

HOMO DIGITAL
FENOMENA ANOMALI KOMUNIKASI DI ERA REVOLUASI INFORMASI

Oleh:

Sitti Maesurah¹, Hafied Cangara², Hasrullah³

*Program Doktor Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas
Hasanuddin Makassar*

maesurah88@gmail.com¹, has_ullah@yahoo.com², Cangara_hafied@yahoo.com³

ABSTRAK

Homo Digital merupakan subjek yang unik. Dalam kondisi yang serba mudah dan praktis dalam berkomunikasi di era digital probadi homo digital dihadapkan pada pilihan eksentrik yang disebut anomali komunikasi. Penerapan komunikasi digital, khususnya dalam politik dan demokrasi, tidak menghasilkan kondisi seperti dibayangkan, sehingga sulit untuk tidak bersikap skeptis terhadapnya. Dewasa ini manusia dikacaukan dengan satu fenomena baru, yaitu kontes hoaks. Manusia komunikasi modern atau homo digital memanfaatkan kecanggihan alat komunikasi modern untuk mencari membenaran bukan kebenaran. Kotens hoaks merebak secara meluas tidak hanya dalam satu negara tapi mendunia sehingga bisa disebut pandemi hoaks yang telah meracuni seantero manusia jagat raya ini. Negara hukum berdiri tegak dan kelihatannya kokoh, tetapi perubahan yang sangat cepat sedang menggerogoti *De mortalıs* ini dari dalam. Tidak ada darah yang tumpah, tak ada bau mesin. Yang terjadi adalah suatu pandemi hoaks dengan plintiran kebencian yang memicu konflik horizontal. Demagogi rasis dan orasi kebencian kepada agama lain, suku lain, etnis lain seperti selama Pemilu Presiden 2019, dilolongkan kencang-kencang dari revolusi digital yang hanya kelihatannya senyap itu. Dari klik pada gawai dipiculah kekacauan baru, *digital state of nature*.

Kata Kunci: *Homo Digital Fenomena Anomali Komunikasi*

PENDAHULUAN

Sebuah tesis Thomas Hobbes dalam buku *Leviathan* (1651), telah berupaya menawarkan strategi mengatasi koflik sosial dalam masyarakat. Di alam kebebasan setiap manusia merupakan ancaman serius bagi kebebasan manusia lainnya, sehingga kebebasan merupakan ruang sosial yang berstandar ganda dimana kebebasan dapat menjadi ruang ekspresi sekaligus juga ruang konflik. Hal serupa dapat dibayangkan seperti keadaan dimana sebelum berdirinya negara atau apa yang dikenal dengan istilah *state of nature*. “Dalam kondisi itu,“ demikian dikatakan Hobbes “Kehidupan bersama manusia tidak hanya menyedihkan, melainkan juga sangat berat”.¹

¹ Thomas Hobbes, *Leviathan*, Bab 13, Reclam, Stuttgart, 1980, hal. 114.

Setiap orang menyerahkan hak untuk melakukan segalanya kepada suatu pihak (sebutlah *primus inter pares*), asalkan setiap orang lain juga menyerahkan yang sama kepadanya. Pihak itulah yang disebut negara. Hanya dialah yang berhak menggunakan kekerasan kepada yang lain. Berkat monopoli pemakaian kekerasan ini negara hukum menikmati perdamaian internal. Ancaman hukum telah memaksa warga untuk mengendalikan diri dan memberi respek satu sama lain. Negara memberadabkan manusia.

Demikianlah tawaran Hobbes sebagai sebuah solusi untuk mengakhiri keadaan konflik sosial antar manusia dalam hidup dan kehidupan ini. Manusia komunikasi modern yang kemudian penulis sebut dengan komunikasi digital membuat manusia komunikasi lebih manusiawi dan amoral? Hal mana, ponsel pintar (smart phone) di tangan bagai tongkat sihir dapat menghadirkan pizza hut, taksi atau barang dari toko daring dalam beberapa menit, tentu ponsel itu memanusiawikan dan bahkan mendewakan penggunaannya. Namun, banyak juga penyalahgunaan media digital untuk urusan yang amoral. Literatur-literatur terbaru tentang media sosial dan internet menunjukkan kemungkinan-kemungkinan baru dalam eksplorasi informasi digital yang akan memudahkan kita memantau arus informasi global, tetapi dampak ambivalennya terhadap perilaku manusia kerap luput dari perhatian.²

SIAPAKAH HOMO DIGITAL?

Dalam masyarakat pra-digital, kala itu Aristoteles menyematkan manusia dengan label *zoon logon echon* (Mahluk berbahasa). Penutur hadir secara langsung (ragawi) dihadapan pendengar. Sedangkan di era digital keduanya tidak berhadapan langsung (*telepresent*). Manusia komunikasi hanyalah bagian dari sebuah sistem media komunikasi. Dalam berkomunikasi manusia tampaknya memakai media, tetapi sebenarnya ia sendiri adalah media komunikasi, karena dalam sebuah jejaring anonim komunikasi digital manusia hanyalah penyalur pesan dari *internet of things*.³

Dalam bukunya *Homo Digitalis* (2017), Rafael Capurro, seorang filsuf terkemuka dalam bidang teknologi, seorang pengajar di Karlsruhe Jerman, menyampaikan tesisnya

² Bdk. Luke Sloan et.al. (ed.), *The Sage handbook of Social Media Reasearch Methods*, Sage, Los Angeles, 2017.

³ Istilah *internet of things* mengacu pada interkoneksi digital kehidupan sehari-hari kita dari kulkas, TV, mesin kopi, mobil, rumah sampai kantor dengan internet. Lih. Christian Montag, *Homo Digitalis. Smartphones, soziale Netzwerke und das Gehirn*, Springer, Wiesbaden, 2018, hal. 1

tentang bagaimana perkembangan teknik digital dewasa ini yang telah mengharuskan filsafat kontemporer untuk memikirkan ulang ontologi, antropologi, dan etika di era digital.⁴

Di sini kita akan memusatkan perhatian lebih pada antropologi. Perubahan besar dalam komunikasi ini tentulah mengubah tidak hanya gaya hidup manusia, melainkan juga pemahaman manusia tentang realitas, tentang dirinya dan juga tentang baik dan buruk. Komunikasi dan bahasa memang merupakan ciri manusia yang mendasar. Menurut Harari sosialitas *homo sapiens* berevolusi berkat gosip. “Bergosip sedemikian wajar bagi kita,” tulis Harari, “sehingga tampaknya bahasa kita berevolusi memang untuk alasan ini”.⁵

Perubahan dari komunikasi korporeal ke komunikasi digital mengubah ciri mendasar gosip dan kemudian juga bahasa. Sungguh bukan hal yang mengherankan bagi manusia. Pada kenyataannya, makhluk yang dikendalikan media, berfungsi sebagai media dan terpaksa untuk mengadaptasi iklim teknologi digital ini boleh kita sebut *homo digitalis*. Penulis mengutip pertanyaan menarik yang dilontarkan Christian Montag: Saya sendiri mempersoalkan apakah spesies kita *homo sapiens* akan berubah secara hakiki lewat keterlibatan terus menerus dengan dunia digital. Apakah *homo sapiens* di masa depan akan mengalami simbiosis yang lebih kuat lagi dengan teknik digital? Dan apa yang persisnya akan terjadi? Hasil akhir perkembangan simbiotis itu kemungkinan peralihan dari *homo sapiens* ke *homo digitalis*? Terkesan berlebihan, dugaan tentang peralihan evolusioner dari *homo sapiens* ke *homo digitalis* ini beralasan. Kita menyaksikan sekarang ini bagaimana ponsel pintar telah menjadi ekstensi kapasitas pikiran kita. *Homo digitalis* bukan lagi suatu *I think* sebagaimana ada sejak Descartes, melainkan suatu *I browse*.

Ia berpikir lewat internet. *Homo digitalis* bukan sekadar pengguna gawai. Ia bereksistensi lewat gawai. Eksistensinya ditentukan oleh tindakan digital, yakni: *uploading*, *chatting*, *posting*, dst. Dengannya ia berbagi atau pamer untuk kebutuhan akan pengakuan. Meniru istilah Heidegger, sebagai ganti *In-der-Welt-sein*, dia adalah *In-der-www-sein*, yakni berada—dalam “www”. *Welt* (dunia) telah diganti *www* (*Welt-weit-Web*). Yang dimaksud “*Welt*” dalam ontologi Heidegger juga adalah media bagi *Dasein* untuk memproyeksikan dirinya. Manusia di era digital “berada dalam” (*In-sein*), yaitu betah dengan entitas-entitas digital, seperti: Youtube, Tokopedia, Twitter, Instagram sebagai lingkungannya (*Umwelt*). Jika

⁴ Rafael Capurro, *Homo Digitalis. Beiträge zur Ontologie, Anthropologie und Ethik der digitalen Technik*, Springer VS, Wiesbaden, 2017.

⁵ Juval Noah Harari, *Sapiens. Riwayat Singkat Umat Manusia*, Kepustakaan Populer Gramedia, Jakarta, cetakan ke-8, 2019, hal. 27-28

www, seperti juga *Welt*, adalah media bagi *Dasein*, tidak ada perbedaan mendasar di antara keduanya. Homo digitalis dapat dipikirkan juga sebagai terlempar (*geworfen*) ke dalam dunia digital. Sejak semula ia memproyeksikan diri melalui media digital. Anak-anak kita, milenial, yang sepanjang hari tahan di dalam kamar sering dikira putus kontak dengan dunia luar. Perkiraan itu keliru: Mereka terus berkontak dengan www sebagai berada dalam “www”.

Kelahiran *homo digitalis* ke pentas sejarah dimungkinkan oleh teknologi. Dia semula pengguna gawai, tetapi ketika jejaring komunikasi digital menjadi dunia tersendiri yang beroperasi lepas dari para pencetusnya, ia juga digunakan oleh komunikasi digital untuk tujuan-tujuan yang tidak di bawah kendalinya. Di fajar digitalisasi masyarakat, ketika modernisme dan liberalisme seolah mencapai kebebasan individu sebagai target, individu itu sendiri malah menjadi tidak penting, seperti dikatakan Harari: manusia akan kehilangan nilai mereka sepenuhnya... manusia masih akan berharga secara kolektif, tetapi akan kehilangan otoritas individual mereka, dan akan diatur oleh algoritma-algoritma eksternal.

Karena itu ‘masyarakat’ bagi *homo digitalis* tidak terdiri atas orang-orang, karena orang-orang tidak lagi mengendalikan komunikasi, melainkan mengendalikan sekaligus dikendalikannya. Dalam sebuah jejaring komunikasi digital masyarakat terdiri atas pesan-pesan anonim yang terus beredar. *Homo digitalis* ikut bermain dalam merakit realitas digital. Ia bukan sekadar penonton peristiwa, melainkan juga ikut membuat sejarah dengan memengaruhi komunikasi digital. Untuk pertama kalinya dalam sejarah, setiap orang biasa menjadi aktor global lewat ruang digital ponsel terus menerus memengaruhi otak anak, seperti: berkurangnya kemampuan untuk mengambil keputusan, mengendalikan emosi, melaksanakan rencana, mengingat, menjadi impulsif.⁶

Di zaman Hobbes dan para modernis, masyarakat komunikasi itu regulery: masyarakat korporeal yang terdiri atas orang-orang yang berkumpul atau terpisah secara fisik dalam telepati. Sementara di era digital manusia hidup juga dengan masyarakat hidup dalam beberapa alam (dunia maya) berupa *digital beings*, seperti: grup Whatsapp, Twitter, Facebook, Instagram, dst. Kehadiran terpecah ke dalam dua alam masyarakat, digital dan korporeal. Terkadang kita sulit memastikan apakah mitra komunikasi kita sedang presen (hadir) atau telepresen (tidak hadir). Secara ragawi memang lawan komunikasi kita tampak hadir di temoat

⁶ F. Budi Hardiman, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pelita Harapan, Jl. M.H Thamrin Boulevard 1100, Tangerang, 15811. E-mail: fransiscoergosum@gmail.com.

yang sama, tetapi keterlibatannya saat ini tidak di sini, melainkan di sana, di dalam komunitas virtualnya. Dalam arti tertentu “schizophrenia” menjadi cara berada digital. Dualisme kehadiran ini bisa saling memanipulasi informasi. Manusia tidak dapat yakin secara sungguh-sungguh, bahwa rapat yang sedang berlangsung tidak sedang disabotase oleh rapat digital ponsel pintar (smart phone) para peserta. Inilah era, ketika pesan lebih penting daripada pengirimnya. Di dalam masyarakat informasi, seperti dengan cermat dilihat oleh Niklas Luhmann, bukan orang-orang yang berkomunikasi, melainkan ‘komunikasi berkomunikasi dengan komunikasi’

Pesan-pesan yang kita kirim dir- espons dengan pesan-pesan, sehingga pesan-pesan itu sendirilah yang berkomunikasi dengan pesan-pesan yang lain, sementara orang-orang berfungsi hanya sebagai media untuk meneruskan pesan-pesan itu. Entitas-entitas digital yang tercipta lewat teknologi digital itu, seperti google, wikipedia, youtube, menyerupai *intelligentiae separatae* dalam filsafat Skolastik. Thomas Aquinas memakai konsep itu untuk menjelaskan apa yang dalam teologi disebut ‘malaikat. Komunikasi membentuk sebuah proses mandiri yang dinamis yang bahkan manusia tidak lagi dapat mengontrolnya. Mirip malaikat, yaitu *intelligentiae separatae*, komunikasi dalam media-media sosial seolah berpikir sendiri lepas dari para partisipan mereka.

Dulu di era Romantik lahir distingsi antara alam pertama, yaitu alam sebelum diolah dan alam kedua, yaitu kebudayaan. *Informationsgestell* di era digital adalah alam ketiga sejauh lahir dari alam kedua. Di era ini perbatasan antara alam, teknologi, dan eksistensi manusia masih ada, tetapi makin subtil, sehingga batas antara originalitas dan artifisialitas makin kabur.⁷ Dunia maya adalah artifisial, tetapi juga sekaligus orisinal, jika dalam praktik telah menjadi lingkungan eksistensial *homo digitalis*.

KEBEBASAN DAN DEMORALITAS

Sosok *Homo digitali* belum mencapai titik paripurnanya. Dramatisasi yang sedang berarak sekarang adalah sebuah transisi revolusioner yang menghasilkan kebebasan sekaligus degradasi moral (demoralisasi) komunikasi. Revolusi digital sebagaimana revolusi pada umumnya membonceng kelompok manusia dari belenggu kebiasaan lama dan memeluk tatanan

⁷ F. Budi Hardiman, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pelita Harapan, Jl. M.H Thamrin Boulevard 1100, Tangerang, 15811. E-mail: fransiscoergosum@gmail.com.

nilai baru. Kebebasan digital dinikmati para aktivis media sosial bagai angin segar bagi para narapidana yang dilepaskan dari tawanan. Pengawasan dan kendali moral yang membatasi dan mendisiplinkan komunikasi korporeal terasingkan. Kini eksibisionisme, narsisme dan voyerisme mendapat ruang bebas di panggung kontes digitalisasi informasi tanpa pengawasan standar moral yang jelas atau dalam istilah Foucault, tanpa sorot mata psikiatri. *Homo digitalis* mendapati dirinya seolah dalam dunia baru tanpa negara, *digital state of nature*. Dalam keadaan itu adil dan tidak adil tidak dikenali. Setiap orang menjadi hakim dan bahkan Tuhan atas yang lain. Kecanggihan gawai membuat pengguna gawai tidak cepat menyadari dirinya bisa menghasilkan demoralitas lewat pesan-pesannya. *Homo digitalis* menjelma menjadi *homo demoralitas*.

Segala yang privat potensial menjadi politis, karena pengungkahan konten-konten privat yang dibaca publik akan membuatnya politis. Begitu juga setiap saat peristiwa media yang berisi pesan-pesan politis segera menyusupi setiap kamar rahasia ruang privat. Karier pesan dalam ruang digital dapat dicapai hanya sejauh satu *klik*, asalkan provokatif. Menyendiri dan berkerumun sulit dibedakan karena kerumunan berceolot dalam gawai yang digenggam seseorang, juga ketika ia sendirian. Sensasi, bukan rasionalisasi, menjadi asas kreativitas. Tahayul menjadi masuk akal, asalkan sensasional. Ruang digital tidak ada urutan zaman, status sosial, hirarki nilai. Setiap pengguna ponsel bisa menjadi penerbit, produser film, wartawan, dan seterusnya tanpa sensor.

Yang privat itu publik, yang publik itu privat. Satu atau banyak sulit diputuskan karena tiap pengguna media sosial bisa memiliki ribuan pemirsa. Sentimentalisasi publik mulai dari bilik yang paling intim. Hal-hal privat, seperti agama, ras, bahkan seks, menjadi stereotip untuk membelah bangsa ke dalam kawan dan lawan. Di era digital ini radikalisme dipupuk dari gawai para peternak massa tanpa demagogi di auditorium. Setiap gawai bisa menjadi ruang indoktrinasi untuk 'kebahlulan suci' yang merusak persatuan. Kafir mengkafirkan diviralkan lewat keisengan tangan yang gagal memukul balik di suatu hari. Penjelasan untuk hal itu tidak kedaluwarsa: Asap hitam penuh kebencian membumbung dari tungku hati yang dinyalakan terus oleh ketimpangan sosial dan defisit harga diri.

Kebiasaan baru yang berseliweran di ruang digital itu tentu menggema ke dalam demokrasi. Kebencian dan prasangka yang berinkubasi dan terus dipupuk dengan plintiran logika pasca kebenaran menginfeksi organisme sosial nyata. Pentolan tidak perlu lagi menyebar plakat subversif ataupun mengundang massa ke lapangan. Lewat satu klik tindakan digital sambil menyeruput kopi di warteg, mob terbentuk, provokasi diberikan, aksi massa dilancarkan

untuk sabotase pemilu, menghentikan ibadah agama lain, atau melakukan persekusi. Betapa mudahnya di era hoaks ini untuk melakukan subversi atas demokrasi.

Revolusi digital mengubah lanskap politis kontemporer. Ideal-ideal politis yang konvensional ditantang. Istilah-istilah, seperti *sharing economy*, *e-government*, *online-learning*, dst. akan semakin sering terdengar. Masyarakat semakin terinterkoneksi secara digital; hal itu dapat mempercepat banyak proses yang selama ini terkendala oleh ruang dan waktu. Dahulu kaum Marxis dan sosialis membayangkan masyarakat tanpa kelas, di mana tembok-tembok pemisah antarkelas dibongkar dan hirarki sosial diratakan sehingga tidak ada lagi batas-batas komunikasi antara aku dan kamu, antara kita dan mereka. Tampaknya revolusi digital sedang mendekatkan kita pada utopia seperti itu. Namun utopia semacam itu akan tetap tinggal utopis, selama hoaks mewabah dan kebenaran ditindas oleh berbagai demagogi pasca kebenaran. Negara hukum demokratis sungguh bisa mengalami erosi dari dalam, jika komunikasi dan kebenaran tidak ditegakkan juga dalam komunikasi digital.⁸

ADAKAH KEBENARAN DI ERA ANOMALI KOMUNIKASI?

Praktisi komunikasi yang juga CEO mediatrustpr, Luthfi Subagio mengatakan saat ini terjadi anomaly media sehingga membuat persoalan menjadi rumit di segala aspek karena orang tidak paham untuk membedakan mana yang benar dan mana yang salah dalam menerima sebuah informasi media. Saat ini sumber berita dalam penulisan di media online maupun cetak diserap dari media sosial bahkan netizen sehingga sulit memfilter validasi atas setiap informasi. Semua ini tidak lain dan tidak bukan akibat langsung dari revolusi digital yang begitu hebat merambah ke setiap lini kehidupan manusia.⁹

Istilah haus akan kebenaran kiranya kurang tepat lagi untuk disampaikan saat ini. Untuk para pengguna gawai saat revolusi digital kata yang lebih tepat adalah haus informasi. Kelimpahan informasi tidak membuat orang tenang. Ada jurang yang makin lebar antara apa yang ia mengerti dan apa yang ia kira harus ia mengerti. Dari kesenjangan inilah muncul suatu perasaan khas yang tidak dimiliki manusia di era lain. Capurro menyebutnya *Informationsangst* (kecemasan informasi).¹⁰ Tipe kecemasan ini dapat dijelaskan dengan konsep *Neugier* (keingintahuan) dalam filsafat Heidegger, yaitu kecenderungan kerumunan untuk tahu

⁸ F. Budi Hardiman, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pelita Harapan, Jl. M.H Thamrin Boulevard 1100, Tangerang, 15811. E-mail: fransiscoergosum@gmail.com.

⁹ <https://www.antarane.ws.com/berita/2055034/pakar-anomali-media-sebabkan-sulit-membedakan-kebenaran-informasi>.

¹⁰ Rafael Capurro, op.cit., hal. 75.

sesuatu agar tidak tertinggal dari yang lain. Jadi, perasaan itu bukan dorongan untuk mencari kebenaran, melainkan suatu gairah mimetis primordial untuk ikut tren.

Kebenaran dicari jika kita mengandaikan adanya perbedaan antara ada (*being*) dan tampak (*seeming*), antara kenyataan dan bayang-bayang, antara *episteme* dan *doxa*, sebagaimana dilustrasikan oleh Plato dalam perumpamaan goanya di buku *Politeia*. Dahulu dalam masyarakat pra- digital orang berpandangan bahwa media, seperti radio, TV atau koran, adalah bayang-bayang dalam goa Plato itu dan bukan kenyataan.

Dewasa ini ketika media menjadi omnipresen, perbedaan itu makin kabur. Setiap pemakai gawai hidup dalam goanya masing-masing dan meyakini kebenarannya masing-masing. Lalu, apa gunanya membedakan antara di dalam dan di luar goa, jika ada begitu banyak goa tempat manusia dapat merasa cukup diri dengan dunia informasinya. Mungkin situasi ini lebih mendekati “monad” Leibniz.

Sebelum gawai menengahi komunikasi, kebenaran disampaikan lewat kehadiran korporeal sehingga berada dalam kontrol pengirim pesan. Tidak demikian dengan komunikasi digital. Gawai memediasi kebenaran dengan sistem digital. Sistem itu sendiri bukan media netral karena sirkulasi dan seleksi di dalamnya membangun konstruksi makna tertentu yang berbeda dari intensi pencetusnya. Media ikut menggerus makna yang disampaikan pengirim sehingga tidak lagi diterima oleh penerima sebagaimana dimaksud pengirim. Kebenaran dalam beberapa pengertian klasiknya telah ditantang di era digital ini.

Kebenaran dipahami sebagai korespondensi antara pernyataan dan kenyataan. Kebenaran sebagai korespondensi (*corespondence theory of truth*) itu mengandaikan fakta yang stabil yang dengannya pernyataan-pernyataan dicocokkan. Di ruang digital pesan-pesan mengalir dan berubah sangat cepat. Fakta pun kehilangan stabilitasnya tergerus oleh komentar-komentar yang tidak berhenti, sehingga berbagai pernyataan itu tidak pernah cocok dengannya.

Kebenaran juga dipahami sebagai koherensi internal pernyataan-pernyataan yang sesuai dengan kaidah-kaidah logis. Dalam komunikasi digital kebenaran sebagai koherensi itu (*coherence theory of truth*) juga sulit disampaikan. Di tengah-tengah cepatnya arus konten-konten digital, entah itu teks, gambar, atau film, sensasi lebih penting daripada koherensi, dan sensasi diperoleh justru lewat inkoherensi sejauh inkoherensi itu dapat memprovokasi sentimen atau emosi.

Kebenaran juga dipahami sebagai persetujuan bersama atas suatu pernyataan. Kebenaran sebagai konsensus tersebut (*consensus theory of truth*) mengandaikan diskursus rasional yang konsisten untuk menemukan konsensus, tetapi konsistensi diskursif seperti itu

tidak mungkin ketika diskontinuitas menandai aliran isi serial informasi yang fragmentaris. Alih-alih konsensus, disensus menjadi aturan harian dalam komunikasi digital.

Trsisa, pengertian lainnya tentang kebenaran performatif (*performative theory of truth*), yakni kebenaran itu dibuat oleh yang memiliki otoritas atau kompetensi dengan membuat pernyataan. Kebenaran performatif inilah yang berlaku dalam komunikasi digital, karena di dalam komunikasi digital kebenaran lebih diciptakan daripada ditemukan. Serial hoaks yang disebarkan terus menerus secara massif akan berubah menjadi kebenaran. Hoaks mendapat status epistemis untuk menuntun praktik. Dalam arti ini ‘kebenaran’ hoaks berciri performatif, yaitu dibuat real lewat tindakan digital *posting, chatting, uploading*, dst. Politik yang tidak lagi mengacu pada kebijakan, melainkan menggunakan daya tarik emosional seperti isu ras, agama, etnisitas, untuk menggaet dukungan disebut *post truth politics*. Tipe politik ini merupakan contoh pemakaian kebenaran performatif di era digital. Semakin besar dukungan, betapapun konyol isi retorika sang politikus, semakin *real* kekuasaan yang diraihnya. Di sini kebenaran tidak lebih daripada kehendak untuk kebenaran.¹¹

Kondisi kebenaran di era digital ini telah diantisipasi oleh Schopenhauer dengan judul bukunya *Die Welt als Wille und Vorstellung* (dunia sebagai kehendak dan representasi). Dalam komunikasi digital kehendak-kehendak yang beragam direpresentasikan membentuk suatu dunia artifisial pesan-pesan yang terus mengalir atau dikatakan secara metafisis suatu *digital becoming*. Capurro mengatakan bahwa kita sedang hidup dalam era gambaran dunia digital (*digitales Weltbild*), karena “dunia telah menjadi kehendak dan representasi yang dapat *didigitalisasikan*.”

Pengguna yang mendapat banyak *likes* akan memiliki gambaran positif tentang dirinya dan bisa juga ia ketagihan. Tetapi *likes* yang merangsang otaknya itu suatu kehendak impersonal yang maya. Ke manakah tujuan kehendak metafisis pesan-pesan digital itu? Tidak ke mana-mana, karena dia adalah suatu kehendak yang anonim atau — seperti dikatakan filsuf abad ke-19 itu buta. Kita telah menyebutnya dengan istilah yang lainnya, *digital state of nature*.

ETIKA KOMUNIKASI DI ERA DIGITALISASI KOMUNIKASI

Dalam kehidupan bermasyarakat terdapat suatu sistem yang mengatur tata cara manusia bergaul. Tata cara pergaulan untuk saling menghormati biasa dikenal dengan sebutan sopan santun. Tata cara pergaulan bertujuan untuk menjaga kepentingan komunikator dengan

¹¹ F. Budi Hardiman, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pelita Harapan, Jl. M.H Thamrin Boulevard 1100, Tangerang, 15811. E-mail: fransiscoergosum@gmail.com.

komunikasikan agar merasa senang, tenang, terlindungi tanpa ada pihak lain yang dirugikan kepentingannya dan perbuatan yang dilakukan sesuai dengan adat kebiasaan yang berlaku serta tidak bertentangan dengan hak asasi. Secara umum tata cara pergaulan, aturan perilaku, adat kebiasaan manusia dalam bermasyarakat dan menentukan nilai baik dan nilai tidak baik disebut sebagai etika, (Haryatmoko, 2007).¹²

Umat manusia saat ini bisa dikatakan telah sampai pada penjelajahan global, sebuah petualangan jagat alam raya maya yang melampaui realitas (hiper-realitas), (Hadi, 2005). Baudrillard mengungkapkan bahwa hiper- realitas sebagai suatu proses yang mengarah pada hancurnya batasan antara media dan dunia sosial, sehingga berita dan hiburan melebur satu sama lain dan televisi menjadi dunia. Televisi mensimulasikan hidup nyata dan tidak terlalu mempresentasikan dunia sebagaimana ia mengeksekusi dirinya sendiri, (Barker, 2006).¹³

Otonomisasi, profesionalisme wartawan terkikis kepentingan ekonomi, politik, sosial, dampak kekuatan pasar dan ekosistem berita *digital* baru. Penyebaran berita palsu, ujaran kebencian di media online memicu keresahan masyarakat dan ketidaksatabilan pembaca dalam menyerap informasi dan berita. Terjadi krisis di media massa yaitu di media sosial dan media online. Disinformasi makin parah, informasi bohong atau *Hoax* dan berita palsu atau *Fake News* menembus batas-batas geografis dan emosi pembaca *virtual*. *Fake News* dan *Hoax* menyebar jauh lebih cepat daripada berita yang akurat dan *cover both sides*.¹⁴

Politik komunikasi digital kita belumlah manusiawi. Bahkan jika *internet of things* menjadi komprehensif dalam hidup kita, yang digital ini bisa menjadi semacam allah yang serba tahu dan serba hadir di manapun. Manusia mendelegasikan pikirannya pada *Google* karena mesin pencari ini serba tahu. Apakah allah digital itu dapat menertibkan kekacauan akibat revolusi digital dan komunikasi kita lebih manusiawi?

Bayangkan leviathan yang mengawasi dan menghapus semua hoaks. Otoritas penyaring itu dibutuhkan. Pemecahan Hobbesian ini mujarab hanya jika dilaksanakan tanpa monopoli atas kebenaran. Otoritas itu tidak mendominasi semua, melainkan mengawasi batas kebebasan komunikasi. Kebebasan komunikasi menemui batasnya dalam penggunaan kekerasan verbal. Tidak terlalu sulit untuk menyimpulkan bahwa batas inilah yang harus disingkirkan agar

¹² A. Fikri Amiruddin Ihsani, Novi Febriyanti, Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial e-ISSN: 2745-5920 Vol. 02, Nomor 01, February 2021, Hal. 24 – 35 p-ISSN: 2745-5939.

¹³ A. Fikri Amiruddin Ihsani, Novi Febriyanti, Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial e-ISSN: 2745-5920 Vol. 02, Nomor 01, February 2021, Hal. 24 – 35 p-ISSN: 2745-5939.

¹⁴ Fathurocman, 2021, Jurnal Interaksi Peradaban, Vol. 1, No. 1, hal. 1.

kebebasan komunikasi makin besar. Jadi, otoritas yang intoleran terhadap intoleransi dibutuhkan justru untuk menjamin kebebasan komunikasi.

Kebiasaan baru di ruang digital adalah kekacauan komunikasi, maka harus ada manajemen komunikasi juga yang diupayakan secara demokratis. Di era digital media massa, seperti koran, TV, radio, akan tampak kurang demokratis dibandingkan media-media sosial karena media massa konvensional itu kurang interaktif, sedangkan media-media sosial sangat interaktif. “Media-media massa itu katolik,” seloroh Capurro,” sementara internet menghasilkan suatu reformasi lutheran-mediatis,” karena tidak perlu lagi *nihil obstat*, *imprimi potest* dan *imprimatur* untuk pesan-pesan. Namun perlu diinsyafi bahwa media-media massa konvensional masih bermanfaat sebagai rujukan kebenaran sebuah berita justru karena adanya proses seleksi dan verifikasi berita-berita. Proses institusional korporeal seperti ini tetap dibutuhkan justru untuk manajemen komunikasi. Tegangan antara kebebasan dan institusionalisasi tetap perlu dipertahankan. Dunia digital tetap harus dianggap sebagai tatanan sekunder, sementara yang primer tetap dunia korporeal.

Untuk memanusiawikan, yakni mengurangi konflik, dalam ruang digital penulis menyarankan beberapa proses penataan komunikasi seperti berikut ini. *Juridifikasi* interaksi digital, yakni: legislasi undang-undang yang makin rinci untuk menata ruang digital. *Juridifikasi (Verrechtlichung)* adalah proses regulasi berbagai aktivitas kemasyarakatan lewat hukum. Asumsinya, setiap kegiatan baru, seperti misalnya: bisnis daring, adalah wilayah tidak bertuan, suatu *state of nature*, yang perlu diatur oleh hukum. Komunikasi digital termasuk dalam wilayah baru itu. *Juridifikasi* dalam pengertian yang diberikan Habermas adalah bagian proses rasionalisasi dunia-kehidupan (*Lebenswelt*).

Moralisasi ruang digital, yakni: menyusun dan men- sosialisasikan etika komunikasi digital. *Juridifikasi* saja tidak cukup. Motivasi internal untuk patuh kepada hukum dapat diberikan oleh moralitas. Karena itu *juridifikasi* perlu disertai dengan sosialisasi etika komunikasi digital yang menghimbau kesadaran moral pengguna gawai untuk melakukan yang baik. Di dalamnya *golden rule* diterapkan dalam interaksi digital. Pengirim pesan hendaknya memperlakukan penerima pesan seperti ia ingin diperlakukan. Dari *Golden Rule* ini asas-asas dasar etika, seperti: keadilan, kehendak baik, respek pada person, juga dirinci. Salah satu masalah dalam komunikasi digital adalah bahwa dalam telepresensi keterlibatan tubuh raib, dan akibatnya sulit merasakan situasi, kehilangan *trust*, memberi komitmen, merasakan tanggungjawab. Etika komunikasi digital perlu merespons kesulitan-kesulitan itu.

Solidarisasi jejaring komunitas-komunitas digital untuk melakukan strategi *debunking* secara komprehensif dan terus menerus terhadap hoaks. Istilah '*debunking*' mengacu pada proses pembuktian kepalsuan atau kebohongan topik-topik kontroversial, seperti UFO, kegiatan paranormal, dan klaim-klaim agama. Dalam komunikasi digital disinformasi dan hoaks kerap memuat kesesatan logis atau data palsu yang kontroversial dan provokatif dengan tujuan sentimentalisi publik. Kesesatan logis dan data palsu itu harus diinvestigasi, lalu diberberkan sebagai tidak benar agar publik dapat mengidentifikasi hoaks sebagai hoaks. Jika perlu, *debunking* dapat diberberkan mendahului serangan hoaks, sehingga publik mendapat imunitas terhadap hoaks.

Penguatan peranan kepemimpinan pluralis di era digital. Komunikasi digital sebagai totalitas juga membutuhkan model, dan model ini bisa diberikan entah oleh para 'demagog' rasis dan fundamentalis atau elite demokratis yang pluralis. Lapisan kepemimpinan yang pluralis ini perlu terus menerus mengorientasikan para pengguna gawai kepada nilai-nilai kemanusiaan dan kebangsaan, sambil menyingkap kesempatan-kesempatan berpikir para demagog media sosial. Tidak ada cara lain untuk menumbuhkan selera publik akan toleransi kecuali lewat kepemimpinan pluralistis.

KESIMPULAN

Mendiagnosis kondisi manusia di era komunikasi digital memerlukan kecermatan khusus dan keberanian yang mamadai. Kecermatan dan keberanian untuk mengungkap homo digitalis ini telah melahirkan bebepa konsep mendasar sebagai kesimpulan tulisan ini. Perkembangan yang sangat pesat dalam komunikasi digital telah menghasilkan anomaly komunikasi baru dalam kehidupan bernegara hukum demokratis yang dapat disebut *digital state of nature*.

Revolusi digital telah mendorong ilmu filsafat untuk meninjau kembali studi ontologi, epistemologi, etika dan juga antropologi komunikasi, untuk mengulik Kembali sebuah pokok bahasan penting tentang siapa manusia di era digital ini? Uraian singkat ini telah mengetengahkan pertanyaan tersebut dengan memberi beberapa ciri manusia sebagai *homo digitalis*, yaitu: sebagai komponen sistem komunikasi, bereksistensi lewat gawai, menjadi aktor global dan lokal sekaligus, dan terperangkap dalam kekaburan antara otentisitas dan artifisialitaas komunikasi itu sendiri

Secara politik homo digital telah melahirkan situasi kontradiktoris antara kebebasan dan kebenaran dan berkomunikasi. Komunikasi digital telah memberi kebebasan-bebebasan

komunikasi tanpa batas, tetapi kebebasan-kebebasan baru itu *de facto dan de jure* dilaksanakan sebagai era konfliktual. Apakah cukup dengan rasionalisasi, melainkan juga sentimentalisi ruang publik. Media komunikasi digital telah mengasingkan konsep-konsep klasik tentang kebenaran dan menyisahkan kebenaran performatif sebagai tipe kebenaran yang berlaku di dalam ruang maya.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Fikri Amiruddin Ihsani , Novi Febriyanti, Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial e-ISSN: 2745-5920 Vol. 02, Nomor 01, February 2021, Hal. 24 – 35 p-ISSN: 2745-5939.
- Cangara, Hafied. 2016. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Capurro, Rafael, *Homo Digitalis. Beiträge zur Ontologie, Anthropologie und Ethik der digitalen Technik*, Wiesbaden: Springer VS, 2017.
- F. Budi Hardiman, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pelita Harapan, Jl. M.H Thamrin Boulevard 1100, Tangerang, 15811. E-mail: fransiscoergosum@gmail.com.
- Harari, Yuval Noah, *Sapiens. Riwayat Singkat Umat Manusia*, Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, cetakan ke-8, 2019.
- Harari, Yuval Noah, *Homo Deus. Masa Depan Umat Manusia*, Tangerang 192 *Manusia Dalam Prahara Revolusi Digital (F. Budi Hardiman)* Selatan: Pustaka Alvabet, cetakan ke-3, 2018.
- Heidegger, Martin, *Sein und Zeit*, paragraf 12, Tübingen: Max Niemeyer, 2001.
- Hobbes, Thomas, *Leviathan*, bab 13, Reclam, Stuttgart, 1980.
- Kneer/Nassehi, Niklas *Luhmanns Theorie sozialer Systeme. Eine Einführung*, München: Wilhelm Fink, 1997.
- Montag, Christian, *Homo Digitalis. Smartphones, soziale Netzwerke und das Gehirn*, Wiesbaden: Springer, 2018.
- Sloan, Luke et.al. (ed.), *The Sage handbook of Social Media Research Methods*, Los Angeles: Sage, 2017.