

BAB 3
DASAR ETIS-TEOLOGIS KRISTEN
TENTANG KOMUNIKASI DAN MEDIA

Pendahuluan

Viralnya MSS yang marak dibicarakan hari-hari ini memunculkan berbagai reaksi dan tanggapan dari banyak orang. Ada yang setuju, namun tidak sedikit pula yang menolaknya. Bagi yang setuju, kehadiran MSS dapat mendidik dan menghibur. Bagi yang menolak, MSS dapat menjadi ancaman serius yang berpotensi menimbulkan konflik. Perbedaan reaksi dan tanggapan ini juga relevan bagi orang Kristen. Namun, sebelum menerima atau menolaknya, orang Kristen perlu menganalisis MSS secara etis-teologis Kristen, sehingga dasar untuk menerima (atau bahkan, jika ada yang menggunakannya) atau menolaknya menjadi jelas dan kuat.

Sehubungan dengan hal tersebut, dalam bab ini, penulis akan memaparkan teologi dan etika Kristen tentang komunikasi dan media. Namun, sebelum itu, pada bagian ini, penulis akan menjelaskan terlebih dahulu tentang komunikasi dan media secara umum. Kemudian, penulis akan membahas perspektif teologis dan etis Kristen tentang komunikasi dan media. Paparan ini bertujuan untuk memberikan semacam kriteria yang jelas dan kuat bagi seorang Kristen untuk menilai MSS, apakah ia akan menerima (bahkan, menggunakan) atau menolaknya.

Hakikat Dasar Komunikasi dan Media

Media sebagai Bagian dari Komunikasi

Penyelidikan tentang komunikasi mutlak dibutuhkan bagi permulaan pembahasan ini. Hal ini penting dilakukan, sebab, menurut Campbell, Martini dan Fabos, media berperan untuk mengkomunikasikan pesan dengan lebih baik.⁸² Jika penjelasan dan pendefinisian komunikasi telah dilakukan dengan utuh, maka diharapkan hal ini dapat mengarahkan seseorang kepada pemahaman yang lebih baik tentang media.

Menurut Paxson, komunikasi adalah tentang bagaimana seseorang dapat mengakses sebuah informasi dan kemudian membagikannya kepada orang lain, baik itu dalam bentuk suara, simbol, atau tindakan tertentu.⁸³ Selain itu, Fiske dan Jenkins menegaskan bahwa komunikasi dapat disebut sebagai sebuah transmisi pesan, di mana isinya dapat berupa sebuah pandangan yang dimiliki seseorang untuk dibagikan kepada lingkungan sosial.⁸⁴ Intinya, di dalam komunikasi ada sebuah pesan yang dirasa penting oleh pembuatnya dan hendak diteruskan kepada orang lain.

⁸²Richard Campbell, Christopher R. Martin, dan Bettina Fabos, *Media & Culture: An Introduction to Mass Communication*, ed. ke-8 (Boston: Bedford, 2012), 4.

⁸³Peyton Paxson, *Mass Communications and Media Studies: An Introduction*, ed. ke-2 (New York: Bloomsbury, 2018), 2.

⁸⁴John Fiske dan Henry Jenkins, *Introduction to Communication Studies*, ed. ke-3 (London: Routledge, 2011), 2.

Komunikasi merupakan hal yang sangat dekat dengan manusia. Eid dan Dakrouy menegaskan bahwa aktivitas ini menjadi hal yang tak terhindar dari keseharian manusia sebagai makhluk sosial.⁸⁵ Selanjutnya, Fiske dan Jenkins menjelaskan bahwa “Semudah bagaimana manusia berbicara dengan sesamanya, maka mudah itu komunikasi dapat diciptakan.”⁸⁶ Karena itu, komunikasi sendiri adalah hal penting bagi manusia dan tidak mengherankan jika dalam kesehariannya, manusia akan selalu bertemu dengan komunikasi.

Di dalam komunikasi terdapat dua elemen yang sangat penting. Pertama, komunikasi membutuhkan seorang pengirim, pesan, kanal, penerima, juga konteks supaya pesan dapat tersampaikan dengan baik. Kedua, diperlukan alat untuk mengirimkan pesan yang dibuat pengirimnya. Bagaimana sebuah pesan dapat tersampaikan dari pengirim pada penerima adalah hal yang juga krusial. Jadi dibutuhkan jembatan yang menghubungkan agar pesan tersampaikan dengan baik. Jembatan antara pengirim dan penerima pesan disebut sebagai media, yang merupakan pengantara keduanya.⁸⁷

Pengirim pesan, penerima pesan, dan media adalah aspek penting yang mutlak dibutuhkan agar terjadinya sebuah komunikasi. Penerima mengirimkan pesan, lalu media mengonstruksinya pesan tersebut, sehingga maksud dan tujuan pembuat pesan dapat diterima dengan baik oleh penerima pesan.⁸⁸ Karena itu, bagaimana media

⁸⁵Mahmoud Eid dan Aliaa Dakrouy, ed., *Basics in Communication and Media Studies* (Boston: Pearson, 2012), ix. Bahkan dikatakan bahwa membuat dan meninggalkan pesan kepada orang lain merupakan semacam insting alamiah yang dimiliki manusia. Hal ini dapat dibuktikan dari lukisan-lukisan simbolis kuno yang terdapat pada dinding-dinding gua. Meski tidak memiliki bahasa yang disepakati secara utuh bersama, komunikasi tetap berjalan dengan sendirinya.

⁸⁶Fiske dan Jenkins, *Introduction to Communication Studies*, 1.

⁸⁷Shirley Biagi, *Media/Impact: An Introduction to Mass Media*, Ed. ke-11 (Stamford: Cengage, 2015), 7.

⁸⁸Paxson, *Mass Communications*, 22.

berkembang menjadi sebuah poin yang amat penting bagi keberhasilan komunikasi. Jika media gagal, maka tentu pesan akan terhenti dan tidak dapat diterima oleh penerima pesan. Karena itu, hal mengenai kaitan pengembangan media adalah sesuatu yang harus diapresiasi dengan baik, demi kemajuan komunikasi.

Definisi dan Perkembangan Media

Berdasar etimologinya, kata “media” berasal dari Bahasa Latin “*medium*” yang memiliki makna tentang sebuah alat intervensi untuk tujuan menyampaikan sebuah hal agar dapat tiba pada tujuan.⁸⁹ Dalam dunia komunikasi makna media atau medium mengindikasikan tentang bagaimana sebuah pesan dapat sampai kepada audiensi.⁹⁰ Di sini, seseorang dapat memahami bahwa media merupakan perantara (medium) yang menghubungkan si pembuat pesan agar apa yang disampaikannya dapat diterima dengan baik oleh penerima pesan.

Dalam penggunaan media dari masa ke masa, media yang mulanya hanya bermodalkan piranti terbatas untuk tujuan penyampaian pesannya, telah berubah menjadi kian canggih. Akibatnya, media terus mengalami peningkatan dan terus memunculkan sebuah kebiasaan serta bentuk media yang baru.⁹¹ Jika dahulu media terbatas dalam fungsi dan bentuknya, kini telah berkembang dengan begitu pesatnya, misalnya melalui beragam fitur baru yang ditampilkan mengikuti zaman. Hal ini

⁸⁹Campbell, Martin, dan Fabos, *Media and Culture*, 11.

⁹⁰Biagi, *Media/Impact*, 7.

⁹¹Sonja Neef, José van Dijck, dan Eric Ketelaar, *Sign Here!: Handwriting in the Age of New Media* (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2006), 7–8, Adobe PDF ebook.

diupayakan agar masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan pesan-pesan baru.⁹² Melihat hal ini, dapat dinilai bahwa media telah digunakan secara cerdas untuk memenuhi kebutuhan pasar sosial. Pengembangnya terus memunculkan fitur baru agar memenuhi kebutuhan sosial dan diterima. Sejalan dengan kemajuan ini, maka banyak orang yang tertarik dengan hal yang ditawarkan lalu menggunakannya.

Sampai saat ini, media terus menampilkan kemajuan yang selaras dengan perkembangan zaman. Mengutip perkataan Turow, "*Media are platforms or vehicles that industries have developed for the purpose of creating and sending messages.*"⁹³ Media yang kini bahkan menjadi ladang industri hadir untuk tujuan membuat dan mengirimkan pesan dalam skala besar. Ini semua diupayakan untuk mempertajam fokus perkembangan dan pengefektifan dari media itu sendiri, sehingga dari segala segi baik itu cepatnya penyampaian, kapasitas jangkauan, menjadi hal-hal yang terus dimaksimalkan agar lebih baik lagi.⁹⁴

Apalagi menurut McQuail, media telah disokong oleh teknologi; perpaduan antara media dan teknologi ini telah menjadi semacam sinergi yang potensial untuk terus dikembangkan.⁹⁵ Hal ini dikarenakan ke depannya media akan terus berkembang dengan semakin canggih. Inovasi itu telah melahirkan aneka bentuk

⁹²Tania Bucher, "Networking, or What the Social Means in Social Media," *Social Media + Society* (April-Juni 2015): 2. diakses 10 April 2020, <https://doi.org/10.1177%2F2056305115578138>. Fakta ini didukung dengan adanya algoritma yang sengaja dibuat oleh pembuat media, sehingga pengguna media dapat terus disuguhi dengan informasi yang sesuai dengan kebutuhannya.

⁹³Joseph Turow, *Media Today: Mass Communication in a Converging World*, ed. ke-6 (New York: Routledge, 2017), bab 1, ePub.

⁹⁴Jeremy Harris Lipschultz, *Social Media Communication: Concepts, Practices, Data, Law and Ethics*, ed. ke-2 (New York: Routledge, 2018), 25.

⁹⁵Denis McQuail, *McQuail's Mass Communication Theory*, ed. ke-6 (Los Angeles: SAGE, 2010), bab 2, ePub.

seperti media data, suara, dan gambar.⁹⁶ Seperti dalam pemaparan data, kini pengguna media dapat mengetahui data yang *up to date* melalui jaringan internet. Dari segi suara dan gambar, kini seorang dapat merekam suara ataupun video dengan lebih mudah. Ragam tersebut menjadi kekayaan pilihan di dalam media saat ini untuk dipakai oleh para penggunanya, sehingga sekarang orang-orang bebas untuk menentukan fitur apa yang dipakai demi menunjang pesan yang dibawakan.

Kemajuan media ini menjadi lebih pesat karena dukungan internet. Melalui internet seseorang dapat terhubung dengan jaringan yang luas dan bersifat global sehingga dapat berinteraksi dengan orang lain di seluruh penjuru dunia.⁹⁷ Teknologi yang canggih dan disokong dengan internet menjadi perpaduan tepat untuk menyebarkan pesan secara lebih baik dan cepat. Hal ini yang melandasi kenapa banyak media yang terus bermunculan dan mengembangkan bentuk komunikasi yang dapat menyampaikan kepada banyak penerima pesan dalam sekali penyebaran.⁹⁸ Hal ini dapat dilihat melalui kemunculan media berita. Ini adalah bentuk dari media sosial yang eksis untuk menjangkau masyarakat di dunia internet.

Dampak teknologi internet pada media yang demikian menyebabkan masyarakat dapat menerima secara positif kehadiran media. Mereka telah, sedang, dan akan menggunakannya. Mereka telah memanfaatkan media, dalam berbagai aspek kehidupan, misalnya untuk berkomunikasi, dan memanfaatkannya sebagai

⁹⁶Ali Grami, *Introduction to Digital Communications* (London: Academic, 2016), 11.

⁹⁷Muhamad Abror, "Pengertian dan Sejarah Internet beserta Manfaatnya," *Ayok Sinau*, 24 Januari 2020, diakses 24 Juli 2020. <https://ayoksinau.teknosentrik.com/pengertian-internet/>

⁹⁸Clive Gifford, *Media Communication* (New York: Dorling, 1999), 8, Adobe PDF ebook.

pekerjaan dan komoditas industri.⁹⁹ Hal ini diterima dengan bukti animo yang tinggi atas penggunaan media.

Selain itu, dampak penggunaannya pun cukup positif. Dari sebuah laporan penggunaan media, terdapat fenomena baru di mana media telah memicu masyarakat untuk lebih aktif bersuara, dan berespons terhadap suara tersebut.¹⁰⁰ Di sini tampak adanya relasi yang aktif dalam individu-individu yang terlibat dalam komunikasi melalui media, adanya interaksi antara pengirim dan penerima, antara seorang *content creator* (pencipta isi) dan penerimanya. Interaksi semacam ini telah menciptakan komunikasi yang bersifat dua arah. Respons-respons semacam ini dapat menjadi masukan yang baik supaya media terus digunakan secara positif dan dikembangkan secara terus-menerus.

Selanjutnya, masyarakat juga telah menjadikan media sebagai alat yang tepat untuk menyebarkan ide atau paham yang dimiliki oleh kreator. Misalnya yang terbaru ini dipakai untuk mengampanyekan *hashtag* #BlackLivesMatter di media sosial, sebagai bentuk anti rasisme.¹⁰¹ Hal ini menjadi sebuah penggunaan yang mudah namun berdampak besar di kalangan masyarakat.

Karena itu, secara positif, media dapat menjadi peluang emas untuk mengubah kondisi sosial, di mana kreator media dapat menggunakan media untuk melakukan persuasi yang positif.¹⁰² Hal ini dipandang baik apabila dapat memengaruhi dengan

⁹⁹Turow, *Media Today*, bab 1, ePub.

¹⁰⁰Myron Williams, "Community, Discipleship, and Social Media" *Christian Education Journal Research on Educational Ministry* 12, no.2 (November 2015): 377.

¹⁰¹Monica Anderson, Michael Bartel, Andrew Perrin, dan Emily Vogels. et al. "#BlackLivesMatter Surges on Twitter After George Floyd's Death," *Pew Research Center*, Juni 2020. diakses 1 Agustus 2020, <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2020/06/10/blacklivesmatter-surges-on-twitter-after-george-floyds-death/>

¹⁰²Gifford, *Media Communication*, 12. Media dapat membuat penyebaran tentang sebuah pernyataan dari pembuat pesan dapat tersampaikan dengan baik. Dengan demikian, pembaca dapat

benar, seperti: Digunakan untuk mengampanyekan melakukan kewajiban ataupun melarang masyarakat melakukan hal yang melanggar hukum. Dibantu dengan sajian gambar, suara, data, menjadikan persuasi yang demikian mudah diingat dan lebih berpeluang untuk dilakukan.

Banyaknya manfaat secara positif dari hadirnya media bukan berarti menyangkali adanya pemakaian media secara negatif. Bisa saja media dipakai sebagai alat kejahatan atau keburukan si pemakainya. Pemakai bisa memanipulasi isi konten yang dimilikinya, untuk mencari keuntungan bagi dirinya sendiri, atau bahkan lebih buruknya untuk mengadakan pemberontakan karena keadaan yang tidak sesuai harapannya. Campbell, Martin dan Fabos mengingatkan agar perlu bersikap hati-hati dan landasan yang benar dalam menggunakan media ini, karena bukan tidak mungkin seorang *content creator* media menyelipkan motivasi dan agendanya tersendiri secara negatif. Hal ini mengakibatkan bentuk eksploitasi dari media, sehingga media tidak dipakai dengan semestinya.¹⁰³

Karena dapat berdampak negatif, maka media dan penggunaannya perlu dikontrol/dikendalikan oleh pemahaman teologis yang benar. Hal ini disebabkan kondisi permulaan komunikasi dan relasi dari manusia yang sudah dipengaruhi dosa. Manusia perlu memahami bagaimana kondisi ini diperbaiki oleh Allah. Dengan begitu, manusia dapat menggunakan media dengan berlandaskan prinsip teologi yang tepat.

menerima informasi yang disampaikan (atau bahkan kesalahan informasi), instruksi, dan juga persuasi oleh pembuat pesan dengan lebih efektif.

¹⁰³Campbell, Martin, dan Fabos, *Media and Culture*, 5.

Dasar Teologis Komunikasi dan Media Kristen

Allah Sang Komunikator Ilahi *Par Excellence*

Allah adalah Allah yang Tritunggal, artinya Ia memiliki satu hakikat dalam tiga pribadi. Esensi ini menjadikan Allah yang adalah Komunikator Ilahi *par excellence*, dapat berkomunikasi kepada masing-masing pribadi dengan baik. Hal tersebut menjadikan sebuah relasi yang tak terpisahkan dan ideal dalam hal komunikasi dan relasi Kristen.

Ia adalah komunikator yang memiliki kapasitas untuk menyampaikan sebuah pesan dengan baik, maka dalam kejeniusan-Nya pun Ia memakai sebuah cara yang efektif untuk mengkomunikasikan Diri-Nya kepada manusia. Hal ini dilakukan-Nya, agar pendengarnya mampu untuk mendengarkan pesan yang disampaikan secara jelas.¹⁰⁴ Natur ini lah yang harus dimiliki oleh Pribadi Allah, sehingga Ia dapat dengan tepat mengenalkan Diri-Nya kepada manusia.

Dalam keyakinan bahwa Allah adalah komunikator yang agung, maka manusia patut meyakini tindakan Allah yang dapat mewujudkan komunikasi yang ideal. Manusia mempercayai bahwa Allah dapat mewujudkan hegemoni komunikasi, oleh karena natur yang dimiliki-Nya. Implikasinya, segala komunikasi yang ada perlu mengacu kepada natur dan pola Allah yang dapat dengan tepat melakukannya.

¹⁰⁴Ron V., "God Speaks Our Language God as Communicator Par Excellence," (pidato, 7 Juli 2015), Biblical Missiology Conference, <https://www.radiusinternational.org/god-speaks-our-language-god-as-communicator-par-excellence/>.

Pewahyuan sebagai Dasar Komunikasi Allah

Komunikasi dan media perlu diletakkan dalam sebuah bingkai teologis. Ini disebabkan oleh prinsip bahwa segala sesuatu berasal dari Allah. Dalam Roma 11:36 dikatakan: “Sebab segala sesuatu adalah dari Dia, dan oleh Dia, dan kepada Dia: Bagi Dialah kemuliaan sampai selama-lamanya!” Kehadiran media sendiri adalah hal yang berasal dari Allah dan ditujukan untuk kemuliaan Allah.¹⁰⁵ Karena itu, komunikasi dan media tidak dapat dipisahkan dari natur dan sifat-sifat Allah, yang telah menyatakan Diri-Nya kepada manusia.¹⁰⁶ Jadi, pewahyuan (penyataan) Diri Allah ini adalah dasar teologis dari hakikat dan natur dari media dan komunikasi Kristen.

Wahyu menjadi bentuk komunikasi Allah yang sakral karena berkaitan dengan bagaimana Allah menyatakan diri. Kata ini berasal dari kata *apokalupsis* yang berarti “penyingkapan” atau “pembukaan.” Dari pemahaman ini, maka dapat disimpulkan bahwa pewahyuan menyatakan kalau Allah menyingkapkan diri-Nya sendiri kepada ciptaan-Nya.¹⁰⁷ Dalam peristiwa di mana Allah menyatakan diri inilah manusia perlu untuk menerimanya secara khusus, sebagai pemaknaan untuk mengenal Allah.

Salah satu bentuk konkret dari bagaimana Allah mewahyukan diri-Nya kepada manusia adalah dengan adanya penciptaan. Dalam penciptaan ini Allah menyatakan kebenaran-kebenaran dan aspek-aspek tertentu dari diri-Nya. Walaupun bukan pribadi Allah sendiri yang berkata-kata, tetapi bukan berarti tiada pesan yang ditinggalkan.

¹⁰⁵Robert H. Mounce, *Romans*, New American Commentary (Nashville: Broadman and Holman, 1995), 226.

¹⁰⁶Paul D. Molnar, “God’s Self-Communication in Christ: A Comparison of Thomas F Torrance and Karl Rahner,” *Scottish Journal of Theology* 50, no 3 (Agustus 1997): 290, diakses 4 April 2020, ATLASerials Plus.

¹⁰⁷Paul Enns, *The Moody Handbook of Theology Revised and Expanded*, terj. Rahmiati Tanudjaja, vol. 1 (Malang: SAAT, 2014), 165–166.

Hal ini dikarenakan terdapat sebuah refleksi tentang diri Allah dan kemuliaan Allah dalam ciptaan-Nya (Mzm 19:1-6), sehingga dapat diyakini bahwa dari ciptaan-Nya Allah mendeklarasikan sebuah pesan tentang-Nya.¹⁰⁸

Penyingkapan hal tentang Allah dalam wujud penciptaan adalah sebuah bukti sah yang mengomunikasikan pada ciptaan-Nya keberadaan Allah. Segala kekuasaan-Nya yang kekal dan natur Ilahi-Nya dapat dilihat dengan jelas dari wahyu tentang diri Allah di dalam alam.¹⁰⁹ Oleh karena hal inilah, maka manusia dapat memahami Allah dari karya-Nya yang nampak dari ciptaan-Nya (Rm 1:20).

Bagaimana Allah mewahyukan diri adalah bentuk komunikasi yang akhirnya dapat diakses oleh setiap manusia. Hal ini disebut sebagai komunikasi yang bersifat “*intelligible*” atau dapat dimengerti oleh manusia.¹¹⁰ Ia menyatakan kebesaran dan kuasa-Nya dalam bahasa yang dikehendaki. Hal ini menjadi bukti kesuksesan komunikasi dari Allah untuk menyatakan diri-Nya. Akhirnya, manusia dapat mengetahui kebenaran tentang siapa Allah sebenarnya.

Dosa sebagai Penghalang Komunikasi Allah

Allah yang telah menciptakan ciptaan-Nya dan hendak berkomunikasi dengan manusia terhalang oleh jatuhnya manusia ke dalam dosa (Kej. 3). Hal ini membuat sebuah tatanan relasi yang telah diciptakan Allah menjadi rusak. Akibatnya, terdapat jurang yang memisahkan manusia untuk berkomunikasi dengan Allah.

¹⁰⁸C.H. Spurgeon, *Psalms*, Crossway Classic commentaries (Wheaton: Crossway, 1993), 65.

¹⁰⁹Enns, *The Moody Handbook*, 1:167.

¹¹⁰Gordon Haddon Clark, *Language and Theology* (Jefferson: Trinity, 1993), 138. Maksud dari *intelligible* adalah dapat dimengerti oleh manusia yang memiliki akal dan rasionalitas (1 Kor. 11:7, Kol. 3:10, Yak. 3:9, Ibr. 1:3, 2:6-8, Mzm. 8).

Bukti dari bagaimana dosa telah merusak tatanan relasi dan komunikasi manusia dengan Allah nampak dari beberapa fakta kisah pasca-kejatuhan. Pertama, setelah memakan buah pengetahuan yang dilarang oleh Allah, Adam langsung menyalahkan Hawa yang memberikan buah kepadanya. Di sini terjadi pola komunikasi yang tidak sehat dan saling menyalahkan. Kedua, manusia yang mulanya berelasi dengan Allah harus diusir dari Taman Eden. Ini menandakan terjadinya degradasi relasi antara Allah dan manusia. Ketiga, dampak ini pun terlihat dari bagaimana manusia berelasi dengan sesamanya. Terbukti dalam kisah selanjutnya bahwa Kain melakukan relasi yang bersifat “melukai” kepada adiknya, Habel. Bahkan tercatat bahwa Kain hingga tega membunuh adiknya sendiri (Kej. 4). Seharusnya manusia dapat berdialog dengan baik kepada Allah dan sesama, tetapi karena dosa percakapan tersebut berhenti.¹¹¹

Walaupun manusia harus menerima konsekuensi rusaknya relasi dan komunikasi Allah-manusia yang ideal, Allah tetap beranugerah. Di tengah keterbatasan manusia untuk berkomunikasi dengan Allah. Ia sendiri kemudian yang berinisiatif untuk tetap menjalin relasi dan komunikasi dengan manusia melalui beragam cara. Beberapa ragam bukti, seperti: Perkataan Allah secara langsung, tulisan-tulisan pewahyuan dari Allah, ataupun simbol-simbol teofani yang terjadi dalam beberapa peristiwa di Alkitab adalah peristiwa nyata bagaimana Allah menginisiasi terjalinnya relasi kembali.

Salah satu cara yang utama Allah hendak terus berkomunikasi dengan manusia adalah melalui firman yang diucapkan-Nya. Di dalam Alkitab telah tertulis bagaimana Allah menyampaikan perkataan secara langsung dalam bahasa yang dipakai manusia.

¹¹¹Knud Jørgensen, “Models of Communication in the New Testament,” *Missiology* 4, no 4 (Oktober 1976): 469-470.

Melalui bahasa verbal, Allah telah menyampaikan kepada beberapa tokoh, seperti: para *patriarch* (Abraham, Ishak, Yakub), Bangsa Israel bersama Musa, raja-raja di dalam pengambilan keputusan mereka, dan juga para nabi di PL. Ini adalah bukti bahwa adanya dialog antara Allah dengan manusia

Selain itu, Allah juga berkomunikasi dengan manusia melalui tulisan-tulisan sakral dalam tradisi. Dalam tulisan Yahudi terdapat Taurat yang begitu diagungkan karena dianggap sebagai pernyataan hukum Allah yang jelas dan khusus bagi Bangsa Israel. Di dalam tulisan lain, terdapat *oracle* atau ramalan dari para nabi sebagai pernyataan Allah yang dipercayai. Tulisan-tulisan ini menjadi wujud nyata bahwa Allah berkomunikasi kepada manusia di dalam tulisan juga.

Dari sini, dapat diketahui bahwa, Allah masih berkenan untuk berelasi dan berinisiatif untuk melakukan upaya agar dapat terhubung dengan manusia. Jika Allah ingin berhenti untuk berelasi dengan manusia, seharusnya Allah tidak melakukan apa-apa untuk menjangkau manusia. Nyatanya, Allah mengusahakannya dan bahkan menggunakan beragam cara untuk menyingkapkan Diri dan rencana-Nya supaya tetap terjadi sebuah relasi antara Dia dan ciptaan-Nya.¹¹² Ia tetap berbicara kepada manusia melalui media dan komunikasi yang diinginkan-Nya.¹¹³

Persoalannya, dalam sejarah relasi Allah dengan umat-Nya, semua media komunikasi (bahasa, secara spesifik kata) yang Allah gunakan ini memiliki keterbatasan. Media komunikasi tersebut bersifat abstrak dan tidak dapat mencapai tujuan untuk berelasi dengan baik. Selain itu, terdapat faktor lain yakni *noetic effect of sin* yang menyebabkan ketidakmampuan *faculty* manusia mewujudkan relasi yang

¹¹²John Frame, *The Doctrine of the Word of God*, bab 7, ePub.

¹¹³Nicholas Wolterstorff, "How God Speaks," *Reformed Journal* 19, no 7 (September 1969): 17.

ideal.¹¹⁴ Kedua hal ini menyebabkan manusia tidak dapat memahami kehendak dan rencana Allah bagi dirinya). Ini memberikan alasan mengapa Allah perlu menyatakan (mewahyukan) Diri-Nya secara khusus, ketika Ia berinkarnasi di dalam diri Yesus Kristus.

Kristus sebagai Klimaks Komunikasi Allah

Kristus adalah pewahyuan Diri Allah yang sempurna. Allah ingin berelasi dan berkomunikasi dengan manusia, dalam wujud atau sebagai manusia yang sempurna (manusia-Allah). Karena itu, Allah (Sang Firman/Logos) mengambil rupa menjadi manusia, Yesus. Ini seperti yang dikatakan oleh Yohanes, “Firman itu telah menjadi manusia dan tinggal di antara kita” (Yoh 1:14). Yesus yang adalah Firman telah menjadi daging dan hadir di tengah-tengah manusia.¹¹⁵ Allah yang dulu nampak jauh, dan hanya berkomunikasi melalui para nabi, kini bertatap muka dan berbicara secara langsung kepada manusia. Melalui mediasi yang dilakukan Kristus, keterpisahan yang terjadi antara Allah dan manusia kembali dipersatukan. Konsep ini sebenarnya dalam tradisi Reformasi disebut sebagai “*Communicatio Idiomatum*,” artinya bahwa Kristus telah menyatakan diri-Nya untuk berelasi dengan manusia. Konsep ini menekankan

¹¹⁴Ebrahim Azadegan, “Divine Hiddenness and Human Sin: The Noetic Effect of Sin” *Journal of Reformed Theology* 7 no. 1 (Januari 2013): 72, diakses 5 Juni 2020, <https://doi.org/10.1163/15697312-12341274>. Akibat dari *noetic effect of sin* menyebabkan manusia menyalah pahami Allah, sehingga apa yang dinyatakan oleh Allah tidak tersampaikan kepada manusia dengan baik.

¹¹⁵Mary McDermott Shideler, “God Speaks to a Godless World,” *The Christian Century* 83, no 21 (Mei 1966): 678.

relasi Kristus dan umat-Nya, dan bagaimana relasi ini dapat menjadi pola bagi antar umat manusia berelasi.¹¹⁶

Dari sini, tampak bahwa relasi dan komunikasi antara Allah dan manusia mencapai keutuhannya pada saat Yesus hadir. Molnar mengatakan: “*The union of God and man which began in the incarnation and occurred throughout Jesus’ incarnate life was fully and finally achieved in the cross and resurrection.*”¹¹⁷ Relasi Allah dan manusia dapat bersatu kembali, ketika Kristus berinkarnasi dan memulihkannya melalui karya penebusan dan kebangkitan-Nya. Pada saat Ia berinkarnasi di dalam diri Putra-Nya, penyingkapan dan komunikasi diri-Nya kepada manusia telah mencapai klimaksnya.¹¹⁸ Ini adalah sebuah kabar gembira (Injil), di mana Allah telah membuka jalan komunikasi yang baru dan sempurna.

Yesus adalah *Immanuel*, Allah yang hadir bagi manusia. Ini berarti manusia dapat melihat Allah dan berelasi dengan Allah, ketika ia melihat dan berelasi dengan Yesus. Implikasinya, ketika Yesus hadir, maka Allah juga hadir. Ketika Yesus berelasi dengan manusia, maka relasi Allah dan manusia terjadi (Yoh 14:10, 24).¹¹⁹ Dengan demikian, apa pun yang dikerjakan Kristus, baik itu perkataan dan tindakan-Nya, adalah pewahyuan diri Allah atas manusia.

Yang menarik, Yesus bukan saja adalah pernyataan Diri Allah yang klimaks dan sempurna, tetapi Ia dan relasi-Nya dengan Bapa-Nya (seperti yang dinyatakan oleh Injil) telah menjadi relasi dan komunikasi yang ideal bagi manusia. Bapa pernah

¹¹⁶Bernd Wannewetsch, “Communication as Transformation: Worship and The Media,” *Studies in Christian Ethics* 13, no. 1 (April 2000): 96–97.

¹¹⁷Molnar, “God’s Self-Communication,” 303.

¹¹⁸Jude Siciliano, “The Word Proclaimed: Christ Speaks Now,” *Liturgical Ministry* 11 (Winter 2002): 26, diakses 4 April 2020. ATLASerials Plus.

¹¹⁹Wolterstorff, “How God Speaks,” 18.

mendeklarasikan hubungan-Nya dengan Sang Anak (Mat. 3:17). Demikian juga sebaliknya, Yesus menyatakan bahwa dirinya satu dengan Bapa (Yoh. 10:30). Bagaimana Yesus berelasi dengan Bapa adalah pola yang dapat diikuti manusia, sehingga relasi yang terjalin antara Yesus dengan Bapa adalah relasi yang dapat dimiliki juga oleh manusia (Yoh.17:21).

Apa yang Kristus kerjakan memenuhi syarat komunikasi antara Allah dengan manusia. Hal ini dikarenakan Yesus menjadi pengantara antara Allah dengan manusia. Mengutip perkataan Burrough, "*Christ is the only means of conveyance of good that God the Father intends to communicate unto the children of men in order to eternal life... but he insists that not one drop of mercy that leads to eternal life can be communicated from God but through Christ the Mediator.*"¹²⁰ Kristus adalah bukti Allah sedang menunjukkan rahmat-Nya. Ia adalah satu-satunya cara di mana Allah berkomunikasi dengan manusia. Tiada hal lain yang bisa menghubungkan relasi antara Allah dengan manusia. Hanya di dalam Kristus dan karya-Nya saja hal tersebut dapat terjadi.

Dari sini dapat disimpulkan bahwa pada awalnya keberdosaan manusia merusak tatanan relasi. Baik itu relasi dengan Allah, maupun relasi antar sesama manusia. Dampak dari hal ini terjadi jurang yang memisahkan antara relasi Allah dengan manusia.¹²¹ Di dalam kondisi tersebut, Allah tetap memakai keadaan yang ada untuk tetap berkomunikasi. Dalam beberapa peristiwa, terbukti Ia berinisiatif untuk memulai perbincangan dan menyatakan diri kepada manusia. Inisiatif ini bahkan

¹²⁰Jim Davison, "Jeremiah Burroughs on the Excellency of Christ the Mediator," *Puritan Reformed Journal* 6, no. 1 (Januari 2014): 155–156. Bdk. Jeremiah Burroughs, "Christ is all in all," in *The Saints Treasury* (London, 1656), 32-33.

¹²¹Shideler, "God Speaks," 676.

mencapai puncaknya ketika Sang Anak hadir ke dunia. Melalui Yesus, komunikasi dan relasi yang dahulu telah rusak telah diperbaiki.

Dari setiap pemaparan di atas dalam kaitannya menggunakan media, manusia dapat menyadari bahwa komunikasi yang mereka lakukan dapat berpotensi untuk melukai. Walaupun Yesus telah memulihkannya, manusia masih tinggal di dunia dan terus berjuang untuk mewujudkan sebuah komunikasi dan relasi yang ideal. Dalam mewujudkannya, seorang pengguna media dapat meneladani dalam setiap tutur kata yang dilontarkan Allah dan bagaimana Allah menggunakan media yang ada untuk menyampaikan komunikasi-Nya.

Etika Teologis Kristen tentang Komunikasi dan Media

Penjelasan Dasar Etika Kristen

Dalam membahas tentang keberadaan media dibutuhkan aturan etis yang dirangkum dalam sebuah hal yang disebut etika.¹²² Holmes menjelaskan bahwa etika adalah tentang sebuah hal yang disebut baik sekaligus benar. Melalui etika, seseorang dapat mengetahui moralitas yang tepat.¹²³ Etika mengatur tentang hal yang tepat atau pantas dan yang tidak, sehingga ketika ada persoalan etis, etika menjadi pegangan dasar untuk mengambil keputusan yang benar.

¹²²J. Verkuyl, *Etika Kristen: Bagian Umum*, terj. Sugiarto (Jakarta: BPK Gunung Mulia, 2005), 1. Kata ini berasal dari beberapa kata Yunani yang hampir sama bunyinya, yaitu *ethos* dan *éthos* atau *ta ethika* dan *ta éthika*. Kata *ethos* artinya kebiasaan, adat. Kata *éthikos* lebih berarti kesucilaan, perasaan batin, kecenderungan hati dengan mana seseorang melaksanakan suatu perbuatan.

¹²³Arthur Frank Holmes, *Ethics, Approaching Moral Decisions*, *Contours of Christian Philosophy* (Downers Grove: InterVarsity, 1984), 10.

Mengenai etika dalam pandangan Kristen, Geisler berpendapat bahwa: “*Christian ethics deals with what is morally right and wrong for a Christian.*”¹²⁴ Penggunaan etika Kristen memungkinkan seseorang untuk mengetahui yang benar dan salah bagi iman Kristen. Stassen dan Gushee menerjemahkan kata ini sebagai sebuah praksis untuk menyatakan Kerajaan Allah, melalui penggalian interpretasi karakter Allah dan menerapkannya di fenomena dunia.¹²⁵ Pandangan Kristen meyakini bahwa Allah telah menyingkapkan tentang pewahyuan. Pewahyuan ini adalah dasar landasan untuk diterapkan dalam sebuah pengambilan keputusan etis.

Etika Kristen dibutuhkan oleh karena manusia terbatas dalam hikmat yang dimilikinya. Kondisi demikian menunjukkan bahwa manusia tidak dapat mandiri atau berdiri sendiri dalam menentukan sesuatu. Karena itu, hikmat yang dimiliki manusia harus berlandaskan dari wahyu Tuhan, agar keputusan yang diambil sungguh-sungguh tepat.¹²⁶ Jika tanpa wahyu dari Tuhan dan hanya berlandaskan pemikiran pribadi, keputusan yang dihasilkan dapat dianggap tidak valid dan dapat diragukan benar salahnya.

Melalui etika Kristen, seseorang dapat menerapkan kajian teologis kepada sebuah permasalahan etis. Dengan demikian, keputusan etis yang dihasilkan bukan sekadar pemikirannya semata, melainkan berdasar dari sebuah penggalian dari prinsip

¹²⁴Geisler, *Christian Ethics*, 17.

¹²⁵Glen Harold Stassen dan David P. Gushee, *Kingdom Ethics: Following Jesus in Contemporary Context* (Downers Grove: InterVarsity, 2003), 22.

¹²⁶Rowan Williams, “Making Moral Decision,” dalam *The Cambridge Companion to Christian Ethics: Cambridge Companions to Religion*, ed. Robin Gill (Cambridge: Cambridge University Press, 2001), 12.

teologi Kristen.¹²⁷ Hal ini menjadikan keputusan atas sebuah permasalahan etis layak untuk dipercayai.

Dasar Etika Kristen tentang Media

Berkaitan dengan media, maka seorang *content creator* di media wajib untuk mengetahui berbagai prinsip etis Kristen di dalam berkarya di media sosial. Prinsip-prinsip ini penting agar menjadi pegangannya untuk mengerti perannya dan mengetahui seberapa jauh batasan untuk berkarya di media. Hal ini menjadi sebuah kebenaran yang objektif, sehingga yang mana tepat dan kurang tepat untuk dilakukan dapat diberlakukan bersama.

Media sebagai Alat Suara Kenabian

Nabi zaman Alkitab mengupayakan segala media yang ada supaya pesan dapat tersampaikan. Prinsip semacam ini pun dapat diterapkan di zaman sekarang. Groothuis berkata bahwa media dapat menjadi peluang besar untuk dipakai sebagai alat navigasi yang ampuh mengarahkan pemahaman seseorang.¹²⁸ Karena itu dalam merespons panggilannya sebagai nabi, seorang Kristen dapat memandang media dengan terbuka.¹²⁹

¹²⁷John S. Feinberg, Paul D. Feinberg, dan Aldous Huxley, *Ethics for a Brave New World* (Wheaton: Crossway, 1993), 42.

¹²⁸Douglas Groothuis, "The Ethics of Facebook, Twitter, and Social Media" *Mystagogy Resource Center*, 28 Juli, 2012, diakses 30 April 2020, <https://www.johnsanidopoulos.com/2012/07/the-ethics-of-facebook-twitter-and.html>

¹²⁹Wolterstorff, "How God Speaks," 17.

Seorang kreator konten di media dapat memiliki perspektif yang baru, bahwa mereka adalah seorang pembawa suara kenabian dari Allah. Artinya, kritikan yang diberikan bukanlah atas pribadi. Mereka ada di pihak Allah dan sedang menyerukan suara dari Allah, agar orang-orang dapat kembali kepada standar Allah.¹³⁰ Identitas ini yang tidak boleh hilang dan menjadi dasar bagaimana seseorang menyampaikan sebuah konten di media. Kraft menyatakan bahwa “Seorang kreator Kristen di media dianjurkan untuk memakai media tersebut dari bagaimana prinsip-prinsip Allah menyampaikan pesan kepada umat-Nya.”¹³¹ Sebagaimana nabi di dalam Alkitab menyampaikan pesan dari Allah, maka setiap orang percaya masa kini memahami peran profetisnya. Mereka adalah nabi-nabi yang diutus untuk menghadirkan Alkitab ke dunia kontemporer saat ini.

Jika dahulu nabi mengarahkan dengan teguran langsung atas kepercayaan-kepercayaan yang sesat, maka hadirnya media adalah alat untuk orang Kristen dapat mengarahkan di masa sekarang. Media ini perlu diisi dengan teologi Kristen sebanyak-banyaknya agar dapat mereduksi ideologi yang keliru. Apalagi di tengah kondisi di mana setiap orang dapat berpartisipasi di media, maka sebagai kreator Kristen yang telah dibekali dengan pengetahuan yang benar dapat turut menyumbang untuk menyatakan sebuah ideologi yang tepat di media.¹³²

¹³⁰Patterson, “Prophetic Satire,” 62.

¹³¹Charles H. Kraft, *Communication Theory for Christian Witness* (Maryknoll: Orbis, 1991), 15.

¹³²Groothuis, “The Ethics of Facebook.”

Media sebagai Alat Menyatakan Kesalahan

Media dapat menjadi alat untuk menyatakan kesalahan.¹³³ Sebelum menyatakannya, *content creator* wajib memahami prinsip-prinsip dasar teologis terlebih dahulu. *Pertama*, *content creator* perlu menyadari terlebih dulu bahwa setiap manusia adalah orang berdosa dan tentu bersalah menurut Allah. *Kedua*, selain bersalah, sebagai komunitas yang percaya kepada Kristus tiap manusia juga dibenarkan (mengalami justifikasi).¹³⁴ Jika dasar ini menancap dalam pemikiran *content creator*, maka ia akan memiliki perspektif yang berbeda dalam menyikapi kesalahan yang diperbuat orang lain.

Setelah prinsip teologis dimiliki oleh seorang *content creator*, baru ia dapat melengkapi dengan prinsip praktisnya. Ada beberapa hal yang patut untuk dimiliki ketika seseorang menyatakan kesalahan. *Pertama*, seorang *content creator* harus memiliki dasar teoretis yang kuat tentang kebenaran firman. Hal ini penting, supaya *content creator* memiliki landasan mengapa orang lain dinyatakan bersalah. *Kedua*, setelah *content creator* memiliki landasan untuk menyatakan kesalahan orang lain, ia wajib untuk membimbing seseorang. Dengan demikian seorang Kristen dapat melayani mereka yang masih memiliki pemahaman yang keliru untuk beranjak

¹³³Anthony Earl Hatcher, *Religion and Media in America* (Lanham: Lexington, 2018), 213.

¹³⁴A. Trevor Sutton, "Inclined to Boast Social Media and Self-Justification," *Concordia* 45, no. 1 (Winter 2019): 34. Hal ini sesuai dengan pandangan Lutheran yang menyatakan bahwa manusia dibenarkan melalui iman kepada Yesus Kristus. Justifikasi atas status manusia membuat secara eksternal kebenaran tersebut diberikan (*justitia aliena*) dan juga diproduksi dalam internal manusia (*justitia propria*).

kepada komunikasi yang benar. Hal ini supaya dapat membangun hubungan manusia dengan sesamanya.¹³⁵

Media sebagai Alat Menyatakan Kebenaran dengan Kasih

Kebenaran adalah hal yang mutlak diperlukan. Yesus pernah menyatakannya dengan keras ketika berkata: “Jika ya, hendaklah kamu katakan: ya, jika tidak katakan: tidak” (Mat. 5:37). Implikasinya, setiap orang percaya harus menyatakan tindakan kebenaran setiap waktu. Tidak ada ruang untuk menyebarkan kebohongan yang hanya menguntungkan diri sendiri. Sebagaimana Yesus sendiri adalah kebenaran (Yoh. 14:17), maka pengikut Kristus sejati juga diminta untuk hidup dalam kebenaran dan apa yang dinyatakan seorang murid Kristus harus bernilai benar.¹³⁶

Selain prinsip kebenaran, media juga harus memperhatikan bagaimana seseorang mengomunikasikan kontennya dengan kasih.¹³⁷ Kebenaran harus dibela tetapi juga harus beriringan dengan kasih. Yesus tidak berkompromi dengan hal yang keliru dan sesat, tetapi pendekatan yang dilakukan-Nya tidak serta-merta menghakimi dan memusuhi. Di tengah kesalahan dan keberdosaan yang diperbuat manusia, Yesus mampu merengkuh orang yang bersalah melalui komunikasi yang penuh kasih.¹³⁸

¹³⁵Emmanuel Ayee, “Human Communication Revisited – A Biblical Perspective,” *Bulletin for Christian Scholarship* 78, no. 1 (Desember 2013): 7, diakses 23 Januari 2020, <https://doi.org/10.4102/koers.v78i1.549>.

¹³⁶Wolterstorff, “How God Speaks,” 18.

¹³⁷Kraft, *Communication Theory*, 40.

¹³⁸Os Guinness, *Fool’s Talk: Recovering the Art of Christian Persuasion* (Downers Grove: InterVarsity, 2015), 253.

Tanpa kasih perubahan akan sulit terjadi, karena kasih memiliki sifat normatif yang dipakai sebagai alat aktif supaya kehendak Allah terjadi (Mrk. 12:28-34, Mat. 22:34-40, Luk. 6:27-36, Yoh. 15:9-17). Jika seseorang dapat berkata kebenaran namun tanpa kasih, lantas bagaimana hal tersebut mampu untuk menuntun hati sesamanya agar mau dituntun pada kebenaran? Motif untuk mengasihi mutlak diperlukan, agar orang-orang yang hendak dituntun dapat terbuka menerima.¹³⁹

Alasan Etis Mengapa Menggunakan Media

Penjelasan Dasar tentang Kebajikan

Selain untuk menentukan dasar moral, tujuan akhir dari etika Kristen sendiri tidak berhenti kepada penentuan atas apa yang benar dan salah saja. Lebih jauh, etika Kristen hendak membentuk sebuah nilai kebaikan dalam diri seseorang. Nilai tersebut dikenal dengan sebutan “kebajikan”. Hal inilah yang sebenarnya menjadi tujuan utama mengapa etika Kristen diterapkan, sebab jika sudah dimiliki, perkara boleh atau tidak akan mengikuti kebajikan yang menggerakkan. Lalu apakah yang disebut sebagai kebajikan itu sendiri?

Holmes menjelaskan bahwa kebajikan memiliki makna tentang motif yang dimiliki seseorang, intensi yang menggerakkan dia, serta merupakan sebuah nilai yang mendasari seseorang untuk mau melakukan sebuah tindakan.¹⁴⁰ Jean Porter menambahkannya dengan menjelaskan kebajikan sebagai: “*A trait of character or*

¹³⁹Graham Houston, *Virtual Morality: Christian Ethics in the Computer Age* (Leicester: InterVarsity, 1998), 129.

¹⁴⁰Holmes, *Ethics, Approaching Moral Decisions*, 115–116.

*intellect which is in someway praiseworthy, admirable, or desirable.*¹⁴¹” Kebajikan adalah alasan, mengapa seseorang akhirnya mau untuk mengerjakan sebuah hal. Seperti semacam dinamo, hal ini dapat membuat seseorang untuk tergerak melakukannya.

Dalam etika Kristen, kebajikan memiliki andil penting dalam menentukan kebaikan hal yang dihasilkan. Jika kebajikan seseorang sudah benar, maka otomatis akan dilahirkan tindakan-tindakan etis yang bertujuan untuk kebaikan. Stassen dan Gushe mengatakan: “*Virtue are defined as qualities of a person that make that person a good person in community, and that contribute to the good of community, or to the good that humans are designed for.*”¹⁴² Kebajikan adalah jantung dari tindakan yang dihasilkan. Jika kebajikan itu baik, maka ia menghasilkan hal yang baik dan sebaliknya. Hal ini dapat berdampak pada formasi karakter seseorang.

Pembangunan Kebajikan dalam Penggunaan Media

Kebajikan dapat berbeda-beda ragamnya. Setiap orang dan dalam kasus yang dihadapinya memiliki tujuannya masing-masing. Karena itu, setiap orang perlu bertanya tentang apa yang menjadi tujuan akhir atas tindakan etis yang dilakukan. Selain itu perlu dipertanyakan pemaknaan yang didapat dari tindakan etisnya agar hal ini berbuah kepada karakter aslinya.¹⁴³

¹⁴¹Jean Porter, "Virtue Ethics," dalam *The Cambridge Companion to Christian Ethics*, 96.

¹⁴²Stassen dan Gushee, *Kingdom Ethics*, 32.

¹⁴³Harrington dan Keenan, *Paul and Virtue Ethics Building Bridges between New Testament Studies and Moral Theology* (Lanham: Rowman and Littlefield, 2010) 5.

Menanggapi permasalahan etis di media, maka setiap *content creator* perlu untuk menggali terlebih dahulu kebajikan apa yang menggerakkannya. Ini adalah hal yang sangat vital dan perlu diprioritaskan terlebih dahulu. Dengan demikian, ia tahu apa yang meresahkannya untuk bersuara demi kebaikan bersama.

Di dalam media Kristen, seseorang perlu mempunyai kebajikan yang baik bagi komunitas Kristen. Dalam kutipan pernyataan Hauerwas yang berbunyi:

“Christians community is rooted in ideals of non-violence and communal solidarity quite different from those which prevail in the dominant culture, and Christian ethics should reflect these differences by focusing on the virtues which enable the individual to live in a truly Christian fashion.”

Gill menambahkan supaya kebajikan semacam ini dapat disebarluaskan di dunia, sehingga komunitas yang bukan Kristen pun dapat mencontohnya.¹⁴⁴ Perlu diakui bahwa kebajikan Kristen adalah hal yang baik untuk diterapkan oleh para *content creator* di media. Karena itu prinsip kebajikan ini adalah hal krusial dan perlu untuk benar-benar diterapkan, agar terjalin relasi yang baik di komunitas media sosial.

Mewarnai media dalam rangka membangun komunitas adalah panggilan. Jika seseorang tergerak untuk mengerjakannya, maka seharusnya ia dapat menggunakan untuk tujuan menolong sesama, agar mewujudkan komunitas yang memuliakan Allah. Schultze menyatakan: *“Christian are called to faithful media stewardship. Christian stewards take care of media as God’s gifts. They see every medium as another opportunity to praise God by using it to love their neighbors as themselves.”*¹⁴⁵ Setiap orang Kristen terpanggil untuk menjadi orang yang melayani dan membina

¹⁴⁴Porter, "Virtue Ethics," 107. Bdk. Stanley Hauerwas, *The Peaceable Kingdom: A Primer in Christian Ethics* (Notre Dame: University of Notre Dame Press, 1991), 198.

¹⁴⁵Quentin J. Schultze dan Robert Woods, *Understanding Evangelical Media: The Changing Face of Christian Communication* (Downers Grove: InterVarsity, 2008), 29.

komunikasi dan relasi di media. Karena itu, panggilan untuk melayani perlu dipandang sebagai anugerah yang Allah berikan.

Mereka yang terpanggil untuk menggarani dunia media membutuhkan kebajikan yang jelas. Kebajikan itu yang dapat meluruskan motivasi dan visi yang dikerjakan, ketika ia terjun di media. Di sisi lain, kebajikan juga yang memberikan peneguhan ketika ia menemukan hambatan atau kesulitan di dalam berkarya di media. Tanpa kebajikan yang jelas, maka tidak ada tujuan pasti yang dapat dicapai si *content creator*.

Membangun Etika Kristen Berdasar Kebajikan Kristen tentang Media

Dalam tujuan membangun etika Kristen yang berdasar kebajikan untuk komunitas Kristen di media, maka diperlukan prinsip-prinsip etika Kristen untuk mengutamakan komunitas Kristen. Kebajikan di dalam menggunakan media sosial Kristen adalah jantung dari etika Kristen dilakukan. Hal ini penting supaya segala penerapan etika yang ada mengarah kepada kebajikan tersebut.

Kadangkala, seorang *content creator* hanya sekadar menegakkan agar semua penerapan di media hanya menurut pada etika dasarnya saja. Jika berhenti dalam taraf penerapan yang demikian, maka tentu hal ini hanya membuat penerapan yang menghakimi benar dan salahnya saja. Hal ini tidak dapat membawa tujuan yang lebih besar untuk mentransformasi permasalahan utama yang terjadi di komunitas Kristen.

Dalam upaya mewujudkannya, di dalam etika untuk berkomunikasi perlu untuk mengingat terlebih dahulu tujuan membangun komunitas. Implikasinya, menyikapi tentang keberadaan seorang *content creator* sebagai nabi yang menyatakan kesalahan dan penghakiman dari Allah perlu dibarengi dengan sebuah kebajikan

memperjuangkan komunitas Kristen. Walaupun ia sedang berdiri untuk menyatakan yang benar menurut pandangan iman Kristen, ia perlu sadar bahwa tujuan besarnya adalah untuk memformasi komunitas Kristen yang ada di media diarahkan dengan baik, tanpa harus memicu adanya permusuhan.¹⁴⁶

Penerapan Etika Teologis Kristen dalam Media

Di dalam kekristenan, dipercayai bahwa manusia berhak untuk menentukan keputusan etis, asalkan dapat berpadanan dengan wahyu Allah. Oleh karena manusia dikaruniai hikmat dan pengertian, maka manusia dapat menimbang mana keputusan yang patut untuk diterapkan. Hal ini sendiri tidak mudah dan bisa berpotensi menyebabkan konflik dari sudut pandang masing-masing. Karena itu dibutuhkan tata cara penentuan untuk menjawab masalah etis ini.

Pada dasarnya, pemakaian etika Kristen dilakukan dengan memilih keputusan yang dianggap benar dan absolut, namun hal ini seringkali menemukan kendala. Biasanya, permasalahan ini disebabkan oleh konflik moral dari masing-masing keputusan yang dihasilkan. Di dalam menangani akan permasalahan tersebut, dilakukan sebuah pendekatan untuk menentukannya, yang disebut sebagai absolutisme bertingkat.¹⁴⁷

¹⁴⁶Ian Paul, "Can We Be Virtuous in An Age of Social Media?" *Psephizo*, 2 Februari 2018, diakses 17 September 2020, <https://www.psephizo.com/life-ministry/can-we-be-virtuous-in-an-age-of-social-media/>.

¹⁴⁷Geisler, *Christian Ethics*, 114.

Absolutisme bertingkat dilakukan dengan memilih keputusan yang memiliki hukum paling besar, dalam sebuah tingkatan prioritas. Penerapannya bermula dengan mempertimbangkan hukum-hukum yang berkaitan dengan keputusan etis. Dari hukum-hukum tersebut, kemudian dipilihlah hukum yang dinilai memiliki nilai kebenaran paling tinggi.¹⁴⁸

Media memang memiliki banyak manfaat baik untuk diterapkan, namun hal ini harus tunduk kepada prinsip-prinsip etis dalam media. Seperti pada hal yang telah dipaparkan, ada prinsip-prinsip etis yang tidak dapat ditolerir. Maka sebagai kreator yang menerapkan prinsip-prinsip etis tersebut, ia perlu menjalankan perannya di media sebagai nabi yang mengutarakan pesan dari Allah. Selain itu, ia juga perlu untuk dapat dengan cermat mengoreksi kesalahan yang terjadi dan membimbing orang lain yang melakukan kesalahan tersebut, serta melaksanakan penyampaian di media sosial dengan motif kasih. Ketiga prinsip ini menjadi hal wajib untuk diberlakukan bagi yang terpanggil untuk mengajarkan kebenaran kepada komunitas Kristen di media.

Kesimpulan

Sejak zaman dahulu sampai sekarang manusia menggunakan media untuk berkomunikasi. Dari bentuk yang sederhana, media telah berubah menjadi semakin canggih seiring berjalannya waktu. Perkembangan tersebut membuat orang dapat lebih optimal dalam menyatakan pendapat atau pikirannya. Perkembangan media juga diikuti media Kristen. Tidak mengherankan jika bermunculan beragam akun Kristen

¹⁴⁸Ibid., 132.

di media sosial yang digandrungi oleh banyak orang percaya dan punya pengaruh yang sangat besar bagi pengikutnya.

Di sisi lain, ternyata hal ini menimbulkan permasalahan. Media dapat dimanfaatkan untuk tujuan tertentu oleh oknum di media. Setiap orang dapat menyuarakan ideologi terkait teologinya dan mempengaruhi banyak orang. Terkait dengan dasar teologi Kristen yang mempercayai bahwa komunikasi dan relasi manusia telah rusak, maka penggunaan media pun dapat cenderung bersifat saling melukai.

Kondisi komunikasi dan berelasi di media membutuhkan seperangkat aturan yang mengatur hal-hal etis penggunaan media. Sebagai orang Kristen yang menggunakan media, maka pengguna media perlu memiliki dasar etis dan landasan teologis yang tepat, supaya pengguna media dapat mengetahui peran dan tujuan dalam berkomunikasi dan menggunakan media.¹⁴⁹ Hal ini supaya memberikan pengarahan pada para pengguna media untuk menggunakan media dengan baik, serta menanamkan nilai-nilai kebajikan ketika mereka memakainya.

Tujuan ini melahirkan konsekuensi wajib bagi media Kristen agar sesuai dengan prinsip etis Kristen. Karena itu, konten-konten yang dikeluarkan para *content creator* wajib untuk memiliki prinsip etis seperti: menjadi alat suara kenabian, menyatakan kesalahan dengan tepat, membimbing kepada kebenaran dengan kasih. Prinsip-prinsip ini penting dan dibutuhkan, sehingga konten yang dibuat oleh seorang *content creator* dapat terarah mengikuti kebajikan yang dirancang.

¹⁴⁹Robert Gascoigne, *The Public Forum and Christian Ethics* (Cambridge: Cambridge University Press, 2001), 2.