

ETIKA BERAPOLOGIA DI MEDIA SOSIAL

Herbin Simanjuntak¹, Feri Aman Mendrofa²

Prodi Teologi Sekolah Tinggi Teologi Lintas Budaya Batam¹

Prodi Teologi Sekolah Tinggi Teologi Tabgha Batam²

bcoci@yahoo.com¹, feri@st3b.ac.id²

Abstract

This paper tries to bring the reader not to separate ethics in the implementation of apologia on social media. Some of the apologetic dialogues that are displayed are more or less often dragged out of Christian ethics which should still be practiced under any circumstances. As a result, apologetic activities are no longer a blessing and can even lead to legal consequences. Through this research, the writer wants the practitioners of Christian faith defenders not to separate ethics from a Christian perspective in apologizing. The preparation of this paper uses a qualitative research method where the author bases the writing of this research on the phenomena that the author observes from social media. Data collection was carried out by the authors through field observations sourced from apologists' writings and videos that had been published on social media platforms and researching various theoretical studies from previous research, namely through scientific research journals and books related to research variables. From this paper, it is found that the opportunity for apologetics on social media is increasing and there is an increasing need for Christian ethics in communicating Christian doctrine on social media. From this review, the author concludes that the ethics of apologizing for that are urgently practiced today are speaking politely, being calm, avoiding hoaxes, and avoiding hate speech.

Keywords: Christian Ethics, Apologia, Social Media, Communication Ethics, Christian Faith

Abstrak

Tulisan ini berusaha membawa pembaca untuk tidak memisahkan etika pada pelaksanaan apologia di media sosial. Beberapa dialog apologia yang ditampilkan sedikit banyak sering terseret keluar dari etika Kristen yang seharusnya tetap dipraktikkan dalam keadaan apapun. Dampaknya kegiatan apologia tidak lagi menjadi berkat bahkan dapat berujung pada kosekuensi hukum. Melalui penelitian ini penulis menginginkan para praktisi pembela iman kristen tidak memisahkan etika menurut persepektif kristen dalam berapologia. Penyusunan tulisan ini memakai metode penelitian kualitatif dimana penulis mendasarkan penulisan penelitian ini pada fenomena yang penulis amati dari media sosial. Pengumpulan data dilakukan penulis melalui observasi lapangan yang bersumber dari tulisan dan video apologis yang telah dipublikasikan di platform media sosial dan meneliti berbagai kajian teori dari penelitian terdahulu yaitu melalui jurnal penelitian ilmiah dan buku buku terkait variabel penelitian. Dari tulisan ini didapatkan besarnya peluang berapologia di media sosial semakin meningkat dan semakin dibutuhkan etika kristen dalam mengkomunikasikan doktrin kristen di media sosial. Dari ulasan tersebut maka penulis menyimpulkan etika berapologi yang urgen dipraktikkan saat ini adalah berbahasa sopan, bersikap tenang, menghindari hoaks dan menghindari ujaran kebencian.

Kata Kunci: Etika Kristen, Apologia, Media Sosial, Etika Komunikasi, Iman Kristen

PENDAHULUAN

Tulisan ini dimulai dengan pengamatan penulis terhadap perkembangan apologia Kristen yang semakin mudah ditemukan di berbagai platform media sosial. Perkembangan ini dapat terlihat dari meningkatnya para pengguna media sosial dalam membuat, menyenangi dan mendiskusikan tulisan, video ataupun dialog yang terkait dengan doktrin kekristenan. Disadari atau tidak media sosial telah membentuk sebuah cara baru dalam menyebarkan pandangan mengenai ajaran kekristenan. Media sosial telah mempengaruhi para apologet Kristen untuk menjadikannya sarana pekabaran injil. Apologet Kristen melihat sarana media sosial merupakan sebuah peluang besar karena dapat menjangkau massa yang lebih banyak dari sisi kuantitas.

Penggunaan media sosial sebagai tempat publikasi memang terbukti dapat menjangkau siapa saja dan dimana saja selagi perangkat yang dipakai terhubung dengan jaringan internet. Saat ini media Koran dan televisi bukanlah media utama bagi masyarakat di era ini. Lebih dari 50% masyarakat ingin mencari dan memuaskan kebutuhan mereka akan sumber informasi melalui media sosial. Media sosial telah menjadi pendamping hidup setiap orang karena tidak dapat dipungkiri dari masyarakat Indonesia 80% telah mempunyai gawai dan terakses ke internet (Farid, Farhatin, and Pratiwi 2021, 98).

Meskipun sebagai sarana yang mudah dalam penyebaran informasi, penggunaan media sosial juga harus dibarengi dengan pengimplementasian etika. Media sosial tidak dapat dilepaskan dari etika karena pengguna dari pada media sosial adalah manusia yang memiliki keteraturan hidup. Besley & Chadwick menyatakan bahwa Arus komunikasi di media sosial sama halnya seperti dalam kehidupan nyata, tidak luput dari pentingnya menjunjung tinggi etika berkomunikasi. Kebebasan di media sosial bukanlah kebebasan tanpa batas. Sebaliknya, perlu tetap memperhatikan nilai, norma, dan aturan kemanusiaan layaknya berinteraksi di dunia nyata.

Johannesen dan Mutiah juga menambahkan etika bukan sekadar tuturan yang dituliskan, melainkan juga ada maksud baik yang dinyatakan dengan kesabaran dan empati dalam berkomunikasi sehingga menciptakan keharmonisan berkomunikasi, saling menghargai, saling mendukung, dan saling menghormati di antara sesama pengguna media sosial (Farid, Farhatin, and Pratiwi 2021, 130).

Penggunaan media sosial dalam melakukan apologia merupakan langkah yang tepat namun para apologet juga harus memperhatikan etika dalam melakukannya. Seperti diketahui bangsa Indonesia terdiri dari berbagai suku, agama dan ras. Mempublikasikan pengetahuan sebuah keyakinan beragama pasti menimbulkan reaksi dari para pengaksesnya. Reaksi ini dapat berupa tanggapan secara langsung, diskusi dan tidak tertutup pada kemungkinan sampai pada perdebatan yang sengit. Di sini etika seorang apologet akan diuji. Apakah menghidupi Etika seorang Kristen yang berdasarkan Firman Tuhan atau terpancing dengan situasi akibat tanggapan yang sering tidak sesuai dengan harapan. Seharusnya apologet harus menyadari bahwa reaksi yang menimbulkan tanggapan merupakan sebuah hal yang wajar dalam apologia. Apologet harus melihat tanggapan itu sebagai pembandingan dan penguji materi apologia. Sayangnya beberapa apologet terpancing dengan menjadikan diskusi dan debat untuk menyerang pribadi dari lawan bicara. Apologia bukan lagi dipakai untuk membagi atau membela doktrin kekristenan namun lebih banyak bergeser pada penyerangan pribadi dari lawan diskusi dan debat. Akibatnya, dialog apologia menjadi sebuah tempat mengolok olok, pembunuhan karakter, fitnah dan tidak sedikit yang berujung kepada pelaporan kepada pihak berwajib yang malah membuat terjadinya permusuhan dan kebencian antar satu dengan lainnya. Hal ini sebenarnya dapat diantisipasi jika para apologet iman Kristen dapat mempraktikkan etika komunikasi ketika berdiskusi di media sosial. Melakukan apologia merupakan kepedulian kepada iman Kristen untuk

mempertanggungjawabkannya di hadapan umum namun sekaligus juga bukan merupakan cara untuk menambah kebencian dan permusuhan dengan orang lain. Seorang apologet harus kembali mengingat bahwa tugas melakukan apologia adalah untuk mempertanggungjawabkan dan mengemukakan pandangan iman, bukan memaksa orang lain menerima argumen yang dipaparkannya.

Beberapa penelitian mengenai implementasi etika kristen di media sosial telah dibahas secara umum oleh beberapa peneliti. Dari penelitian terdahulu yang dikumpulkan penulis rata rata lebih banyak mengarahkan bagaimana etika kristen diimplementasikan pada media sosial dan bagaimana komunikasi seharusnya harus tunduk kepada etika kristen (Waruwu, Arifianto, and Suseno 2020; Belo 2021; Simon, Lie, and Komaling 2021; Suyadi et al. 2021) namun dalam penelitian ini penulis menyingung etika kristen di media sosial tetapi lebih menekankan pada praktik apologia yang saat ini tengah meningkat. Penulis melihat etika kristen sangat penting di media sosial termasuk dalam pelaksanaan apologi karena penulis menyadari pendengar dari apologia bukan hanya melihat isi dari pembelaan apologet mengenai iman kristen tetapi juga mengamati bagaimana apologet menghidupi ajaran yang sedang disampaikannya.

Pelaksanaan penelitian ini memiliki urgensi dalam kekeristenan. Penggunaan media sosial dalam mengabarkan ajaran kristen pasti akan terus berkembang seiring perkembangan teknologi media sosial. Melalui penelitian ini etika kristen diperhatikan para apologet dalam pelaksanaan apologia. Meskipun respon dan tanggapan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan tetapi etika kristen harus dikedepankan.

METODE PENELITIAN

Penulisan ini menggunakan metode penelitian kualitatif dimana penulis mendasarkan penulisan penelitian ini pada fenomena yang penulis amati dari media sosial. Pengamatan ini didasarkan pada

sebuah keyakinan bahwa ada sesuatu yang harus diperhatikan dalam berapologia yaitu terkait etika komunikasi dalam mempraktikkan pembelaan kristen di media sosial. Pengamatan ini kemudian berlanjut dengan pengumpulan data untuk menguatkan fenomena. Pengumpulan data dilakukan penulis melalui observasi lapangan yang bersumber dari tulisan dan video apologis yang telah dipublikasikan di platform media sosial. Untuk membandingkannya dengan penelitian lain maka penulis memakai pendekatan studi kepustakaan untuk meneliti berbagai kajian teori dari penelitian terdahulu yaitu melalui jurnal penelitian ilmiah dan buku buku terkait variabel penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian Apologia dan Perkembangannya

Secara umum kata apologia berasal dari bahasa Yunani *ἀπολογία* dimana kata ini kemudian diartikan menjadi pertanggungjawaban. Di bukunya Josh Mc. Dowel menjelaskan akar kata pertanggungjawaban didapatkan dari hasil penerjemahkan ke apologia ke dalam bahasa inggris yaitu *defense*, kemudian diterjemahkan kembali ke dalam bahasa indonesia menjadi pertanggungjawaban atau pembelaan. Kata ini kemudian telah dipakai sebanyak delapan kali dalam berbagai ayat dalam perjanjian baru (Dowel 2002, 19). Istilah apologia ini kemudian dihubungkan dengan iman Kristen sehingga berkembang menjadi pemberian pertanggungjawaban, pembelaan dan penjelasan kepada orang lain mengenai dasar iman Kristen. Saat ini apologia telah berkembang menjadi sebuah disiplin ilmu yang disebut Apologetika Kristen dan diharapkan melalui pembelajaran ilmu ini seorang Kristen diharapkan dapat memahami imannya dengan benar dan juga mampu menjelaskannya kepada orang lain. Harapan ini sejalan dengan apa yang telah dituliskan oleh Frame dalam bukunya yaitu apologetika Kristen mengajar orang Kristen bagaimana memberi pertanggungjawaban tentang pengharapannya (Frame 2018, 45).

Orang yang melakukan kegiatan

apologi disebut Apologet, dan jika ditilik secara historis perkembangan doktrin kekristenan tidak terlepas dari usaha apologia yang dilakukan apologet-apologet Kristen sepanjang sejarah gereja. Sejak masa para rasul dan bapa bapa gereja, kekristenan telah dituntut untuk memberi pertanggungjawaban kepada pendengar injil atas pengajaran dan keyakinannya kepada Kristus. Tuntutan itu harus dimaklumi mengingat gereja lahir dari kelompok masyarakat yang mempunyai keyakinan, baik itu dari Yudaisme maupun berbagai kepercayaan yang telah berkembang saat itu di bawah kekuasaan kekaisaran Romawi. Perjumpaan antara iman Kristen dengan berbagai kepercayaan yang telah ada menghasilkan tuduhan serius untuk mendiskreditkan kekristenan di tengah tengah masyarakat umum. Untuk membela kepercayaan Kristen dari berbagai tuduhan yang sengaja dilontarkan, para rasul dan bapa bapa gereja melakukan apologia sebagai usaha menjelaskan iman Kristen kepada khalayak umum.

Bentuk apologi para rasul pada awal mula kekristenan lebih banyak memakai pembelaan secara lisan. Namun di abad ke dua sewaktu beralihnya kepemimpinan gereja dari para rasul ke para bapa bapa gereja, apologia juga melahirkan gaya baru yaitu dengan menulis pembelaan atas serangan yang mempertanyakan doktrin kekristenan. Bentuk baru tersebut dilatarbelakangi karena di dalam berbagai persidangan yang digelar untuk mengadili orang-orang Kristen, mereka tidak diberi waktu untuk membela iman yang mereka yakini. Fakta ini didukung tulisan Berkhof dan Enklaar yang menjelaskan jika pada abad ke II (dua) orang-orang terpelajar mulai menyusun pembelaan pembelaan iman Kristen yang menyerang doktrin kekristenan. Salah satu bapa gereja yang terkenal adalah Justinus Martyr yang mengarang kitab "Apologi" dan Percakapan dengan Triphon orang Yahudi". Materi materi pembelaan itu kemudian menjadi gaya pembelaan umum yang dipakai para apologet yang kemudian melahirkan kitab kitab pembelaan iman Kristen yang terkenal (H. Berkhof & I.H. Enklaar 2009, 18).

Dari penjelasan yang dimulai dari pengertian apologi sampai pada bentuk apologia para apologet Kristen telah menjelaskan bahwa usaha para tokoh Kristen untuk membela doktrin kekristenan telah berjalan mulai abad pertama sampai sekarang ini, atau boleh dikatakan sepanjang adanya sejarah gereja. Hasil teologi Kristen yang dimiliki gereja saat ini merupakan respon yang panjang para apologet Kristen membela pengajaran kristen dari berbagai serangan yang dilancarkan lingkungan dimana gereja bertumbuh. Usaha apologia para apologet telah memunculkan teologi Kristen yang menurut Paul Enns dapat dibagi dalam empat kurun waktu yaitu Teologi Abad Permulaan (1 s/d 590 AD), Teologi Abad Pertengahan (590 s/d 1517 AD), Teologi Reformasi (1517 s/d 1750) dan Teologi Modern (1750 s/d sekarang) (Enns 2004, 20–23). Adanya teologi teologi di sepanjang abad yang diwariskan sampai saat ini membuktikan bahwa kebenaran doktrin kristen telah dibela dengan baik. Harus diakui pembelaan pembelaan ini telah membuat eksistensi kekristenan dapat bertahan sampai pada hari ini. Memang providensia Allah sebagai faktor utama tetapi harus diingat tanpa orang Kristen yang mau mengabarkan injil kepada orang lain maka dapat dipastikan kekristenan menjadi sebuah keyakinan yang kecil dan terpingirkan.

Perkembangan Media Sosial

Perkembangan media sosial tidaklah terlepas dari perkembangan internet yang saat ini dapat dipakai untuk mengakses berbagai media sosial. Internet adalah singkatan *Interconnection Networking* yaitu system yang menghubungkan jaringan komputer secara global dengan menggunakan standar internet protocol suite (Ghobadi 2020, 68). Dilihat dari sejarah penggunaannya, internet mulai digunakan pada tahun 1969 oleh badan DARPA (Defense Advanced Research Project) dari departemen pertahanan amerika serikat dengan tujuan keperluan militer. Kemudian berkembang dipakai secara umum dan pada tahun 1990 telah dipakai

hingga pada tahun 2000 telah menghubungkan seluruh dunia (Solusindo 2008, 2). Pesatnya penggunaan internet dalam menghubungkan berbagai perangkat telah menyebabkan munculnya berbagai media sosial seperti facebook, youtube, instagram, twitter, whatsapp dan lain lain. Kemunculan berbagai aplikasi media sosial ini telah memudahkan para penulis maupun creator video untuk dapat mempublikasikan berbagai konten baik itu bentuk tulisan maupun audio video yang diakses oleh banyak orang. Adanya media media sosial telah membentuk sebuah komunitas yang disebut jejaring sosial yang dapat diartikan sebagai komunitas pengguna yang berbasis media sosial.

Dari tulisan Linda ikawati dapat dipahami bahwa media sosial sendiri diartikan sebagai sebuah laman atau aplikasi yang memungkinkan penggunaannya dapat membuat, berbagi dan berinteraksi dengan pengguna lain. (Ikawati 2018, 224) Interaksi di media sosial telah membuat para pengguna untuk langsung berkomunikasi tanpa batasan jarak yang memisahkan. Media sosial telah membantu menghubungkan siapa saja selagi berada dalam jaringan internet. Meningkatnya para pengguna media sosial juga disebabkan semakin banyaknya pengguna yang berkreasi menghasilkan konten-konten menarik. Pengguna yang berkreasi ini disebut kreator konten telah membuat media sosial menjadi tempat menarik untuk diakses banyak orang. Ketertarikan itu bukan tanpa alasan, dari media sosial seseorang dapat mendapatkan berbagai informasi yang dibutuhkan dan dapat berinteraksi dan berdiskusi untuk menindaklanjuti informasi tertentu sehingga di abad modern ini media sosial telah menjadi gaya dan bagian hidup masyarakat yang tidak terpisahkan.

Peluang Apologia di Media Sosial

Penggunaan media sosial sebagai sarana apologia doktrin kristen boleh dikatakan memiliki peluang perkembangan yang besar. Peluang itu dapat dilihat dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang dapat mengakses jaringan internet. Menurut hasil survei, yang dilakukan pada tahun 2018

Indonesia menduduki peringkat keempat di dunia yang paling banyak menggunakan waktu untuk internet bisa mencapai 8 jam dalam sehari (Waruwu, Arifianto, and Suseno 2020, 44). Berdasarkan hasil riset Wearesosial Hootsuite yang dirilis Januari 2019 pengguna media sosial di Indonesia mencapai 150 juta atau sebesar 56% dari total populasi. Jumlah tersebut naik 20% dari survei sebelumnya. Sementara pengguna media sosial mobile (gadget) mencapai 130 juta atau sekitar 48% dari populasi (Ikawati 2018, 223). Penemuan ponsel pintar (Smartphone) semakin memperbesar peluang yang ada. Smartphone yang dapat dibawa ke mana saja telah mendukung para penggunanya untuk dapat melakukan pencarian berbagai informasi dalam waktu yang sangat singkat. Fenomena ini sering dianalogikan dengan istilah dunia berada dalam genggaman (Sari et al. 2018, 3:69). Istilah ini bukan tanpa alasan, kemampuan smartphone mengakses internet dengan cepat telah memungkinkan penggunaannya untuk dapat secara langsung berinteraksi dan berdialog. Apologia Kristen baik itu dalam bentuk tulisan dan audio video dapat segera tersampaikan dan kemudian dapat ditanggapi secara langsung oleh penerima. Situasi ini sangat jauh berbeda sebelum media sosial dipergunakan sebagai media dalam berapologia. Dibutuhkan pendanaan, kesiapan tempat, persiapan perencanaan yang lama, baik dalam melaksanakan kegiatan maupun sekedar menghadirkan peserta.

Peluang menggunakan Media sosial dalam berapologia dapat disimpulkan disebabkan efisiensi waktu dan biaya pelaksanaan. Media sosial telah memungkinkan para penyelenggara kegiatan apologia dapat menghemat dana dan menghemat tenaga dalam mempersiapkan invent dialog antar lintas agama. Dengan bermodalkan alat-alat teknologi informasi saja, kegiatan dapat dilaksanakan. Hal ini menjawab mengapa semakin banyaknya berbagai tulisan, diskusi dan debat mengenai iman Kristen di media sosial. Siapapun dapat yang melakukannya dan bisa dimana saja dengan bermodalkan Smartphone dan

jaringan internet yang stabil.

Peluang apologi juga semakin besar karena Indonesia memasuki sebuah masa yang disebut bonus demografi 2045 yang artinya akan menjadi sebuah negara yang memiliki generasi muda yang besar. Dari fakta ini maka dapat disimpulkan anak-anak muda yang berdomisili di Indonesia akan terus bertambah. Saat ini saja mayoritas pemakai internet adalah masyarakat yang berumur 15-19 tahun (Panuntun 2020, 20). Data ini akan terus bertambah seiring tahun 2045. Tingginya anak-anak muda yang melek teknologi berdampak pada tingginya penggunaan media sosial dan ini merupakan peluang besar bagi para apologet untuk terus berapologia mengingat akan semakin tingginya peminat yang akan tertarik pada tulisan dan diskusi mengenai iman Kristen.

Tantangan berapologia di media sosial

Peluang yang terbuka lebar bukan juga tidak memiliki tantangan dalam berapologi. Sesuai hukum yang berlaku di Indonesia menyudutkan kepercayaan tertentu dapat dituntut secara pidana dengan pasal penistaan agama. Pasal ini dibuat dengan tujuan untuk menertibkan masyarakat beragama yang hidup dalam masyarakat plural. Namun tidak sedikit diskusi-diskusi yang tidak berhati-hati telah terjatuh melalui pasal ini sehingga mengakibatkan apologet dihukum dan ditahan dalam penjara. Tantangan yang telah terjadi ini merupakan sebuah evaluasi bagi para apologet bagaimana berapologia tanpa melanggar batas-batas norma hukum yang berlaku di Indonesia.

Berbagai konten di media sosial diatur dalam undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE). Pasal ini mengatur penghinaan, pencemaran nama baik, menyebar kabar bohong dan ujaran kebencian. Apologia sebagai konten dalam media sosial juga turut diatur melalui undang-undang ini sehingga sebaiknya para pembuat konten apologia harus memperhatikan pasal ini agar tidak jatuh dalam tuntutan pidana dari pengguna media sosial lainnya.

Etika Media Sosial

Perkembangan dunia media sosial

saat ini telah berkembang sangat pesat sehingga menimbulkan tidak sedikit masalah yang bersentuhan dengan dunia etika. Dunia etika diharapkan akan berperan sebagai barometer perilaku manusia dalam dunia komunikasi sosial. Apakah perilaku itu dapat dibenarkan atau tidak (William Chang 2018, 71). Tingginya penggunaan media sosial ternyata tidak berbanding lurus dengan penggunaan etika di dalamnya. Hampir sering ditemukan dalam laporan pemberitaan ada kejahatan dan kriminalitas yang diawali dari penggunaan media sosial. Hal ini dimulai dari beberapa oknum yang melepaskan media sosial dengan etika sosial masyarakat. Jika ditelusuri maka etika komunikasi adalah yang paling banyak dilanggar. Media sosial sebagai sarana komunikasi telah dianggap berbeda dengan komunikasi di ketika bertatap muka. Perbedaan ini membuat media sosial sering ditemukan komunikasi yang tidak etis dari penggunaannya.

Pengguna media sosial seharusnya juga melakukan media sosial seperti lingkungan di dunia nyata, saling menghargai adalah kunci pelaksanaan etika. Media sosial yang sangat luas tidak boleh menjadi sebuah komunitas barbar yang tidak bermoral, sebaiknya komunitas ini layaknya komunitas yang adalah dalam dunia nyata harus juga mengimplementasikan etika dalam penggunaannya sehingga bermanfaat bagi orang lain. Jejaring media sosial dapat dikatakan merupakan sebuah komunitas dan sudah sepatutnya para penggunaannya menerapkan etika di dalamnya. Etika yang dimaksud adalah etika komunikasi karena media sosial adalah sarana komunikasi yang menghubungkan penggunaannya.

Apologia Sebagai Komunikasi

Komunikasi merupakan bentuk interaksi yang dilakukan manusia kepada sesamanya. Interaksi ini diungkapkan dalam bentuk lisan, tulisan, visual maupun penggunaan bahasa tubuh. Hal ini sejalan dengan tulisan Wiryanto yang mengutip Shannon & Weaver dengan mendefinisikan komunikasi sebagai bentuk interaksi manusia dimana secara sengaja maupun tidak disengaja terjadi.

Ada upaya saling mempengaruhi antara satu dengan yang lain (Wiryanto 2004, 7). Apologi Kristen dapat digolongkan dalam bentuk komunikasi karena merupakan sebuah usaha mempengaruhi orang lain melalui tulisan dan lisan. Karena apologia merupakan sebuah komunikasi maka pelaksanaan apologia tidak terlepas dari etika komunikasi, sekalipun itu dilakukan di media sosial. Komunikasi yang baik akan dapat menyampaikan maksud dari komunikator ke komunikan yang akhirnya sama sama memahami pesan pesan yang disampaikan. Apologia adalah sebuah pesan pembelaan atau pertanggungjawaban yang akan disampaikan kepada orang lain. Pesan yang terkandung dalam apologia harus dapat ditangkap oleh pendengar sesuai dengan maksud dari si penyampai, kegagalan dalam hal ini disebut missskomunikasi yang mengakibatkan adanya kesalahpahaman antara komunikator dan komunikan. Jadi sebagai sebuah komunikasi apologia sebaiknya memperhatikan komunikan yang akan mendengar pesan, baik itu secara latar belakang, pendidikan dan budaya. Perhatian akan hal itu bertujuan supaya penerima pesan dapat sepenuhnya memahami pesan apologia itu dengan baik.

Etika Komunikasi Media Sosial

Etika berasal dari kata Yunani Ethos yang akar katanya kandang kuda dan dapat diartikan sebagai suatu ilmu tentang norma norma. Ilmu ini mencari dasar dasar utama yang menentukan hal hal yang wajib atau merupakan keharusan (R.C Sproul 2005, 7). Pengertian ini menguatkan bahwa Etika secara umum dipandang sebagai norma yang dipakai di tengah tengah masyarakat untuk dijadikan pedoman dalam menjalani kehidupan. Komunitas di media sosial tidak ubahnya merupakan komunitas di dunia nyata. Perbedaannya adalah sarana berkumpulnya yang melalui dunia maya yang dihubungkan dengan internet. Meskipun media sosial yang dipakai dapat diakses secara pribadi tetapi tanggung jawab etika komunikasi publik haruslah dijunjung tinggi. Beberapa kasus yang viral

karena melanggar etika sosial masyarakat kerap menghiasi pemberitaan. Kasus kasus ini disebabkan beberapa pengguna menganggap bahwa media sosial adalah sebuah tempat dimana mereka sebebas bebasnya dapat melakukan segala sesuatu. Padahal sebagai makhluk sosial yang beradab dimanapun dan kapanpun itu tetap harus menjunjung tinggi etika sebagai manusia.

Pelanggaran etika berkomunikasi di media sosial akan mengakibatkan sanksi baik secara sosial maupun secara pidana. Sanksi sosial yang diterima si pelanggar dapat berupa pengucilan dari komunitas media sosial. Sering didengar bagaimana para pengguna media sosial yang disebut netizen melakukan penyerangan di akun akun media sosial pelanggar etika. Selain itu sanksi secara pidana dimungkinkan karena komunikasi media sosial saat ini telah diatur undang undang yang masuk dalam ranah Undang undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE). Melalui undang undang ini pengguna yang merasa dirugikan dalam komunikasi di media sosial dapat menuntut pelanggar etika dalam jalur pidana.

Etika berapologetika di media sosial

Media sosial dapat dikatakan sebuah ruang publik yang ada dalam jaringan. Di dalam penggunaan media sosial sebagai sebuah sarana sosial maka pengguna seharusnya memperhatikan unsur etika supaya tidak terjadi kerugian bagi pihak tertentu yang dapat berujung pada tindakan pelanggaran hukum (Afriani and Azmi 2020, 332). Penulis telah menjelaskan apologia merupakan komunikasi dan oleh sebab itu apologia membutuhkan etika yang telah diterima oleh masyarakat pada umumnya. Media sosial yang dipakai dalam berapologia juga tidak terlepas dari etika yang harus dijunjung tinggi oleh para penggunanya. Pengabaian etika dalam berapologia akan mengakibatkan komunikasi tidak akan tersampaikan dengan baik, malah berakibat pada sebuah kesalahpahaman. Di pendahuluan tulisan ini penulis telah menyinggung bahwa tidak sedikit dari para apoleget yang saling menyerang satu

sama lain secara tidak etis, melakukan ujaran kebencian bahkan sampai pada pelaporan kepada pihak berwajib. Untuk meminimalisasikan hal tersebut maka dalam tulisan ini akan mengangkat beberapa etika penting ketika berapologetika di media sosial antara lain:

Berbahasa Sopan

Sopan dapat berarti tertib menurut norma yang berlaku, berbahasa sopan adalah berkomunikasi dengan tunduk pada norma norma yang berlaku. Tidak dapat disangkal pelaksanaan apologia terkadang dilakukan dengan komunikasi dalam bentuk tulisan yang tajam dan intonasi lisan yang keras. Hal ini sebenarnya lumrah saja apabila tulisan dan lisan masih mencerminkan penghormatan kepada lawan bicara. Namun dapat dikategorikan berbahasa tidak sopan jika tulisan dan lisan yang dipakai sudah merendahkan pengguna lawan bicara di media sosial. Dasar terciptanya sopan santun dalam berkomunikasi didasarkan kepada sikap menghargai atau menghormati seorang kepada yang lainnya. Ini merupakan ciri khas manusia yang berakal budi (Palupi and Endahati 2019). Apabila penghargaan dan penghormatan ini telah dikedepankan maka dapat dipastikan akan timbul keinginan memperlakukan lawan bicara dengan baik.

Sebagai komunikasi apologi bertugas menjelaskan kepada pendengar, lawan bicara ataupun penerima mengenai iman Kristen. Etika berbahasa sopan ini harus diterapkan mengingat apologi merupakan bagian dalam pekabaran injil kepada orang lain. Paulus dalam tulisannya kepada jemaat korintus menjelaskan bahwa "Tetapi aku melatih tubuhku dan menguasainya seluruhnya, supaya sesudah memberitakan Injil kepada orang lain, jangan aku sendiri ditolak" (1 Korintus 9:27). Sebagai seorang rasul yang memberitakan injil, rasul Paulus telah mengawasi dirinya jangan sampai ditolak. Pengawasan dilakukan dengan berusaha menguasai diri ketika mengabarkan injil. Penguasaan diri adalah sesuatu yang harus dimiliki para apologet ketika berdiskusi. Ada banyak kemungkinan emosi dari apologet

terpancing mengikuti alur lawan bicara. Akibatnya tata komunikasi menjadi tidak terkendali dan keluar dari jalur etika kesopanan.

Bersikap Tenang

Pelaksanaan diskusi ataupun debat membutuhkan sikap yang tenang. Ketenangan membuat apologet dapat bertahan untuk tidak terpancing ketika adanya kritikan. Dalam alur diskusi dan debat, kepanikan dapat saja melanda seorang apologet karena pemahamannya diserang dan dikuliti lawan bicara. Rasa panik ini memang sengaja dilemparkan lawan untuk membuat apologet tidak lagi tenang dalam berbicara. Kepanikan ini juga dipakai untuk memancing emosi sehingga tidak lagi fokus kepada materi apologi tetapi terseret kepada pembelaan diri. Kritikan merupakan hal yang tidak dapat dihindari tetapi seharusnya seorang apologet menjadikan kritikan sebagai pembandingan dan penguji yang membuat kualitas materi apologia semakin berkualitas.

Kepanikan disebabkan oleh banyak hal, mulai dari penguasaan materi yang kurang mumpuni, kurangnya pengalaman berdialog, ketidakmampuan menerima kritik dan argumen lawan sampai pada ketidaksiapan menerima komentar yang bernada merendahkan. Penyebab kepanikan ini dapatantisipasi dengan ketenangan apologet mengikuti proses dialog dan debat tersebut. Apabila apologet tidak dapat tenang dan menguasai dirinya maka orang yang mengikuti dialog akan langsung menilai apologet tidak tenang dan menguasai dirinya dalam berdialog. Untuk mencapai ketenangan dibutuhkan keluasan hati untuk dapat menerima berbagai argumen dari pihak lawan sekalipun itu menyebabkan rasa sakit karena sebuah keyakinan yang sungguh sungguh diyakini dikecilkan oleh lawan. Ketidaktenangan jangan merusak pembelaan pembelaan yang telah dilakukan. Seorang apologet harus menyadari tujuannya yaitu menyampaikan, tugas menginsafkan adalah bagian dari pada Allah Roh Kudus. Setidaknya dengan bersikap tenang apologet dapat memberikan argument

yang logis yang dapat diterima para pendengarnya.

Menghindari Hooks

Di era internet saat ini, mengakses sumber data banyak tersedia di berbagai media sosial. Berbagai data tersebut bebas dibagikan oleh siapa saja tanpa ada filter yang memvalidasi kebenaran data itu. Data yang tersedia pada akhirnya juga dapat disusupi data data hoaks yang sengaja disebar oleh beberapa orang untuk mencapai tujuan tertentu. Permasalahan yang sering dihadapi dalam penggunaan media sosial adalah banyaknya hoaks yang menyebar luas, bahkan orang terpelajarpun tidak dapat membedakan mana berita yang benar dan hoax (Rahadi 2017, 59). Harus diakui membedakan sebuah data fakta dan hoaks dalam di media sosial merupakan sebuah pekerjaan yang gampang gampang sulit. Perlu ada usaha lebih untuk mengecek keaslian sebuah data tersebut.

Salah satu pendekatan metodologi dalam apologetika adalah metode Evidential. Metodologi ini berusaha membuktikan doktrin kekristenan melalui berbagai bukti bukti yang dapat diterima secara umum. Tujuan pemberian bukti ini adalah mempengaruhi lawan menerima apologia yang disampaikan. Tentunya berbagai bukti ini telah diyakini apologet dalam keakuratannya. Sebagai pembuktian data maka pelaksanaan metodologi ini akan saling membandingkan data dengan lawan bicara. Dengan membandingkan berbagai data maka pembuktian sebuah kebenaran dapat terlihat. Namun proses mengadu data kepada lawan bicara dapat melemahkan argument apabila ternyata data yang dipakai adalah hoaks. Apabila data tersebut terindikasi hoaks maka argumen argumen yang sudah dibangun seorang apologet akan terbuang sia sia. Untuk itu tidak disarankan seorang apologet mempunyai data mentah yang belum divalidasi kebenarannya dan lemah keakuratannya yang berpotensi terindikasi data hoaks. Data data yang bersifat hoaks ini akan merugikan apologet karena dapat saja data itu dibantah dengan mudah dan pendengar atau lawan bicara

menganggapnya seorang pembohong yang sengaja mencari data data yang bukan fakta untuk mencari sebuah pembenaran.

Menghindari Ujaran Kebencian

Berapologia adalah bertukar pendapat dengan lawan bicara, yang diserang adalah pandangan dan argument lawan bicara. Namun sering terjadi dengan tujuan menjatuhkan psikologi lawan bicara dan tanpa disadari telah melakukan ujaran kebencian. Ujaran kebencian dapat dimaknai sebagai perkataan, perilaku, dan tulisan yang dilakukan oleh individu atau kelompok dalam bentuk provokasi, hasutan, atau hinaan kepada individu atau kelompok lain. Ujaran kebencian biasanya menyentuh banyak aspek mulai dari ras, warna kulit, etnis, gender, kecacatan, orientasi seksual, kewarganegaraan, hingga agama dan lain-lain (Anggraeni and Adrinoviarini 2020, 104). Ujaran ini lebih menargetkan pribadi lawan bicara dari pada menyerang pandangan dan argumennya.

Di awal sub tema ini sudah disampaikan bahwa penghargaan kepada lawan bicara haruslah dijunjung tinggi dalam melakukan apologia, melakukan ujaran kebencian merupakan usaha merendahkan lawan bicara dengan menggunakan atribut yang melekat pada diri lawan. Komentar ini dapat menghalangi komunikasi yang telah terbangun menjadi rusak karena akan menimbulkan sakit hati dari lawan bicara. Tidak sedikit orang orang yang menjadi bermusuhan, saling membenci setelah melakukan dialog dan debat, jika hal itu lumrah saja di kalangan perdebatan umum maka dalam memberikan pertanggungjawaban iman Kristen seorang apologet bukan berusaha mencari musuh baru tetapi mencari orang orang untuk meyakini Kristus sebagai Tuhan dan Juruselamat. mempraktikkan ujaran kebencian membuktikan seorang apologet tidak konsisten akan pengajaran Yesus yang tidak pernah berdebat dengan melakukan penghinaan secara fisik.

Apologia yang dilakukan di media sosial akan dilihat oleh siapa saja. Usaha melakukan ujaran kebencian

menimbulkan menurunnya rasa hormat pendengar kepada apologet. Etika ini merupakan etika yang telah diterima secara umum yang juga diatur dalam undang-undang. Komentar yang bernada ujaran kebencian tidak menghasilkan apa-apa tetapi mengakibatkan penilaian orang lain menjadi buruk. Persepsi komunitas yang terbentuk akan susah untuk mengubahnya. Persepsi ini akan menjadi sanksi sosial yang akan terus diingat orang yang dampaknya lebih parah dari pada hukuman pidana.

SIMPULAN

Tulisan ini telah dengan panjang lebar menjelaskan bagaimana situasi apology yang tengah berkembang di media sosial, memang yang disinggung dalam tulisan ini merupakan sebuah bagian kecil dari komunitas para apologet yang gencar membela iman Kristen di media sosial. Seperti yang telah dijelaskan dalam abstrak bahwa tulisan ini membawa para pembaca untuk mengimplementasikan etika Kristen dalam berapologia di media sosial. Implementasi ini bertujuan mengevaluasi dan memberi penawaran bagaimana etika dapat diterapkan. Tulisan ini akhirnya menawarkan empat point penting etika dalam berapologia di media sosial. Point itu antara lain: Pertama, berbahasa sopan. Kedua, bersikap tenang. Ketiga, menghindari hoaks dan Keempat, menghindari ujaran kebencian. Diharapkan melalui empat point ini pelaksanaan apology Kristen dapat semakin menjadi berkat bagi pengguna media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, Febi, and Alia Azmi. 2020. "Penerapan Etika Komunikasi Di Media Sosial." *Journal of Civic Education* 3 (3): 331–38. <https://doi.org/10.24036/jce.v3i3.372>.
- Anggraeni, Dewi, and Adrinoviarini. 2020. "Strategi Pengawasan Terhadap Ujaran Kebencian Di Media Sosial Pada Pemilu." *AL WASATH Jurnal Ilmu Hukum* 1 (2): 99–116.
- <https://doi.org/10.47776/alwasath.v1i2.60>.
- Belo, Yosia. 2021. "Tinjauan Etika Kristen Terhadap Penggunaan Media Sosial." *Jurnal Luxnos* 7 (2): 288–302. <https://doi.org/10.47304/jl.v7i2.165>.
- Dowel, Josh Mc. 2002. *Apologetika: Bukti Yang Meneguhkan Kebenaran Alkitab*. Volume I. Malang: Gandum Mas.
- Enns, Paul. 2004. *The Moody Handbook of Theology Jilid 2*. Malang: Literatur SAAT.
- Farid, Naili Farhatin, and Fajri Rahma Pratiwi. 2021. "Media Instagram Sebagai Media Publikasi Karya Mahasiswa DKV ISI Surakarta Di Masa Pandemi Covid-19." *CITRAWIRA : Journal of Advertising and Visual Communication* 2 (1): 96–105. <https://doi.org/10.33153/citrawira.v2i1.3672>.
- Frame, Jhon M. 2018. *Apologetika: Sebuah Pembeneran Bagi Kepercayaan Orang Kristen*. Surabaya: Momentum.
- Ghobadi, Alcianno. 2020. "Sejarah Dan Perkembangan Internet Di Indonesia." *Jurnal Mitra Manajemen* 5.
- H. Berkhof & I.H. Enklaar. 2009. *Sejarah Gereja*. Jakarta: BPK Gunung Mulia.
- Ikawati, Linda. 2018. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Tindak Kejahatan Remaja." *Syariat: Jurnal Studi Al-Qur'an Dan Hukum* 4 (02). <https://doi.org/10.32699/syariat.v4i02.1179>.
- Palupi, Muncar Tyas, and Nafisah Endahati. 2019. "Kesantunan Berbahasa Di Media Sosial Online: Tinjauan Deskriptif Pada Komentar Berita Politik Di Facebook." *Jurnal Skripta* 5 (1). <https://doi.org/10.31316/skripta.v5i1.125>.
- Panuntun, Daniel Fajar. 2020. "Misi Apologetika Kristen Online Di Era Diruspsi." *Jurnal Apostolos* 2 (1): 19–20.
- R.C Sproul. 2005. *Etika Dan Sikap Orang Kristen*. Malang: Gandum Mas.
- Rahadi, Dedi Rianto. 2017. "Perilaku

- Pengguna Dan Informasi Hoax Di Media Sosial." *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 5 (1): 58–70. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v5i1.1342>.
- Sari, Astari Clara, Rini Hartina, Reski Awalia, Hana Irianti, and Nurul Ainun. 2018. *Komunikasi Dan Media Sosial. Jurnal The Messenger*. Vol. 3. <https://journals.usm.ac.id/index.php/the-messenger/article/view/270>.
- Simon, Simon, Tan Lie Lie, and Heppy Wenny Komaling. 2021. "Prinsip-Prinsip Etika Kristiani Bermedia Sosial." *Danum Pabelum: Jurnal Teologi Dan Musik Gereja* 1 (1): 56–68. <https://doi.org/10.54170/dp.v1i1.36>.
- Solusindo, E Media. 2008. *Membangun Komunitas Online Secara Praktis Dan Gratis*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Suyadi, Sri Lina BL Simorangkir, Yoel Tri Basuki, and Manahan Hutabarat. 2021. "Ritornera - Jurnal Teologi Pentakosta Indonesia." *Ritornera - Jurnal Teologi Pentakosta Indonesia* 1 (1): 65–77.
- Waruwu, Mesirawati, Yonatan Alex Arifianto, and Aji Suseno. 2020. "Peran Pendidikan Etika Kristen Dalam Media Sosial Di Era Disrupsi." *Jurnal Pendidikan Agama Kristen (JUPAK)* 1 (1): 38–46. <https://doi.org/10.52489/jupak.v1i1.5>.
- William Chang. 2018. *Etika & Etiket Komunikasi*. Edited by Lianto. Yogyakarta: Kanisius.
- Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Gramedia Widasarana Indonesia.