



# **Etika komunikasi dalam pengumpulan dan pemanfaatan data pribadi di era digital**

## ***Communication ethics in the collection and use of personal data in the digital era***

**Fitri Fatimah<sup>1\*</sup>, Ahmad Yasin<sup>1</sup>, Nabila Amelia<sup>2</sup>, Ahmad Zainal Nurdiansyah Hasibuan<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>STMIK Logika, Medan, Indonesia

<sup>2</sup>Institut Kesehatan Helvetia, Medan, Indonesia

### **Abstrak**

Penggunaan data pribadi di era digital berkembang pesat, menimbulkan tantangan etika komunikasi terkait privasi dan kepercayaan. Kajian sistematis ini mengidentifikasi kesenjangan antara etika komunikasi dan praktik pengumpulan serta pemanfaatan data pribadi. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan tinjauan sistematis terhadap tiga artikel dari Google Scholar (2020-Juni 2025), penelitian menemukan kesenjangan etika paling sering terjadi pada masalah persetujuan (consent), dimana data dikumpulkan tanpa persetujuan eksplisit. Dalam pemanfaatan data, muncul kontradiksi antara manfaat ekonomi dengan risiko pelanggaran privasi. Prinsip deontologis menyoroti pelanggaran kewajiban moral, prinsip teleologis mengungkap dampak negatif tidak seimbang, dan etika kebajikan menunjukkan kurangnya integritas pengelola data. Kesenjangan ini mencerminkan ketidaksesuaian antara inovasi teknologi dengan kematangan etika dan regulasi. Kajian menegaskan pentingnya pengembangan kerangka etika komunikasi lebih kuat dan pendidikan data untuk ekosistem digital bertanggung jawab.

**Kata Kunci:** Etika Komunikasi, Data Pribadi, Era Digital

### **Abstract**

*The use of personal data in the digital era has grown rapidly, creating valuable assets while raising significant communication ethics challenges related to privacy and individual trust. This systematic review identifies gaps between communication ethics and practices of personal data collection and utilization. Using a qualitative approach with a systematic review of three articles from Google Scholar (2020-June 2025), the study finds that the most frequent ethical gap occurs in consent issues, where data is collected without explicit consent. In data utilization, contradictions emerge between economic benefits and privacy violation risks. Deontological principles highlight violations of moral obligations, teleological principles reveal disproportionate negative impacts, and virtue ethics demonstrate a lack of integrity among data controllers. These gaps reflect misalignment between technological innovation and ethical-regulatory maturity. The study emphasizes the importance of developing stronger communication ethics frameworks and data education to create a responsible digital ecosystem.*

**Keywords:** Communication Ethics, Personal Data, Digital Era

### **Histori Artikel:**

Diterima 8 Oktober 2025, Direvisi 11 November 2025, Disetujui 19 November 2025, Dipublikasi 2 Desember 2025.

### **\*Penulis Korespondensi:**

v3fatimah@gmail.com

### **DOI:**

<https://doi.org/10.60036/jbm.900>

## PENDAHULUAN

Masyarakat di era digital saat ini telah mengalami banyak perubahan dalam cara berinteraksi, bekerja, dan mengakses informasi, di mana data pribadi menjadi kepemilikan berharga yang tidak terhindarkan. Seiring dengan kemudahan akses dan keterhubungan, muncul pula tantangan serius terkait etika komunikasi dalam praktik pengumpulan dan pemanfaatan data pribadi. Pada tahun 2024, diperkirakan lebih dari 6 miliar orang di seluruh dunia telah terhubung ke internet, menghasilkan volume data yang belum pernah terjadi sebelumnya, dengan setiap interaksi digital meninggalkan jejak data yang dapat dianalisis (Statista, 2024). Fenomena ini, meskipun menawarkan potensi inovasi dan kemajuan, juga membuka celah bagi praktik yang dapat melanggar privasi dan kepercayaan individu, mengindikasikan adanya kesenjangan etis yang perlu dicermati secara mendalam.

Perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi telah menciptakan ekosistem data yang kompleks, di mana berbagai entitas—mulai dari perusahaan teknologi raksasa hingga lembaga pemerintah—aktif dalam mengumpulkan dan memproses data pribadi. Kecenderungan ini diperkuat oleh penggunaan teknologi seperti kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*) dan *big data analytics*, yang memungkinkan analisis data dalam skala masif untuk berbagai keperluan, termasuk personalisasi layanan digital dan iklan (Manyika et al., 2011). Namun, di balik potensi besar ini, seringkali terdapat praktik yang mengabaikan prinsip-prinsip etika komunikasi seperti transparansi, persetujuan, dan akuntabilitas, sehingga menimbulkan kekhawatiran tentang penyalahgunaan data (Richards & King, 2014).

Secara etimologi, etika berasal dari bahasa Yunani *ethos* yang berarti kebiasaan atau watak. Dalam konteks yang lebih luas, etika merujuk pada prinsip-prinsip moral yang mengatur perilaku individu atau kelompok (Suseno, 2006). Sementara itu, komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari satu pihak ke pihak lain untuk mencapai pemahaman bersama. Dengan demikian, secara bahasa, etika komunikasi dapat diartikan sebagai seperangkat prinsip moral dan nilai-nilai yang memandu praktik komunikasi agar berjalan dengan menghargai martabat manusia (Borden, 2019). Arnett dan Arneson menegaskan bahwa etika komunikasi merupakan pengetahuan tentang bagaimana manusia seharusnya berperilaku dalam interaksi sosial sesuai dengan nilai-nilai kebenaran, sedangkan Peters menekankan bahwa etika komunikasi mencakup pemahaman terhadap sisi kemanusiaan dari tindakan komunikatif yang mempertimbangkan dampak dari pesan yang disampaikan. Definisi ini menjadi semakin relevan di era digital karena interaksi manusia kini diperantarai oleh sistem algoritmik yang kompleks dan berskala global.

Setiap individu secara sadar maupun tidak, meyakini bahwa komunikasi yang efektif dan beretika tetap menjadi fondasi utama. Islam, sebagai sistem nilai moral universal, secara khusus menekankan pentingnya komunikasi yang beradab sebagai pilar pembentukan keharmonisan sosial. Etika komunikasi dalam Islam berakar kuat pada Al-Qur'an, yang menegaskan pentingnya menjaga kebenaran, kesantunan, dan penghormatan terhadap sesama dalam berkomunikasi (Sukmaningtyas et al., 2024). Nilai-nilai ini memiliki relevansi yang tinggi terhadap praktik komunikasi digital masa kini, terutama dalam konteks pengelolaan data pribadi dan perlindungan privasi.

Kemajuan teknologi digital memungkinkan pengumpulan dan pemanfaatan data pribadi dalam skala yang belum pernah terjadi sebelumnya (Zuboff, 2019). Algoritma yang bias dan praktik pengelolaan data yang tidak transparan dapat memperburuk kesenjangan sosial serta menurunkan kepercayaan publik terhadap platform digital. Karena itu, penerapan etika komunikasi menjadi penting untuk memastikan bahwa inovasi teknologi tetap berjalan beriringan dengan perlindungan hak-hak individu dan nilai-nilai moral (Floridi, 2013).

Dalam filsafat moral, terdapat tiga pendekatan utama yang dapat digunakan untuk menganalisis praktik komunikasi data, yaitu deontologi, teleologi, dan etika kebajikan (Littlejohn

& Foss, 2016). Ketiganya memberikan perspektif yang komplementer dalam menilai kesenjangan antara norma etika dan praktik nyata.

Pertama, deontologi berasal dari kata Yunani *deon* yang berarti kewajiban atau tugas. Pandangan ini menilai tindakan etis berdasarkan kepatuhan terhadap prinsip moral universal, terlepas dari konsekuensinya (Kant, 1785). Dalam konteks data pribadi, deontologi menekankan kewajiban moral untuk memperoleh persetujuan yang jelas dari pengguna, menjaga kerahasiaan data, dan tidak menggunakan data untuk tujuan di luar kesepakatan (European Union, 2016). Pelanggaran terhadap prinsip-prinsip ini menunjukkan adanya penyimpangan etis dalam praktik komunikasi digital.

Kedua, teleologi (atau *consequentialism*) menilai moralitas berdasarkan akibat yang ditimbulkan dari suatu tindakan (Mill, 2001). Dalam praktik pengelolaan data, tindakan dianggap etis jika manfaat sosial yang dihasilkan lebih besar daripada potensi kerugian privasi individu (Crawford & Schultz, 2019). Namun, pendekatan ini juga mengingatkan bahwa efisiensi dan kemajuan teknologi tidak boleh mengorbankan hak-hak asasi pengguna.

Ketiga, etika kebajikan berfokus pada pembentukan karakter dan integritas pelaku, bukan hanya pada aturan atau konsekuensi. Aristoteles menegaskan bahwa tindakan etis lahir dari niat baik dan kebajikan moral yang melekat dalam diri seseorang (Vallor, 2016). Dalam konteks pengelolaan data, pendekatan ini menyoroti pentingnya integritas, tanggung jawab, dan empati terhadap kekhawatiran pengguna. Ketika pihak pengelola data gagal menunjukkan kebajikan moral tersebut, kesenjangan etika mudah terjadi.

Ketiga aliran ini saling melengkapi: deontologi memberikan panduan kewajiban moral, teleologi menimbang dampak tindakan, dan etika kebajikan menilai kualitas moral pelaku. Melalui pendekatan ini, kesenjangan antara norma etika dan praktik nyata pengumpulan serta pemanfaatan data pribadi dapat dipetakan dengan lebih komprehensif.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penerapan etika komunikasi masih menghadapi tantangan. Nasoha et al. (2025) menekankan pentingnya konfirmasi informasi di media sosial sebagai wujud etika komunikasi, Amin (2025) menyoroti penerapan nilai berkata benar dan lembut dalam konteks budaya lokal, sementara Kusuma (2025) menggabungkan pendekatan Islam dengan teori komunikasi modern. Meskipun demikian, penelitian-penelitian tersebut belum secara khusus mengaitkan prinsip etika komunikasi dengan praktik pengumpulan dan pemanfaatan data pribadi dalam konteks digitalisasi global.

Selain itu, meskipun telah ada regulasi formal seperti *General Data Protection Regulation* (GDPR) di Eropa dan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP) Nomor 27 Tahun 2022 di Indonesia (Voigt & Von dem Bussche, 2017), berbagai studi mengungkapkan bahwa penerapan di lapangan masih jauh dari ideal (Johnson & Whittington, 2020). Banyak perusahaan memprioritaskan efisiensi dan keuntungan finansial dibandingkan penerapan prinsip etika komunikasi yang berkeadilan. Kesenjangan inilah yang menjadi urgensi utama penelitian ini, sebab tanpa penerapan etika komunikasi yang kuat, privasi dan kepercayaan publik terhadap sistem digital akan terus menurun.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: *apa kesenjangan yang paling sering muncul antara etika komunikasi dengan praktik pengumpulan serta pemanfaatan data pribadi di era digital?* Pertanyaan ini relevan untuk menggali akar penyebab penyimpangan etika yang tidak hanya bersifat teknis atau hukum, tetapi juga moral dan filosofis.

Penelitian ini urgensinya tinggi karena dunia digital kini menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Tanpa pedoman etika yang jelas, praktik komunikasi berbasis data dapat mengancam privasi, mengikis kepercayaan sosial, dan memperlebar kesenjangan antara kepentingan bisnis dan perlindungan individu. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya penting secara akademik tetapi juga strategis bagi pembuat kebijakan, lembaga pendidikan, dan industri digital.

Kebaruan penelitian ini terletak pada upayanya mengintegrasikan teori etika klasik (deontologi, teleologi, etika kebajikan) dengan konteks etika komunikasi modern dan perspektif nilai Islam untuk menganalisis praktik pengumpulan serta pemanfaatan data pribadi. Pendekatan ini belum banyak digunakan dalam penelitian terdahulu yang cenderung memisahkan antara aspek moral, hukum, dan teknologi. Dengan pendekatan interdisipliner ini, penelitian diharapkan memberikan kontribusi teoritis dan praktis, yakni memperkaya literatur etika komunikasi digital serta menjadi landasan bagi perumusan kebijakan dan praktik industri yang lebih etis, transparan, dan berkeadilan.

Dengan demikian, tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi dan menjelaskan kesenjangan yang paling sering muncul antara etika komunikasi dengan praktik pengumpulan serta pemanfaatan data pribadi di era digital, serta merumuskan nilai-nilai etis yang dapat digunakan untuk memperkuat kepercayaan publik dan membangun ekosistem digital yang bertanggung jawab. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi dasar pengembangan kebijakan publik, peningkatan literasi digital, dan penguatan budaya etis di era informasi.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode tinjauan sistematis untuk mengidentifikasi dan menjelaskan kesenjangan antara etika komunikasi dan praktik pengumpulan serta pemanfaatan data pribadi di era digital. Pendekatan kualitatif dipilih karena berorientasi pada pemahaman mendalam terhadap fenomena sosial yang kompleks, sedangkan tinjauan sistematis digunakan untuk memperoleh hasil yang terstruktur, transparan, dan dapat direplikasi (Creswell & Poth, 2018; Kitchenham, 2004).

Data yang digunakan berupa literatur sekunder yang diperoleh melalui Google Scholar dalam rentang waktu 2020–Juni 2025. Artikel yang dianalisis dipilih berdasarkan kriteria inklusi, yaitu publikasi ilmiah yang membahas etika komunikasi, privasi data, dan konteks digital, serta mengecualikan artikel populer atau non-akademik. Pencarian dilakukan dengan kata kunci seperti “*communication ethics*,” “*data privacy*,” dan “*digital era*.” Setiap artikel yang memenuhi kriteria diekstraksi datanya, meliputi judul, penulis, tahun, metode, dan temuan utama terkait etika komunikasi dan pengelolaan data pribadi.

Analisis data dilakukan menggunakan teknik analisis isi tematik (*thematic content analysis*) untuk menemukan pola, hubungan, dan kesenjangan antar temuan (Braun & Clarke, 2006). Validitas hasil dijaga melalui triangulasi sumber dan *peer debriefing* dengan dosen sejawat untuk memastikan konsistensi interpretasi. Prosedur penelitian meliputi perumusan masalah, penentuan kriteria literatur, pencarian dan seleksi artikel, ekstraksi data, analisis tematik berdasarkan teori deontologi, teleologi, dan etika kebajikan, serta penarikan kesimpulan. Melalui metode ini, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif dan kritis tentang ketidakseimbangan antara nilai-nilai etika komunikasi dan praktik pengumpulan serta pemanfaatan data pribadi di era digital.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Tinjauan ini menganalisis tiga artikel jurnal yang relevan dengan isu pengumpulan dan pemanfaatan data pribadi untuk menelaah kesenjangan etika komunikasi di era digital. Pemilihan artikel dilakukan secara selektif dengan tujuan memperoleh pemahaman mendalam, bukan generalisasi hasil. Kriteria inklusi ditetapkan secara ketat: publikasi harus berupa artikel ilmiah yang membahas penelitian terkait “data pribadi” secara eksplisit dalam judul, ditulis dalam bahasa Indonesia, diterbitkan antara tahun 2020–2025, dan tersedia dalam format PDF lengkap. Artikel yang berbentuk blog, buku, berita, tinjauan literatur, berbahasa asing, terbit sebelum 2020, atau hanya tersedia dalam pratinjau dikecualikan dari analisis.

**Tabel 1.** Standar Inklusi dan Eksklusi

Acuan	Standar Inklusi	Standar Eksklusi
Publikasi	Artikel Jurnal	Blog, Buku, atau Media Berita
Jenis Tulisan	Penelitian	Tinjauan Literatur
Topik Judul	Data Pribadi	Bukan Data Pribadi
Bahasa	Bahasa Indonesia	Bahasa Asing
Tahun Publikasi	2020 sampai 2025	Sebelum 2020
Aksesibilitas	Format PDF lengkap	Hanya Pratinjau

Proses penelusuran literatur dilakukan menggunakan perangkat lunak *Publish or Perish 8* untuk mengidentifikasi artikel yang sesuai dengan kriteria inklusi dan eksklusi melalui basis data *Google Scholar*. Pencarian difokuskan pada kolom *Title Words* dengan kata kunci “pengumpulan,” “pemanfaatan,” dan “data pribadi” guna memperoleh hasil yang relevan secara tematik. Berdasarkan proses seleksi tersebut, diperoleh tiga artikel jurnal yang memenuhi kriteria penelitian, yakni “Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Aktivitas Jurnalisme Warga dan Implikasinya Terhadap Media Konvensional,” “Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Jurnalisme Warga, Desa Baros,” serta “Praktik Perlindungan Jurnalisme Warga di Media Sosial dalam Perspektif Hukum.” Ketiga artikel ini dipilih karena secara konseptual mengandung dimensi etika komunikasi, privasi, serta pengelolaan data dalam konteks ruang digital kontemporer, sehingga relevan untuk dianalisis dalam kerangka teori etika komunikasi.

**Tabel 2.** Sumber Pustaka

Identifikasi Sumber	Sumber Pertama	Sumber Kedua	Sumber Ketiga
Judul Artikel	Pelindungan Hak Privasi Terhadap Pengumpulan Data Pribadi oleh AI Generatif Berdasarkan Percakapan Dengan Pengguna	Penyelewengan Data Pribadi Dalam Pemanfaatan Aplikasi Financial Technology (Pinjaman Online)	Pemanfaatan Data Instagram Untuk Mengetahui Reputasi Tempat Wisata di Lombok
Penulis	Akmal Muhammad Abdullah	Erwin Asmadi	Muhammad Azmi, Amiruddin Khairul Huda, dan Arief Setiyanto
Tahun Publikasi	2024	2023	2020
Jurnal	Padjadjaran Law Review	Sanksi	Teknimedia
Volume dan Nomor	Volume. 12 Nomor. 2	Volume. 2 Nomor. 1	Volume.1 Nomor. 1
Halaman	145 - 156	135 - 144	39 - 46
Metode Penelitian	Yuridis Normatif	Hukum Normatif	Naive Bayes

Berdasarkan hasil identifikasi terhadap tiga artikel jurnal yang menjadi sumber utama, dapat disimpulkan bahwa isu pengumpulan dan pemanfaatan data pribadi telah dikaji dari berbagai sudut pandang keilmuan, baik hukum maupun teknologi. Artikel pertama karya Akmal Muhammad Abdullah (2024) menekankan urgensi perlindungan hak privasi dalam interaksi antara manusia dan kecerdasan buatan (AI) generatif. Pendekatan yuridis normatif yang

digunakan menunjukkan upaya memahami batasan hukum dan etika dalam pemrosesan data pribadi oleh sistem AI yang berpotensi menimbulkan pelanggaran privasi pengguna.

Artikel kedua yang ditulis oleh Erwin Asmadi (2023) memperluas perspektif dengan menelaah penyalahgunaan data pribadi dalam layanan financial technology (fintech), khususnya pinjaman online. Kajian ini menyoroti lemahnya pengawasan dan tanggung jawab hukum penyedia layanan terhadap kebocoran maupun penyalahgunaan data konsumen. Melalui pendekatan hukum normatif, artikel ini menegaskan perlunya regulasi yang lebih tegas dan mekanisme perlindungan yang efektif untuk menjamin keamanan data pribadi masyarakat pengguna layanan digital.

Sementara itu, artikel ketiga karya Muhammad Azmi dan rekan (2020) menggunakan pendekatan teknologi melalui metode Naive Bayes untuk mengidentifikasi reputasi destinasi wisata berdasarkan data dari platform Instagram. Meskipun tidak secara langsung membahas aspek hukum, penelitian ini mengungkap bagaimana data pribadi publik di media sosial dimanfaatkan sebagai sumber analisis yang bersifat informatif, sekaligus menimbulkan potensi pelanggaran privasi akibat penggunaan data tanpa persetujuan eksplisit.

Secara keseluruhan, ketiga artikel tersebut menggambarkan bahwa praktik pengumpulan dan pemanfaatan data pribadi di era digital menimbulkan dilema etis dan yuridis yang kompleks. Kajian hukum menyoroti kebutuhan regulasi dan perlindungan hukum yang kuat, sementara kajian berbasis teknologi memperlihatkan dimensi praktis pemanfaatan data yang menuntut kesadaran etika lebih tinggi dalam menjaga hak privasi individu.

Hasil dan Pembahasan pada jenis penelitian kualitatif disajikan dalam satu kesatuan. Hasil penelitian disajikan dalam tema-tema sesuai dengan temuan penelitian. Sebagai contoh adalah tema berdasarkan temuan penelitian, "anggaran daerah sebagai ritual". Tema ini dibahas berdasarkan data atau temuan penelitian hasil wawancara yang selanjutnya dibahas secara tajam dan mendalam yang dikaitkan dengan teori atau konsep serta hasil penelitian sebelumnya. Pembahasan dilakukan secara elaboratif, dialektif dan kritis. Pembahasan dalam penelitian kualitatif tidak hanya sekedar mendeskripsikan temuan penelitian, akan tetapi harus mampu menemukan makna dari temuan penelitian.

### **Pengumpulan Data Pribadi di Era Digital dalam Analisis Etika Komunikasi**

Pengumpulan data pribadi di era digital menghadirkan tantangan yang semakin kompleks, tidak hanya dalam aspek hukum dan teknis, tetapi terutama dalam ranah etika komunikasi. Di tengah perkembangan teknologi yang semakin cepat, data pribadi menjadi komoditas baru yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan dimanfaatkan oleh berbagai entitas, mulai dari perusahaan teknologi, penyedia layanan digital, hingga lembaga pemerintah. Fenomena ini memperlihatkan pergeseran relasi komunikasi antara manusia dan teknologi dari komunikasi dua arah yang didasari kesetaraan dan kepercayaan, menuju komunikasi asimetris yang sarat kepentingan informasi. Salah satu bentuk paling problematis adalah pengumpulan data percakapan oleh *Artificial Intelligence* (AI) generatif, yang sering dilakukan tanpa persetujuan eksplisit dari pengguna. Dalam konteks ini, pengguna bukan lagi partisipan aktif dalam komunikasi digital, melainkan menjadi objek data yang diolah untuk kepentingan algoritmik. Ketidakhadiran persetujuan yang sah menandakan hilangnya unsur consensual communication yang menjadi dasar etika komunikasi menurut Habermas (1984), di mana setiap tindakan komunikatif idealnya dilakukan atas dasar kesetaraan dan kesadaran bersama.

Praktik pengumpulan data tanpa izin eksplisit tersebut dapat ditinjau dari perspektif etika deontologis, yang menekankan kewajiban moral untuk menghormati martabat manusia (Kant, 1785). Dalam kerangka ini, tindakan yang secara moral benar bukan diukur dari hasil atau manfaatnya, melainkan dari kesesuaian dengan prinsip moral universal. Pengumpulan data oleh AI tanpa persetujuan pengguna, meskipun dilakukan dengan tujuan pengembangan teknologi,

tetap melanggar prinsip moral karena memperlakukan manusia sebagai sarana untuk mencapai tujuan, bukan sebagai tujuan itu sendiri. Situasi ini menegaskan adanya krisis moral dalam tata kelola data modern, di mana efisiensi teknologi sering dijadikan alasan untuk mengabaikan nilai-nilai etika komunikasi. Ketidakseimbangan antara kemampuan teknologi untuk mengakses informasi dan kemampuan manusia untuk mempertahankan otonomi komunikatifnya menciptakan kesenjangan etis yang signifikan, sebuah dilema yang semakin relevan ketika algoritma mulai memengaruhi keputusan sosial dan ekonomi individu tanpa keterlibatan sadar dari pemilik data.

Kondisi yang serupa juga tampak dalam praktik pengumpulan data pribadi pada layanan financial technology (fintech), terutama penyedia pinjaman online (*peer-to-peer lending*). Dalam konteks ini, pengumpulan data pengguna dilakukan melalui formulir digital dan akses izin perangkat, yang sering kali mencakup informasi sensitif seperti kontak pribadi, riwayat komunikasi, hingga lokasi geografis. Meskipun pengguna memberikan persetujuan formal, proses komunikasi yang melandasinya kerap tidak memenuhi standar transparansi dan pemahaman yang memadai. Dari perspektif etika komunikasi konvergensi (Christians et al., 2008), hal ini menandakan kegagalan dalam membangun komunikasi partisipatif yang sejajar antara penyedia layanan dan pengguna. Ketika informasi yang diberikan tidak disertai pemahaman utuh mengenai konsekuensinya, maka persetujuan tersebut tidak dapat dianggap sebagai informed consent. Padahal, dalam kerangka UU Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi, persetujuan yang sah merupakan elemen fundamental yang menentukan legalitas pengumpulan data pribadi. Ketidaksihonestan antara regulasi dan praktik etis inilah yang menciptakan kesenjangan signifikan dalam hubungan komunikatif digital.

Sementara itu, pengumpulan data pribadi dari media sosial seperti Instagram menambah lapisan kompleksitas baru terhadap persoalan etika komunikasi di era digital. Data yang bersumber dari unggahan, komentar, dan metadata pengguna sering kali dimanfaatkan untuk kepentingan analisis reputasi, promosi pariwisata, atau riset pemasaran. Dalam beberapa penelitian, metode yang digunakan melibatkan proses web scraping dengan bantuan skrip Python untuk mengambil data dalam jumlah besar, bahkan dengan memasukkan kredensial akun tanpa melalui *Application Programming Interface* (API) resmi platform. Praktik seperti ini memunculkan dilema etika ganda: di satu sisi, data yang tersedia di ruang publik digital dianggap dapat diakses; namun di sisi lain, tindakan tersebut berpotensi melanggar batas moral karena dilakukan tanpa kesadaran dan izin eksplisit pemilik akun. Menurut teori privasi sebagai kontrol informasi yang dikemukakan Westin (1967), hak privasi bukan hanya soal perlindungan terhadap akses, tetapi juga tentang kemampuan individu untuk mengendalikan bagaimana informasi pribadinya digunakan. Dalam hal ini, pengumpulan data tanpa izin eksplisit jelas mengabaikan prinsip kontrol pribadi dan menempatkan pengguna pada posisi pasif dalam komunikasi digital.

Jika dianalisis lebih jauh melalui perspektif etika teleologis, yang menilai moralitas tindakan berdasarkan akibat yang ditimbulkannya (Mill, 1863), maka pengumpulan data pribadi tanpa etika dapat menimbulkan konsekuensi sosial yang serius. Dampak negatif yang muncul bukan hanya pada tingkat individu, seperti pelanggaran privasi dan penyalahgunaan informasi, tetapi juga pada tingkat sosial, berupa erosi kepercayaan publik terhadap ekosistem digital. Ketika individu merasa tidak lagi memiliki kendali atas data pribadinya, hubungan komunikatif antara pengguna dan penyedia layanan digital mengalami krisis legitimasi. Padahal, dalam kerangka etika komunikasi publik, kepercayaan merupakan prasyarat utama bagi terbentuknya komunikasi yang bertanggung jawab dan berkelanjutan (Habermas, 1984). Kegagalan dalam mempertahankan prinsip transparansi dan tanggung jawab ini menandakan pergeseran nilai komunikasi digital dari etika kolaboratif menuju etika transaksional, di mana interaksi lebih berorientasi pada manfaat ekonomi ketimbang tanggung jawab sosial.

Dari sudut pandang etika kebajikan Aristotelian, persoalan ini berakar pada lemahnya karakter moral pelaku komunikasi digital. Etika kebajikan menekankan bahwa tindakan yang baik lahir dari keutamaan karakter seperti kejujuran (truthfulness), keadilan (justice), dan kebijaksanaan (phronesis). Ketika pengembang AI, penyedia fintech, atau analis media sosial mengabaikan prinsip kejujuran dan keterbukaan dalam pengumpulan data, maka yang terjadi bukan sekadar pelanggaran teknis, melainkan degradasi nilai moral dalam ekosistem komunikasi digital. Ketidakterbukaan mengenai tujuan pengumpulan data, penggunaan metode tersembunyi, serta minimnya tanggung jawab dalam pengelolaan data menunjukkan absennya moral integrity dalam praktik digital modern. Dalam konteks ini, perbaikan etika komunikasi bukan hanya menuntut pembaruan regulasi, tetapi juga pembangunan karakter moral pelaku komunikasi digital yang sadar akan tanggung jawab sosialnya terhadap subjek data pribadi.

Dengan demikian, analisis ini menunjukkan bahwa persoalan pengumpulan data pribadi di era digital tidak dapat diselesaikan semata-mata melalui pendekatan hukum atau teknis, melainkan menuntut rekonstruksi etika komunikasi yang lebih humanistik dan reflektif. Kesenjangan antara kemampuan teknologi yang semakin invasif dan kesadaran etika yang stagnan telah menciptakan paradoks dalam praktik komunikasi modern, bahwa semakin tinggi efisiensi informasi, semakin rapuh nilai moral yang menopangnya. Oleh karena itu, diperlukan paradigma komunikasi digital yang menempatkan prinsip persetujuan, transparansi, dan tanggung jawab sebagai fondasi moral utama, bukan sekadar kepatuhan formal terhadap regulasi. Integrasi nilai-nilai etika komunikasi dalam desain sistem digital akan menjadi langkah penting untuk mengembalikan dimensi kemanusiaan dalam interaksi teknologi, sekaligus menjembatani kesenjangan antara kemajuan inovasi dan martabat individu sebagai subjek komunikasi.

### **Pemanfaatan Data Pribadi di Era Digital**

Pemanfaatan data pribadi telah menjadi fenomena multidimensional yang memperlihatkan ambivalensi antara efisiensi teknologi dan tanggung jawab etis. Kecerdasan buatan (AI) generatif, misalnya, tidak hanya memanfaatkan data pribadi sebagai sumber daya pelatihan algoritma untuk meningkatkan presisi dan kapasitas prediktif, tetapi juga memperluas praktik pengumpulan data hingga ke ranah kehidupan pribadi pengguna. Melalui mekanisme machine learning, sistem AI mampu menganalisis pola perilaku digital, preferensi konsumsi informasi, bahkan kondisi kesehatan individu. Namun, ketika analisis ini dilakukan tanpa dasar persetujuan yang jelas dan terinformasi, ia melahirkan paradoks antara kemajuan teknologi dan prinsip keadaban digital. Dalam konteks teori informational privacy (Floridi, 2013), setiap individu memiliki hak moral untuk mengontrol arus informasi tentang dirinya. Dengan demikian, pemanfaatan data pribadi tanpa persetujuan bukan sekadar pelanggaran hukum, melainkan bentuk pengingkaran terhadap otonomi moral individu dalam ruang digital.

Fenomena serupa juga tampak dalam praktik pemanfaatan data pada sektor finansial berbasis teknologi (fintech), khususnya layanan pinjaman daring. Perusahaan penyedia layanan kerap melakukan akses terhadap data pribadi konsumen, mulai dari kontak telepon, pesan pribadi, hingga riwayat transaksi, sebagai bagian dari sistem verifikasi dan penagihan. Praktik ini menimbulkan persoalan serius terkait penyalahgunaan data, yang melampaui batas kepantasan etis dan hukum. Dalam beberapa kasus, data nasabah yang tertunda pembayaran disebarluaskan kepada pihak ketiga untuk menekan psikologis korban, atau bahkan dijual kepada perusahaan lain untuk kepentingan komersial. Perspektif deontologi Kantian menegaskan bahwa manusia tidak boleh dijadikan sarana semata bagi tujuan ekonomi pihak lain; dalam hal ini, penyalahgunaan data pribadi konsumen merupakan pelanggaran terhadap prinsip penghormatan martabat manusia (respect for persons). Dengan kata lain, efisiensi operasional fintech tidak dapat dijadikan pembenaran atas perampasan hak individu atas privasinya.

Pemanfaatan data pribadi juga memiliki dimensi yang lebih positif, khususnya dalam sektor pariwisata berbasis media sosial. Platform seperti Instagram menyediakan ruang bagi pengguna untuk berbagi pengalaman pribadi, yang secara tidak langsung menjadi sumber data bagi analisis reputasi dan popularitas destinasi wisata. Melalui analisis user-generated content, perusahaan dapat mengukur tingkat kepuasan wisatawan dan menilai tren perilaku konsumen digital. Namun, di balik manfaat ekonomisnya, muncul pertanyaan etis tentang batas antara data publik dan data pribadi. Menurut teori contextual integrity dari Helen Nissenbaum (2010), pelanggaran privasi terjadi ketika informasi digunakan di luar konteks sosial di mana data tersebut awalnya dibagikan. Artinya, meskipun data di media sosial bersifat publik, pengguna tidak serta-merta memberikan izin implisit bagi pihak ketiga untuk mengolahnya untuk kepentingan ekonomi. Maka, batas etika komunikasi digital harus mencakup pemahaman konteks, niat, dan transparansi pemanfaatan data.

Dari sudut pandang etika komunikasi, kesenjangan yang paling signifikan dalam pemanfaatan data pribadi di era digital muncul dari ketidakseimbangan antara manfaat sosial-ekonomi dan risiko pelanggaran privasi. Aliran deontologi menekankan kewajiban moral untuk menghormati hak individu melalui persetujuan yang eksplisit dan terinformasi. Ketika AI atau fintech memanfaatkan data tanpa izin, hal tersebut mencederai prinsip moralitas universal bahwa setiap tindakan harus dapat dijadikan norma umum. Sementara itu, teori teleologi menilai tindakan berdasarkan konsekuensinya: pemanfaatan data yang tidak etis dapat menimbulkan kerugian psikologis, ekonomi, dan sosial, meskipun memberikan keuntungan bagi sistem digital secara makro. Oleh karena itu, tantangan etika komunikasi digital bukan hanya pada aspek legal formal, tetapi juga pada dimensi pertimbangan konsekuensi moral yang melekat pada setiap tindakan pemrosesan data.

Dalam perspektif etika kebajikan (virtue ethics), problem pemanfaatan data pribadi menunjukkan lemahnya karakter moral dalam tata kelola teknologi. Aristoteles menekankan bahwa kebajikan moral lahir dari niat baik, kejujuran, dan kebijaksanaan praktis (phronesis). Ketika perusahaan teknologi menjadikan data sebagai komoditas tanpa transparansi atau rasa tanggung jawab sosial, hal itu menunjukkan absennya moral integrity dalam budaya digital. Praktik seperti penyadapan ponsel, intimidasi oleh penagih pinjaman daring, dan perdagangan data konsumen mencerminkan perilaku yang jauh dari keutamaan etis. Sebaliknya, pemanfaatan data untuk tujuan positif seperti pengembangan pariwisata harus dibangun di atas dasar ethical design, yaitu inovasi teknologi yang mengintegrasikan keadilan, keterbukaan, dan perlindungan privasi sebagai nilai fundamental.

Secara keseluruhan, problem etika komunikasi dalam pemanfaatan data pribadi menyingkap ketegangan antara logika kapitalisasi data dan nilai kemanusiaan. Percepatan inovasi teknologi tidak diimbangi dengan kematangan kesadaran etis dan kelembagaan yang memadai. Meskipun kerangka hukum seperti Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi telah memberikan payung normatif, praktik di lapangan masih memperlihatkan dominasi paradigma utilitarian yang menempatkan data sebagai aset ekonomi, bukan hak moral individu. Oleh karena itu, dibutuhkan pembentukan ekosistem komunikasi digital yang etis melalui tiga pilar utama: penguatan literasi privasi masyarakat, transparansi algoritmik oleh pengembang teknologi, dan internalisasi etika kebajikan dalam desain sistem digital. Hanya dengan cara ini, pemanfaatan data pribadi dapat berfungsi sebagai instrumen kemajuan tanpa mengorbankan harkat kemanusiaan.

## **SIMPULAN**

### **Simpulan**

Penelitian ini menegaskan bahwa kesenjangan utama antara etika komunikasi dan praktik pengumpulan serta pemanfaatan data pribadi di era digital terletak pada lemahnya

keseimbangan antara inovasi teknologi dan tanggung jawab moral. Isu persetujuan muncul sebagai titik kritis yang menunjukkan pelanggaran terhadap prinsip dasar penghormatan privasi, sementara pemanfaatan data sering kali lebih berorientasi pada keuntungan ekonomi daripada etika. Temuan ini memperkuat sekaligus memperluas penerapan teori deontologi, teleologi, dan etika kebajikan dengan menambahkan konteks baru pada pengelolaan data digital yang berimplikasi pada moralitas teknologi. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengonfirmasi relevansi teori etika klasik dalam era digital, tetapi juga memperkaya wacana etika komunikasi dengan menekankan pentingnya kerangka etika yang adaptif, transparan, dan berkeadilan dalam pengelolaan data pribadi modern.

### **Keterbatasan**

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada aspek metodologis dan teoritis. Secara metodologis, tinjauan sistematis ini hanya menganalisis tiga artikel jurnal yang memenuhi kriteria inklusi, sehingga hasilnya belum dapat menggambarkan secara menyeluruh dinamika etika komunikasi dalam pengumpulan dan pemanfaatan data pribadi di berbagai sektor digital. Selain itu, penelitian ini sepenuhnya bergantung pada data sekunder dari literatur yang tersedia di Google Scholar tanpa verifikasi empiris melalui wawancara atau observasi langsung terhadap pelaku industri teknologi. Dari sisi teoritis, penelitian ini masih berfokus pada tiga pendekatan etika klasik, deontologi, teleologi, dan etika kebajikan yang mungkin belum sepenuhnya mampu menangkap kompleksitas etika komunikasi dalam konteks teknologi modern seperti kecerdasan buatan dan big data. Oleh karena itu, penelitian lanjutan disarankan untuk memperluas jumlah dan ragam sumber, melibatkan pendekatan empiris, serta mengintegrasikan teori etika kontemporer seperti *ethics of care* dan *digital ethics* guna memperkaya pemahaman atas isu ini.

### **Implikasi Penelitian**

Secara praktis, hasil penelitian ini menegaskan perlunya penyusunan kebijakan perlindungan data pribadi yang lebih ketat, transparan, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi digital, terutama dalam hal mekanisme persetujuan dan tanggung jawab etis penyelenggara sistem elektronik. Penelitian ini juga memberikan dasar bagi lembaga pemerintah, regulator, dan pelaku industri untuk mengembangkan pedoman etika komunikasi digital yang berorientasi pada penghormatan terhadap privasi dan hak individu. Sementara itu, secara teoritis, penelitian ini memverifikasi relevansi teori etika komunikasi klasik dalam konteks digital sekaligus memperkaya wacana dengan menunjukkan bagaimana prinsip moral tradisional perlu direinterpretasikan agar sesuai dengan tantangan era kecerdasan buatan dan ekonomi data. Dengan demikian, penelitian ini membuka ruang bagi pengembangan model etika komunikasi digital yang lebih kontekstual, interdisipliner, dan berkeadilan sosial di masa mendatang.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdullah, A. M. (2024). *Pelindungan Hak Privasi Terhadap Pengumpulan Data Pribadi oleh AI Generatif Berdasarkan Percakapan Dengan Pengguna*. *Padjadjaran Law Review*, 12(2), 145–156.
- Amin, M. (2025). Etika Komunikasi Islam dalam Tradisi Nyongkolan di Masyarakat Suku Sasak. *Journal of Science and Social Research*, 8(2), 1808-1813.
- Asmadi, E. (2023). Penyelewengan Data Pribadi Dalam Pemanfaatan Aplikasi Financial Technology (Pinjaman Online). *Sanksi: Jurnal Hukum dan Masyarakat*, 2(1), 135–144.
- Azmi, M., Huda, A. K., & Setiyanto, A. (2020). Pemanfaatan Data Instagram untuk Mengetahui Reputasi Tempat Wisata di Lombok. *Teknimedia*, 1(1), 39–46.

- Bentham, J. (1789). *An Introduction to the Principles of Morals and Legislation*. Oxford: Clarendon Press.
- Borden, S. L. (2019). *Ethics and social media: A philosophical approach*. Routledge.
- Crawford, K., & Schultz, J. (2019). AI systems as “data processing” in health care: Risks and benefits. *Journal of Law, Medicine & Ethics*, 47(2), 221-229.
- European Union. (2016). General Data Protection Regulation. *Official Journal of the European Union*, L 119, 1–88.
- Floridi, L. (2013). *The Ethics of Information*. Oxford: Oxford University Press.
- Johnson, G., & Whittington, R. (2020). *Exploring Strategy: Text and Cases* (12th ed.). Pearson.
- Kant, I. (1785). *Groundwork of the Metaphysics of Morals*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kusuma, A., Khofia, N., & Abdurrahman, M. N. (2025). Etika Komunikasi dalam Dakwah Modern. *Didaktik: Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang*, 10(02), 245.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2016). *Ensiklopedia Teori Komunikasi (Edisi ke-1)*. Kencana.
- MacIntyre, A. (1984). *After Virtue: A Study in Moral Theory* (2nd ed.). University of Notre Dame Press.
- Manyika, J., Chui, M., Brown, B., Bughin, J., Dobbs, R., Roxburgh, C., & Byers, A. H. (2011). Big data: The next frontier for innovation, competition, and productivity. *McKinsey Global Institute*.
- Mill, J. S. (2001). *Utilitarianism* (G. Sher, Ed.). Hackett Publishing Company.
- Nasoha, A. M. M., Atqiya, A. N., Thohir, H. K., Ramadhani, N. A., & Sabila, R. A. (2025). Etika Komunikasi dalam Islam: Analisis terhadap Konsep Tabayyun dalam Media Sosial. *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora*, 3(2), 224-232.
- Rahardjo, S. (2009). *Hukum dan Perubahan Sosial: Suatu Tinjauan Teoretis serta Empiris*. Jakarta: Kompas.
- Richards, N. M., & King, J. H. (2014). Big Data Ethics. *Wake Forest Law Review*, 49(2), 393-432.
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333-339.
- Solove, D. J. (2008). *Understanding Privacy*. Harvard University Press.
- Statista. (2024). Number of internet users worldwide from 2005 to 2024. <https://www.statista.com/statistics/273018/number-of-internet-users-worldwide/>
- Sukmaningtyas, A. N. I., Nurrohim, A., Amatullah, A., Az-Zahra, F. S., Jundy, A. M., Lovely, T., & Haqq, M. S. (2024). Etika Komunikasi Al-Qur'an dan Relevansinya dengan Komunikasi di Zaman Modern. *Semiotika-Q: Kajian Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir*, 4(2), 557-561.
- Suseno, F. (2006). *Etika Dasar: Masalah-masalah Pokok Filsafat Moral*. Kanisius.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 2022 tentang *Perlindungan Data Pribadi*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 203.
- Vallor, S. (2016). *Technology and the virtues: A philosophical guide to a future worth wanting*. Oxford University Press.
- Voigt, P., & Von dem Bussche, A. (2017). *The EU General Data Protection Regulation (GDPR): A Practical Guide*. Springer.
- Warren, S. D., & Brandeis, L. D. (1890). *The Right to Privacy*. *Harvard Law Review*, 4(5), 193–220.
- West, R., & Turner, L. H. (2018). *Introducing Communication Theory: Analysis and Application* (6th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. *PublicAffairs*.