adalah akun anonim yang tidak ada kaitannya sama sekali dengan tokoh pemerintahan.

Pada 13 Juni 2014 pukul 06.33 pagi, akun ini mengunggah konten yang menyindir tentang kasus penghinaan terhadap Presiden Joko Widodo yang disamakan dengan nama panggilan Mulyono. Postingan terakhir yang dilakukan *@ufufafa* membahas topik tentang Jokowi Sembunyikan Anak Pertamanya, yakni pada hari yang sama pada 13 Juni 2014 pukul 22.55.



(Sumber: Platform Platform Akun @fufufafa di Twitter (Tla))

Pada 21 Juni 2014, akun @fufufafa kembali mengunggah yang menyebut nama calon presiden saat itu, Prabowo Subianto, serta memberikan beberapa sindiran secara tersirat. Pada saat itu, Prabowo merupakan rival dari calon Presiden Joko Widodo.

Belum banyak perhatian yang diberikan pada akun ini. Akhirnya akun ini "meledak" dan menarik perhatian masyarakat terkait siapa pemilik akun tersebut. Hal ini terjadi saat menjelang akhir November 2023, ketika Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka mencalonkan diri sebagai pasangan calon presiden dan wakil presiden dari Mahkamah Konstitusi (MK) membuat keputusan kontroversial.

Berita tentang akun @fufufafa mulai terungkap melalui akun @horisitus. 18 di platform X, ia mengatakan "FUFUFA 1000000% milik Gibran Rakabuming Raka Nomor handphone yang terdaftar di akun Pilwalkot Solo 2020, persis SAMPA dengan nomor yang terdaftar di akun kaskus fufufafa, gopay dan fintech lainnya Nomor tsd juga link ke e-mail Chilipari @gibran tweet teks klarifikasi sudah dihafal belum?" tuturnya dalam postingan yang diberikan di platform X. Walaupun sudah terdapat banyak bukti, Gibran sendiri sudah angkat suara terkait akun @fufufafa. Ia membantah akun tersebut adalah miliknya. "Uto mbuh takono sing duwe akun, kok aku (Tidak tahu, tanyakan ke yang punya akun, kok ke saya)," jawab Gibran singkat.



(Sumber: Platform Platform Akun @fufufafa di media sosial)

Akun Kaskus @fufufafa kembali viral karena komentar-komentar soal politik hingga menjadi penentu dugaan pelanggaran seksual di jagat maya. Komentar tak pantas akun @fufufafa mencuri perhatian banyak orang. Beragam stigma liar mencuat salah satunya, menyebut bahwa pemilik akun @fufufafa adalah Gibran Rakabuming Raka, Wakil Presiden Republik Indonesia terpilih, periode 2024 hingga 2029. Alhasil, @fufufafa trending di platform sosial media hingga berhari-hari lamanya.



(Sumber: Screenshot Jabra Despres)

Karena sangat vital, Menteri Kesehatan Budi Purnomo menegaskan bahwa Indonesia sudah siap selidiki, sampai mengkonfirmasi dan menyelesaikan kasus ini. "Kami akan melakukan penyelidikan menyeluruh," kata Purnomo.

Kasus kedua adalah kasus kunjungan Paus Fransiskus pada 4-6 Mei 2024. Paus Fransiskus melakukan kunjungan resmi ke Indonesia sebagai bagian dari dialog ke negara-negara Asia Tenggara. Kunjungan ini merupakan momen bersejarah, mengingat ini adalah kunjungan Paus mengunjungi Indonesia dalam belkapan dekade terakhir. Kunjungan tersebut disambut dengan antusiasme yang sangat besar dari masyarakat. Khususnya komunitas Katolik, serta perhatian dan berbagai kalangan di seluruh negeri.

Tiga-tagar seperti #PusatKustodienIndonesia dan #WelcomePepefandus menjadi topik di berbagai platform, menunjukkan besarnya antusiasme masyarakat. Media sosial penuh dengan berbagai informasi, mulai dari rencana kunjungan, pernyataan dukungan dari tokoh agama, hingga spesifikasi tentang dampak kunjungan terhadap hubungan antarumat beragama di Indonesia.

Selatan Kalimantan berakhir pada 6 Juli 2024, gelombang ketiga. Setelah Baga Suci terus berlanjut, sampai beberapa hari Jita Wita mengikuti kembali sampai saat ini, masih ada beberapa masalah yang dapat ditemukan di platform media sosial Instagram maupun TikTok. Banyak pengguna media sosial membagikan foto-foto dan video dari acara-acara yang diadakan Paus, serta membahas platformnya yang mengangkut isu-isu penting seperti perdamaian, keberagaman, dan toleransi. Sejumlah akun media sosial keagamaan

penggunaan algoritma media sosial oleh pengguna internet, khususnya para mahasiswa, memperoleh jawaban pengaruhnya di kalangan umat Katolik dan masyarakat luas.

Pengadilan lingkungan (maka sosial) oleh pemerintahan dalam konteks ini dan regulasi komunikasi publik perlu ditambahkan melalui beberapa aspek, seperti tanggung jawab elit pemerintah, transparansi informasi, serta kemampuan terhadap regulasi yang melindungi kebebasan berpendapat dan hak publik untuk mendapatkan informasi. Publik memiliki keterdelegasian alami untuk menarik para ahli, dengan pilihan figur publik.

Berawal dari postingan seseorang seperti kasus di atas, dapat memicu popularitas secara spontan di media sosial. Namun, jika kita telusuri lebih lanjut hal ini terjadi karena masyarakat sudah terbiasa banyak mengklik dan mengulangi berbagai informasi dari kasus tokoh publik figur seperti Gibran sehingga postingan yang sudah terpost pada 2013 silam dapat dengan mudah menemukan opini publik dan berita itu pun dapat naik. Algoritma bekerja dengan mempromosikan konten yang mendapatkan banyak interaksi sehingga itu ini dengan cepat menyebar.

pada kasus kedua, penyebutan informasi yang sangat cepat tentang kedudukan Paus Fransiskus ke Indonesia dapat memancing antusiasme masyarakat dari jauh-jauh hari. Dan, ketika Paus pergi dari Indonesia, rasa antusiasnya masyarakat masih terlihat sangat banyak. Jadi dalam kedua kasus ini, algoritma bekerja secara alami tanpa intervensi langsung dari pihak mana pun, tetapi algoritma menggunakan publik untuk lebih fokus pada konten yang sensasional hanya untuk mempromosikan lembaga atau tokoh publik tertentu agar makin dikenal masyarakat. Kreator sosial media berperan penting dalam mempromosikan konten yang memuaskan pandangan publik. Mereka bekerja sama dengan publik figur untuk menarik kolomop tertentu, memanfaatkan algoritma media sosial untuk meningkatkan eksposur konten yang relevan.

Terdapat dua jenis narasi yang muncul di media sosial: positif dan negatif. Kasus narasi negatif menunjukkan perilaku etika dan re-

gustawantus memangkas program-program yang tidak penting dan mengurangi biaya sosial seperti yang dilakukan oleh Bruce Schneier dalam bukunya *Cyber Security Now*. Menurut Kfir Everbody (Tinsman, 2019), regulasi yang adaptif untuk menghadapi ancaman potensial dari keamanan dalam teknologi digital adalah hal yang penting. Schneier juga berargumentasi bahwa persiapan yang efektif harus mampu mengantisipasi perkembangan teknologi yang cepat agar bisa mengatasi risiko yang muncul akibat evolusi algoritma yang makin canggih.

Elkha yang baik dalam komunikasi publik atau media sosial sangat penting untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan tidak hanya akurat, tetapi juga adil dan transparan (Ginting *et al.*, 2021; Wati, 2016). Berikut beberapa prinsip etik yang dapat dijadikan pedoman (Janali & Yusuf, 2021; Putra *et al.*, 2023). Pertama, transparansi. Pengguna harus diinformasi bagaimana algoritma bekerja dan apa saja bagian mana konten dipilih dan dipromosikan. Informasi tentang kriteria yang digunakan dalam penyaringan dan peringkat konten dapat membantu masyarakat memahami proses dan mengurangi kebingungan.

Kedua, akuntabilitas. Platform media sosial harus bertanggung jawab atas keputusan yang diambil oleh algoritma mereka. Jika komputer yang word berdampak negatif pihak platform harus bersedia mengembalikannya dan memperbaiki sistem mereka.

Ketega, keadilan. Algoritma harus dirancang untuk memberikan akses yang setara kepada berbagai suara dan perspektif. Ini berarti menghindari bias yang dapat menyebabkan informasi tertentu tereduksi atau diabaikan, serta memberi kesempatan kepada konten dari berbagai latar belakang. Tak hanya itu, para pengguna media sosial atau konten kreator tertentu seharusnya tidak diperlakukan berbeda sama untuk همین komentar-komentar atau pendapat. pendapat masyarakat yang menyuarakan fakta.

Keempat, keamanan dan privasi. Perlindungan data pengguna salah aspek penting dari etika algoritma. Pengguna harus memiliki kendali atas data mereka dan harus tahu bagaimana data mereka di-

pengguna lain membajak akun orang lain, pengguna tersebut sudah dinyatakan melanggar kode etik.

Kelima, fasilitas diskusi sena Algoritma harus mendukung dialog yang konstruktif dan menghindari penyebaran konten yang bersifat provokatif atau *politicizing*. Hal ini penting untuk menjaga kesetiaan ekosistem informasi dan komunikasi publik. Dan, para pengguna pun diharapkan tidak makin memanas-manas konten tersebut.

Regulasi sebagai alat untuk melindungi masyarakat dan etika komunikasi publik sangat penting untuk memajukan platform platform tersebut beroperasi dengan cara yang adil dan bertanggung jawab. Dengan menerapkan regulasi yang komprehensif dan efektif, diharapkan dapat tercipta lingkungan media sosial yang lebih aman, adil, dan dapat meningkatkan publik yang sehat. Regulasi juga perlu berdampak langsung pada pengembangan teknologi dan dinamika masyarakat, agar tetap relevan dan efektif.

Kesimpulan

Fenomena pengalihan informasi mengenai kehidupan pribadi tidak terbatas pada contoh publik figur, tetapi juga meluas ke individu lainnya yang memiliki pandangan, preferensi, dan hobi yang sama. Semakin pengamat hari mengambil sering kali merasa terdorong untuk mencari tahu lebih banyak tentang kehidupan pribadi orang-orang yang mereka ikuti di media sosial. Hal ini berkaitan dengan etno-*chatter*, yakni istilah yang muncul pada situasi di mana individu ter-*chatter* hanya pada informasi, pandangan, dan opini yang sejalan dengan keyakinan mereka sendiri, sementara pandangan yang ber-*lawanan* atau berbeda jarang atau tidak pernah mereka dengar. Dengan konteks media sosial, etno-*chatter* dapat terbentuk ketika pen-*gung* berinteraksi dengan orang-orang yang memiliki minat dan pen-*dangan* yang sama, sehingga memperkuat kepercayaan dan pe-*maham*an mereka yang sudah ada, ketika orang tertarik pada ke-*ku-*

dupan pribadi orang yang memiliki hobi atau minat yang sama, seperti sesama penggemar gitar, mereka cenderung mengikuti akun-akun yang sejalan dengan minat tersebut.

Daftar Pustaka

- Briggs, A. (2006). *Sejarah Sosial Media*. Yayasan Obor Indonesia.
- Ginting, R., Yulistiyono, A., Rauf, A., Manuliang, S.O., Siahaan, A.L.S., Kusanti, D.P., PS, TE.A., Djaya, TR., Ayu, A.S., & Effendy, F. (2021). *Etika Komunikasi dalam Media Sosial: Saring Sebelum Sharing* (Vol. 1). Penerbit Insania.
- Husnidan, A., Cholissodin, I., & Yudianta, N. (2022). "Analisis sentimen tweet Covid-19 varian Omicron pada platform media sosial Twitter menggunakan metode LSTM berbasis multifungsi aktivasi dan GloVe". *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 6(10), 4653-4661.
- Indriyati, F.A., Fauzi, A., & Falsai, S. (2023). "Analisis sentimen aplikasi tiktok menggunakan algoritma naive bayes dan support vector machine". *TEKNO-SAINS: Jurnal Sains, Teknologi Dan Informatika*, 10(2), 176-184.
- Jannah, F., & Yusuf, A. (2021). "Etika Komunikasi di Media Sosial Melalui Prinsip SMART (Salam, Ma'ruf, dan Tabayyun) Perspektif Al-Quran". *JAWI*, 3(2).
- Mahardika, Y.S., & Zuliano, E. (2018). *Analisis Sentimen terhadap Pemerintahan Joko Widodo Pada Media Sosial Twitter Menggunakan Algoritma Naive Bayes Classifier*.
- Mustafa, S. (2019). "Berebut Wacana: Hilangnya Etika Komunikasi di Ruang Publik Dunia Maya". *Jurnal Studi Agama dan Masyarakat*, 15(1), 58-74.
- Putra, A.E., Doho, Y.D.B., Savitri, G.A., & Flanto, L. (2023). "Prinsip dan Etika Komunikasi dalam Penggunaan Media Baru". *Jurnal Normosika*, 9(2), 216-232.

Singgilen, Y.A. (2021). "Pemilihan metode dan algoritma dalam analisis sentimen di media sosial: sistematic literature review". *Journal of Information Systems and Informatics*, 3(2), 278-302.

Sucista, W., & Gunawibawa, E.Y. (2020). "Pola Konsumsi Berita pada Kelompok Khilafah Digital di Kota Bandar Lampung". *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(2), 249-266.

Tafsan, C. (2019). *Click Here To Kill Everybody: Security and Survival in a Hyper-Connected World*. JSTOR.

Wake, E.D.S. (2016). "Komunikasi dan media sosial (communications and social media)". *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69-74.

Widayat, D., Natasha, S., & Kurniawan, R. (2022). "Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi terhadap Perubahan Sistem Komunikasi Indonesia". *Jurnal Nomotek*, 8(2), 242-252.

Tentang Penulis

Benedicta Karen Jasmine Widayat

Mahasiswa aktif di Program Studi Ilmu Komunikasi, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi dan Sekretari Tarakanita (STARKI). Ia memiliki minat penelitian di bidang bisnis dan komunikasi publik. Tulisan-tulisannya sering diunggah di blog dan media sosial lainnya. E-mail: bdkctajw.karen@gmail.com

Riki Arya Putera Arkananta

Saat ini, penulis masih aktif sebagai mahasiswa program studi S-1 Ilmu Komunikasi di Sekolah Tinggi Sekretari dan Ilmu Komunikasi. Memiliki keterarikan di bidang fotografi. Selain fotografi, penulis ingin menekuni dunia menulis sebagai bentuk eksplorasi kreatifitasnya. E-mail: rikarya2127@gmail.com

Yeremia Putra Pratama

Saat ini tercatat sebagai mahasiswa aktif program studi Ilmu Komunikasi di Sekolah Tinggi Sekretari dan Ilmu Komunikasi Tarakanita. Ia

ingin mengikuti dunia menulis artikel maupun penelitian di bidang komunikasi. E-mail: yeremiaputra21@gmail.com.

Agustinus Rustiana

Pada 1998, ia lulus dari Program Studi Bahasa Inggris Universitas Sanata Dharma. Kemudian, ia melanjutkan kuliah program Magister di Universitas Indonesia dan lulus pada 2010. Kemudian, menempuh program doktor di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran Bandung pada 2019. Jabatan tertinggi adalah Ptl. Ketua STARKI dan menjabat Wakil Ketua Bidang Akademik, Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, dan saat ini menjabat Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM). Mengajar di Sekolah Tinggi Tarakanita sejak 2001. Selain di TarKi, ia juga pernah mengajar di Lembaga Bahasa LIA, ASEKMA Don Bosco, ASEKMA St Mary, dan STIE Jayakusuma. Selain mengajar, ia juga aktif menghasilkan buku dan karya ilmiah yang diterbitkan secara nasional maupun internasional. Sekitar 40 judul penelitian yang diterbitkan, baik di jurnal online, jurnal cetak, koran, dan majalah. Selain sebagai dosen, ia juga aktif menjadi narasumber seminar di lembaga pemerintah seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Jakarta dan PT INALUM (Indonesia Asahan Alumunium), Medan, BNPB, KPK, dan lain-lain. E-mail: agustrustiana@gmail.com.

Profesi Jurnalis Terancam, Saatnya Lebih Berpikah pada Kepentingan Publik

Farid Rusdi¹

Universitas Tarumanagara

Dalam beberapa dekade terakhir, profesi jurnalis menghadapi berbagai ancaman yang makin nyata. Ancaman ini tidak hanya datang dari kemajuan teknologi dan perubahan media, tetapi juga dari tekanan politik, hukum, serta ekonomi. Peran jurnalis sebagai pengawal demokrasi dan penyampai informasi kepada publik terus terancam oleh aktor-aktor yang memiliki kepentingan pribadi untuk mengontrol narasi. Tulisan ini mengulas ancaman-ancaman yang dihadapi profesi jurnalis saat ini serta langkah-langkah yang dapat diambil oleh jurnalis untuk mengatasi tantangan pada masa depan.

Profesi Jurnalis yang Kian Terancam

Jurnalisme independen memungkinkan fakta yang tidak disamarkan. Jurnalis yang kritis, cekatan, dan berani dapat menggunakan in-