

## **NETIQUETTE IN CYBER RELIGION:**

### **IMPLEMENTASI KASIH KEPADA ALLAH DAN KEPADA MANUSIA**

**Endah Christina**

Sekolah Tinggi Teologi Berea, Salatiga  
*endahchristina76@gmail.com*

Diterima : 2 Juni 2021	Direvisi : 14 Juni 2021	Disetujui : 25 Juni 2021
------------------------	-------------------------	--------------------------

#### **Abstrak**

Mengingat dampak yang ditimbulkan oleh konten-konten berbasis agama di *cyber space*, maka tujuan artikel ini adalah untuk menunjukkan pentingnya *netiquette* atau etika beinternet oleh para *contain creator* Kristen dalam praktek *cyber religion* yang bersumber dari ajaran Tuhan Yesus. Pimpinan umat bertugas mentransmisi dan mengawal ajaran agama sehingga iman jemaat dibangun dan misi gereja dapat diwujudkan. Sebagai agama yang misioner, *cyber space* akan semakin mempercepat dan mempermudahnya. Sejak awal pandemi, gereja melakukan ibadah online dan ini merupakan momentum bagi banyak pemimpin atau umat Kristen menciptakan ruang-ruang berbasis agama di media elektronik dan media sosial. Euforia ini sangat baik, namun penggunaan yang kurang memperhatikan etiket pada *cyber religion* akan mengakibatkan dampak sebaliknya. Untuk mempersempit penelitian, artikel ini berfokus pada pedoman etika berinternet pada *website* dan kanal YouTube yang dilakukan *contain creator* Kristen. Dalam penelitian sebelumnya, sudah ada yang meneliti tentang dakwah dan *cyber space* dalam konteks agama Islam, sebuah penelitian terhadap pemanfaatan YouTube sebagai media berkotbah Kristen di masa pandemi, dan sebuah tulisan tentang *netiquette* secara umum. Namun dalam konteks agama Kristen, belum ada yang meneliti *netiquette* dalam *cyber religion*. Dengan menggunakan metode penelitian pustaka, paper ini berkesimpulan bahwa *netiquette* sangat penting bagi para *contain maker* Kristen yang melakukan praktek *cyber religion*. Untuk mendukung argumentasi utama, artikel ini disusun sebagai berikut: bagian pertama, pemahaman *cyber religion*. Kedua, pemanfaatan *cyber religion*. Ketiga, etiket dalam *cyber religion*  
Kata kunci: *cyber religion, netiquette, etiket berinternet, etika berinternet, cyber faith.*

#### **Abstract**

Considering the impact caused by religion-based content in cyber space, the purpose of this article is to show the importance of netiquette or internet ethics by Christian contain creators in the practice of cyber religion originating from the teachings of the Lord Jesus. As a missionary religion, cyber space will accelerate and make it easier. In previous studies, there have been studies on da'wah and cyber space in the context of Islam, a study on the use of YouTube as a medium for preaching Christians during a pandemic, and an article on netiquette in general. By using the literature research method, this paper concludes that netiquette is very important for Christian contain makers who practice cyber religion. To support the main argument, this article is structured as follows: the first part, understanding cyber religion. Second, the use of cyber religion. Third, etiquette in cyber religion  
*Keywords: cyber religion, netiquette, internet etiquette, internet ethics, cyber faith.*

## PENDAHULUAN

Pada tahun 2001, *Pew Research* meneliti bahwa sekitar 27% *religion surfers* yang menggunakan internet telah mengalami peningkatan dalam kehidupan iman mereka. *Religion Surfers*<sup>1</sup> optimis tentang potensi web untuk meningkatkan kehidupan religius orang lain, sementara pada saat yang sama mereka juga takut akan kemampuan internet untuk menyakiti orang lain dengan membuat materi sesat atau yang diilhami oleh aliran sesat, yang begitu mudah diakses.<sup>2</sup> Demikian pula dengan YouTube. Kanal ini telah digunakan secara masif untuk tujuan-tujuan keagamaan baik oleh individu atau lembaga keagamaan.

Penggunaan web site dan YouTube sebagai media informasi dan interaksi berbasis agama telah lama dilakukan di Indonesia. Namun dimasa pandemi ini, fenomena ini mendapat momentum ketika gereja diharuskan beribadah online. Bukan hanya institusi gereja dan lembaga-lembaga Kristen, namun individu yang terdiri dari pemimpin atau umat, telah menciptakan *cyber religion* di Youtube. Konten-konten itu berupa renungan singkat, kotbah, pengajaran, apologetika, cover lagu, ibadah-ibadah Kristiani. Fenomena ini sangat menggembirakan jika dilihat dari persepektif efektifitas dan efisiensi pemberitaan kabar baik kepada umat manusia. Namun, semangat ini akan menjadi lebih baik jika dibarengi dengan etika berinternet atau *netiquette* para insan Kristiani yang berniat mengelola website atau YouTube yang berbasis agama.<sup>3</sup>

Untuk mempersempit penelitian, artikel ini berfokus pada pedoman etika berinternet pada *website* dan kanal YouTube yang dilakukan pemimpin dan umat Kristen. Dalam penelitian sebelumnya, sudah ada yang meneliti tentang dakwah dan *cyber space* dalam konteks agama Islam<sup>4</sup>, sebuah penelitian terhadap pemanfaatan YouTube sebagai media berkotbah Kristen di masa pandemi<sup>5</sup>, dan sebuah tulisan tentang *netiquette* secara umum. Namun dalam konteks

---

<sup>1</sup>*Religion Surfers* diterjemahkan para peselancar agama, yaitu orang-orang yang menggunakan internet sebagai salah satu sumber informasi keagamaan. Kata ini akan sinonim dengan netizen dan umat dalam artikel ini.

<sup>2</sup><https://www.pewresearch.org/internet/2001/12/23/cyberfaith-how-americans-pursue-religion-online/>

<sup>3</sup>Berbasis agama berarti website atau YouTube tersebut dimiliki dan dikelola oleh individu atau lembaga Kristen dan berisi konten-konten yang bertema agama pula.

<sup>4</sup>Noor Azaiyan Binti Abdul Talib, Mohd Yusof Abdullah, And Mohd Azul Mohamad Salleh, "Cabaran Dakwah Islam Di Alam Siber (Challenges Of Islamic Dakwah In Cyber Space)," *E-Bangi* 14, No. 7 (2017).

<sup>5</sup>I Agastiya And Made Roni, "Penggunaan Media Sosial Youtube Sebagai Media Khotbah Dalam Komunikasi Organisasi Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Jemaat Gereja Kristen Jawa Gondokusuman Yogyakarta Tahun 2020)" (Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta, 2020).

agama Kristen, belum ada yang meneliti *netiquette* dalam *cyber religion*. *Netiquette* menjadi sangat penting mengingat dalam 2 tahun terakhir ini telah terjadi kegaduhan diakibatkan beberapa video yang diupload di Youtube, terlepas dari benar atau tidaknya konten ajaran dan ujaran oleh para *contain creator* tersebut.

## METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah studi pustaka. Langkah-langkah penelitian dilakukan dengan mengumpulkan sumber-sumber pustaka, lalu dilakukan klasifikasi data berdasarkan sistematika penelitian. Langkah berikutnya adalah pengolahan data dan atau pengutipan referensi untuk ditampilkan sebagai temuan penelitian. Selanjutnya temuan itu diabstraksikan agar didapat informasi yang utuh, dan diinterpretasi hingga menghasilkan pengetahuan untuk menarik kesimpulan.<sup>6</sup>

Untuk mencapai tujuannya, paper ini akan disusun sebagai berikut. Bagian pertama, akan dipaparkan pemahaman tentang *cyber religion*. Selanjutnya, dijelaskan pemanfaatan *cyber religion* oleh *contain creator* maupun konsumen<sup>7</sup> Kristen, baik menggunakan platform *website* atau YouTube. Berdasarkan pemanfaatan positif tersebut, dan menghindari dampak-dampak negatif, maka bagian ketiga akan berisi etiket berinternet yang didasarkan atas perintah Tuhan Yesus untuk mengasihi Allah dan mengasihi manusia.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### **Arti Cyber Religion**

Sejak studi akademik tentang hubungan agama dan *cyber space* diinisiasi pada pertengahan tahun 1990, konsep *cyber religion* telah didefinisikan dengan berbagai cara. Menurut Brenda Basher, pada dasarnya *cyber religion* menunjuk pada kehadiran organisasi keagamaan dan semua aktifitasnya di *cyber space*. Sedangkan Lorne L. Dawson menyatakan bahwa *cyber religion* adalah organisasi atau kelompok keagamaan yang hadir hanya di *cyber*

---

<sup>6</sup> Wahyudin Darmalaksana, "Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka Dan Studi Lapangan," *Pre-Print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung* (2020).

<sup>7</sup>Konsumen yang dimaksud adalah orang-orang Kristen. Namun, pada kenyataannya, orang-orang non-Kristen juga sering mengunjungi membuka halaman-halaman website atau menyaksikan kanal-kanal YouTube Kristen.

*space*. Anastasia Karaflogka membedakan dua frase: agama pada *cyber space* (*religion on cyber space*) dan agama di dalam *cyber space* (*religion in cyber space*).<sup>8</sup>

*Religion on cyber space* menunjuk pada informasi apapun yang diunggah oleh agama, individu, gereja dan organisasi apapun. Di sini internet berfungsi sebagai sarana informasi tentang konten-konten dan aktifitas keagamaan yang telah dikokohkan dan ditegaskan oleh berbagai tradisi keagamaan di luar *cyber space*. Frase kedua, *religion in cyber space*, menunjuk pada agama yang tercipta dan eksis secara eksklusif hanya di *cyber space* dengan menggunakan realitas virtual dalam level manapun. Untuk itu, internet berfungsi sebagai lingkungan yang kreatif dan formatif dalam menyajikan konten-konten agama baru dan aktifitas *online*. Untuk mencari jalan tengah dari dua gagasan ini, Karflogka menetapkan gagasan antara sebagai *cyber church* dan *cyber synagogues* yang secara konten/isi mengikuti tradisi agama-agama tradisional, namun dalam bentuknya berdekatan dengan budaya *cyber space* yang interaktif dan berorientasi pada pengguna.<sup>9</sup> Beranjak dari penjelasan di atas, tulisan ini menggunakan definisi *cyber religion* dalam pengertian *religion on cyber space*, dimana internet berfungsi sebagai sarana informasi tentang konten-konten dan aktifitas keagamaan yang telah dikokohkan dan ditegaskan oleh berbagai tradisi keagamaan di luar *cyber space*.

Tampaknya istilah *cyber religion* memiliki arti yang hampir sama dengan istilah yang digunakan Helland Christoper, yaitu *online-religion* dan *religion-online*. Ia menyebutkan perbedaan antara *online-religion* dan *religion-online*. *Religion online* adalah pemanfaatan *cyber space* oleh institusi keagamaan yang lebih besar dan interaksi hanya terjadi secara vertikal. Konten terdiri dari penguatan ajaran dan praktek tradisi keagamaan, dan tidak ada interaksi dua arah contohnya: layanan doa. Lain halnya dengan *online religion* yang memiliki ciri sebaliknya. Komunikasi yang terjadi bersifat dua arah dimana umat terlibat dalam aktifitas keagamaan.<sup>10</sup> Jadi, sekalipun teknologi dapat memberikan fasilitas apapun, namun pemanfaatannya tergantung pada tradisi agama masing-masing.

---

<sup>8</sup> Morten Hojsgaard and Margit Warburg, *Religion and Cyberspace* (Routledge, 2005).

<sup>9</sup> Ibid.

<sup>10</sup> Christopher Helland, "Online Religion as Lived Religion. Methodological Issues in the Study of Religious Participation on the Internet," *Online-Heidelberg Journal of Religions on the Internet* (2005).

Mark Poster menyebutkan bahwa internet merupakan perluasan dari televisi dan telepon. Sebagai televisi, internet mentransmisikan pesan agama dari provider ke konsumen. Sebagai telepon, internet menghubungkan orang dari berbagai tempat melalui aplikasi percakapan, interaksi *multi face*, jejaring, penggunaan individu dan pembentukan grup. Mia Lovheim menyelidiki bahwa internet menjadi media yang menghubungkan multi arah daripada hanya sebagai sarana transmisi. Internet menjadi alat pertukaran informasi, interaksi dan interdependensi. Singkatnya internet telah memberikan pengalaman beragama yang lebih lengkap, bahkan lebih dari televisi.<sup>11</sup>

### **Pemanfaatan *Cyber Religion***

#### **Pemanfaatan Website dan YouTube Oleh *Contain Creator* Kristen**

Pada 1990, Paus Yohanes Paulus II mengamati dampak revolusioner dari perkembangan komunikasi masa kini. Baginya teknologi komunikasi sosial bukan hanya sekedar alat atau teknologi, namun harus dilihat sebagai bagian yang membentuk masa depan yang implikasi utuhnya belum dapat secara sempurna dipahami. Selanjutnya beliau menyatakan bahwa kehadiran telekomunikasi komputer telah menawarkan pada gereja sebuah alat untuk mencapai misinya.<sup>12</sup>

*Pew Internet And America Life Project* meneliti bahwa pada tahun 2001 jumlah orang Amerika yang menggunakan internet untuk tujuan keagamaan sebanyak 28 juta. Hanya 4 tahun saja jumlahnya meningkat menjadi 82 juta pengguna. Tentu jumlah ini meningkat di tahun 2021 ini. Lebih lanjut temuan ini menyatakan bahwa terdapat 51 juta web tentang agama, 65 juta web tentang gereja dan 83 web yang memuat kata Tuhan.<sup>13</sup> Jumlah ini menunjukkan bahwa agama menjadi prioritas pencarian manusia di internet untuk penduduk Amerika. Eillen Barker menasihati agar mereka yang mempelajari agama tidak mengabaikan fenomena ini atau mereka akan menanggung akibatnya.<sup>14</sup>

---

<sup>11</sup> Lorne L. Dawson and Douglas E. Cowan, eds., *Religion Online: Finding Faith in the Internet* (New York and London: Routledge, 2004).

<sup>12</sup> Ibid.

<sup>13</sup> Morten Hojsgaard and Margit Warburg, *Religion and Cyberspace* (Routledge, 2005), 2.

<sup>14</sup> Ibid., 3.

Sebuah survei dilakukan kepada para *webmaster* yang membuat web untuk intitusi keagamaan. Mereka menyebutkan bahwa alasan pembuatan web adalah untuk menunjukkan keberadaan mereka di depan umum dan menysasar orang-orang yang belum berafiliasi dengan kelompok mereka.<sup>15</sup> Kekuatiran kehilangan umat karena mereka tertarik pada agama *online* lainnya, juga merupakan salah satu alasan pembuatan web keagamaan.<sup>16</sup> *Delegal-Digital* mengemukakan 11 alasan mengapa penggunaan website oleh gereja bukan merupakan pilihan tetapi keharusan. Diantaranya: menjaga jemaat tetap terhubung dengan gereja; menjadi pusat bagi keyakinan utama gereja yang akan mempertajam misi dan amanat gereja; *many time consuming tasks into self-service efficiency*; memperkenalkan gereja, kepemimpinan dan program gereja; jalan masuk orang baru untuk menjadi jemaat; menunjukkan keterlibatan komunitas; memberikan fasilitas agar jemaat merasa nyaman mempersembahkan perpuhuan dan persembahan; meningkatkan keterlibatan dalam kelompok-kelompok studi kehidupan, keluarga dan doa; menjadi platform hemat biaya dalam menjangkau jemaat baru; dan website memberikan tautan ke berbagai media sosial.<sup>17</sup>

Selain website, Youtube menjadi sarana yang banyak digunakan oleh pemimpin Kristen bahkan jemaat Kristen. Sejak diciptakan tahun 2005, YouTube telah menjadi media yang unggul dalam membagi video-video amatir. Di bawah slogan "*braodcast yourself*" pada tahun 2006, kanal ini dilihat lebih dari 100 juta orang per harinya. Video yang diunggah bisa apa saja termasuk konten bertema agama.<sup>18</sup> Selanjutnya, YouTube telah menjadi tempat terbentuknya komunitas agama melalui komentar dan chat pribadi dan telah menggantikan peran televisi, khususnya acara *tele-evangelism*.<sup>19</sup> Selama ini YouTube telah digunakan untuk menyampaikan kotbah dan renungan, pendalaman Alkitab, diskusi-diskusi teologi, penayangan ibadah-ibadah gereja, cover lagu-lagu Kristen. Umat Kristen sangat tertolong dengan adanya YouTube dalam proses penguatan iman, pengokohan tradisi-tradisi gereja, dan pendalaman pengetahuan Alkitab.

---

<sup>15</sup> Ibid., 7.

<sup>16</sup> Ibid. Alasan ini juga dikemukakan oleh teman dari penulis yang berusaha menjaga jemaatnya agar tetap terhubung dengan gereja pada masa pandemi.

<sup>17</sup> "11 Practical Reasons To Have A Church Website in 2020 and Beyond | Delegal Digital," accessed April 30, 2021, <https://delegaldigital.com/reasons-to-have-a-church-website/>.

<sup>18</sup> Denis J Bekkering, "Studying Religion and YouTube," *The Digital Social: Religion and Belief* 69 (2019): 49.

<sup>19</sup> Dawson and Cowan, *Religion Online: Finding Faith in the Internet*.

Di lain pihak, YouTube telah digunakan dengan cara yang tidak tepat. Meskipun internet mungkin telah mengubah sifat komunikasi, ia belum membentuk kembali dialog antaragama. Sebaliknya, internet telah membuktikan dirinya sebagai tempat berkembang biak bagi jenis diskusi lama yang agresif dan memecah belah yang begitu umum di abad-abad sebelum *fin de siècle*. Komunikasi seketika telah mendorong pengguna untuk melupakan proses refleksi kritis dan analisis diri yang menjadi ciri dialog antaragama. Diskusi antara pengguna religius YouTube telah menolak keras konsensus multikultural dunia nyata, menikmati anonimitas medianya, dan menggunakannya sekali lagi sebagai platform untuk 'mengubah orang kafir'. Akibatnya muncul protes dan seruan "kebebasan berbicara" yang diakibatkan oleh upaya sensor YouTube untuk menghapus video yang melanggar norma multikultural.<sup>20</sup>

Sebuah contoh penggunaan Youtube kurang tepat dalam lingkungan Kristen. Terlepas benar tidaknya konten ucapan beberapa pemimpin agama, penayangan Pdt. ES telah menuai berbagai reaksi. Terdapat 5923 lebih komentar dengan reaksi beraneka ragam. Ada yang mengecam/membela masing-masing 4 pendeta tersebut. Namun ada pihak agama lain yang menyukai tontonan "pertengkaran" 4 pendeta ini dan ada pula yang membandingkan dengan pemuka agamanya yang tidak pernah mempertontonkan perbedaan pendapat di depan umum. Hampir tidak ada reaksi yang merasa dibangun secara positif oleh tayangan ini. Bahkan ada *viewer* yang menyayangkan tayangan pemuka agama seperti ini dan menyarankan Pdt ES untuk bertobat dan mengisi channelnya dengan konten yang lebih positif.

*Cyber space* telah digunakan untuk tujuan positif maupun negatif. Pandangan sekilas di atas menunjukkan bahwa YouTube mempertajam tradisi sejarah sebelumnya. Ia memperkuat fungsi televisi khususnya tele-evangelism, namun juga makin memberi ruang bagi ujaran kebencian dalam lingkup *interfaith* maupun *intrafaith*.

### **Pemanfaatan Web Site dan YouTube Oleh Konsumen**

Jutaan orang telah menggunakan *website* untuk mendapatkan informasi keagamaan. Bahkan sebelum orang menentukan akan berafiliasi pada gereja tertentu, mereka akan menggunakan web sebagai sarana pencarian dan penentuan. Jemaat menuturkan bahwa

---

<sup>20</sup> Simon Theobald, "Faith, Interfaith, and YouTube: Dialogue, or Derision?," *Literature & Aesthetics* 19, no. 2 (2011).

keberadaan web sangat menguntungkan mereka dalam menerima dan memperkuat iman mereka. Dalam kondisi apapun, mereka masih bisa terhubung. Kadangkala ketika jemaat tidak bisa ke gereja karena alasan tertentu, maka mereka masih bisa menikmati ibadah dan kotbah dari *website*.<sup>21</sup>

Sebuah penelitian di Amerika dilakukan untuk menyelidiki motivasi dan tujuan yang membuat orang menggunakan *website* Kristen dan televisi Kristen, apakah ada hubungan antara motivasi dengan bagaimana menggunakan *website* atau televisi Kristen. Berdasarkan pertanyaan *open ended responses*, hasilnya menunjukkan bahwa iman adalah motivasi yang menggarisbawahi aktifitas penggunaan *website* dan televisi Kristen. Mereka ingin memperkuat iman dengan mencari berbagai informasi tentang agama di *website* atau televisi. Motivasi ini didukung oleh kelebihan dari *website* Kristen, yaitu nilai dari kekuatan informasi, anonimitas partisipan dan adanya komunitas iman yang terbentuk dalam *website* Kristen itu. Para pengguna ini menyatakan bahwa mereka termotivasi untuk secara aktif menyeleksi pilihan mereka dan bermaksud menceritakan pada orang lain tentang apa yang mereka alami secara *online*.<sup>22</sup>

John Edmiston juga meneliti bahwa banyak orang akan mencari informasi agama mereka secara online, membuat keputusan untuk Kristus secara *online* dan ditindaklanjuti secara *online*. Beberapa akan meminta dibaptis (seperti yang terjadi pada orang-orang percaya berlatar belakang Muslim), yang lain akan bergabung dengan *cyber church*, beberapa akan bergabung dengan studi Alkitab *online* dan *offline*, atau beribadah dalam kelompok-kelompok kecil dengan keluarga mereka. Bagi milyaran orang, ponsel telah menjadi alat utama mereka untuk mencari tahu tentang Tuhan.<sup>23</sup>

*International Telecommunication Union* (ITU), sebagai salah satu badan di bawah PBB, menyatakan bahwa pada tahun 2018 terdapat 3,9 miliar orang yang menggunakan internet. Ini adalah jumlah yang melebihi setengah populasi dunia. Pada tahun 2018, jumlah pengguna

---

<sup>21</sup> "11 Practical Reasons To Have A Church Website in 2020 and Beyond | Delegal Digital."

<sup>22</sup> Hojsgaard and Warburg, *Religion and Cyberspace*, 178. Penelitian ini dilakukan di Amerika. Sejauh pencarian penulis, belum ada penelitian di Indonesia yang seperti ini. Penulis hanya mendapatkan hasil penelitian dari APJI yang belum mendetail menyangkut topik yang diteliti penulis, walau bisa dijadikan rujukan umum.

<sup>23</sup> John Edmiston, "Internet Evangelism & Cybermissions And Their Impact Upon How We Will Do Missions In The 21st Century," Retrieved from [http://www.johndmiston.com/21st\\_century\\_missions.htm](http://www.johndmiston.com/21st_century_missions.htm) 12, no. 02 (2007): 2015.

internet di Indonesia sebesar 171,1 juta yang merupakan penambahan 27,9 juta dari tahun sebelumnya.<sup>24</sup> Artinya internet telah menjadi sarana penting yang memperlancar beberapa urusan kehidupan. APJI melakukan riset pada pertengahan tahun 2020 kepada 7000 penduduk Indonesia. Berdasarkan pertanyaan yang diajukan APJI “sebutkan konten Youtube yang paling sering ditonton”, maka terdapat 5,3% dari 7000 sampel menjawab: ceramah agama. Angka ini sama dengan jumlah yang membuka konten *tutorial game*. Konten film menduduki urutan pertama sebagai konten yang paling banyak dicari, menyusul dunia entertainment, infotainment, sospol, fashion dan musik. Konten ceramah agama di YouTube belum menjadi 5 konten utama yang dicari netizen di negara yang sangat beragama ini.<sup>25</sup>

Bagian kedua artikel ini menyimpulkan bahwa kalangan Kriste memanfaatkan *website* dan YouTube secara positif bagi penguatan dan pertumbuhan iman mereka. Bahkan mungkin pengalaman *online* bisa melebihi pengalaman *offline*. Teknologi informasi adalah anugerah Tuhan yang patut dimanfaatkan gereja atau pemimpin agama dan umat Kristen. Namun ada juga yang menggunakan dengan tujuan-tujuan negatif. Oleh sebab itu, perlu adanya *netiquette in cyber religion* sebagai panduan para *contain creator* Kristen.

### **Etiket Dalam Cyber Religion (Netiquette)**

*Netiquette* adalah istilah gabungan dari *network* dan *etiquette*, yang berarti etiket atau atau sopan santun di jejaring (*etiquette of the network*). Terma ini dideskripsikan oleh *Netcom Service* sebagai perjanjian sopan santun yang digunakan di internet dan surat menyurat elektronik.<sup>26</sup> *Etiquette is the conduct or procedure required by good breeding or prescribed by authority to be observed in social or official life.*<sup>27</sup> Rinaldi dan Brakeman, masing-masing mendaftarkan 10 netiket (etiket dalam internet). Keduanya disusun dalam format “sepuluh perintah” yang terkesan santai dan humor.<sup>28</sup>

---

<sup>24</sup> Aditya Wicaksono Irawan et al., *Laporan Survei Internet AP JII 2019-2020* (Jakarta, 2020), 4.

<sup>25</sup> Ibid., Konten internet berita di media online yang paling dikunjungi: ekonomi bisnis, budaya dan pariwisata, kriminalitas, hukum dan ham, dan olahraga. Konten agama tidak disebutkan. Mungkin masuk pada jawaban: lain-lain. Menarik untuk diteliti mengapa di negara paling beragama, konten dengan tema agama tidak diminati sebanyak konten lainnya.

<sup>26</sup> Larry Scheuermann and Gary Taylor, “Netiquette,” *Internet Research* 7, no. 4 (January 1, 1997): 269–273, <https://doi.org/10.1108/10662249710187268>.

<sup>27</sup> “Etiquette | Definition of Etiquette by Merriam-Webster,” accessed May 15, 2021, <https://www.merriam-webster.com/dictionary/etiquette>.

<sup>28</sup> Scheuermann and Taylor, “Netiquette.”

Diantaranya, Rinaldi mendaftarkan: *Thou shalt not use a computer to harm other people, thou shalt think about the social consequences of the program you write and Thou shalt use a computer in ways that show consideration and respect.* Sedangkan Brakeman paling tidak menuliskan: *Never forget that the person on the other side is a human being dan think about your audience*<sup>29</sup>. Masih ada 8 etika lain yang tidak ditulis di sini. Memang tidak ada sanksi pidana. Namun sanksi sosial seperti cemoohan, hinaan, perundungan, ditinggalkan audiens, ejekan dari agama lain, sudah cukup menilai bahwa sebuah konten melanggar salah satu aturan di atas.

Di kalangan umat Katolik sudah ada panduan umum tentang etika dalam berinternet. Dalam buku Seri Dokumen Gerejawi yang diterbitkan oleh Dewan Dokumentasi dan Penerangan Konferensi Wali Gereja Indonesia, menyebutkan tentang etika<sup>30</sup> dasar berkomunikasi di internet: pribadi manusia dan komunitas manusia merupakan tujuan dan ukuran dari penggunaan media komunikasi sosial. Komunikasi hendaknya dilakukan oleh pribadi-pribadi kepada pribadi-pribadi demi keutuhan perkembangan pribadi.<sup>31</sup> Etika ini mengedepankan hubungan dengan sesama sebagai nilai yang memotivasi unggahan video di YouTube dan tulisan di halaman-halaman *website*.

Berdasarkan banyaknya manfaatnya yang diberikan *website* dan YouTube kepada *contain creator* Kristen dan konsumen terutama dalam memperkuat iman dan menjangkau orang-orang untuk percaya pada Yesus, selanjutnya artikel ini akan menyusun etiket berinternet yang bersumber dari perintah Yesus: Kasihilah Tuhan Allahmu dengan segenap hatimu, dan dengan segenap jiwamu dan dengan segenap akal budimu. Itulah hukum yang terutama dan pertama. Dan hukum kedua, yang sama dengan itu, ialah: kasihilah sesamamu manusia seperti dirimu sendiri." (Matius 22:37-39).

Mengasihi Allah dan mengasihi manusia adalah intisari dari Hukum Taurat dan kitab para nabi. Yesus mengumandangkan perintah ini sebagai respon terhadap niat para Farisi yang ingin mencobai Yesus (Matius 22:37-39). Yesus ingin mengajar bahwa mengasihi Allah berarti

---

<sup>29</sup> Ibid.

<sup>30</sup>Kata "etika" dalam artikel ini berarti etiket. Kata etika dibiarkan demikian agar tetap sesuai dengan sumber kutipannya.

<sup>31</sup> R.P. Andreas Suparman and Bernadeta Harini Tri Prasasti, eds., *Gereja Dan Internet, Etika Dalam Internet, Perkembangan Cepat* (Jakarta, n.d.), 30.

mengasihi manusia juga. Keduanya tidak berkontradiksi. Jika seseorang mengaku mengasihi Allah, namun tidak mengasihi sesamanya, maka ia gagal mentaati perintah itu. Artinya jika seseorang mengunggah video bertema agama atau mengisi halaman-halaman *websitenya*, maka kedua perintah ini harus diperhatikan. Atas dasar mengasihi Allah, bisa saja seseorang mengunggah video dengan mengabaikan dampak negatif terhadap komunitas beriman. Atau sebaliknya, demi mendapatkan dan menarik *viewer* dan komentar sebanyak mungkin, seseorang mengorbankan kasih pada Allah. Oleh sebab itu, etiket berinternet di kalangan orang Kristen, baik yang menyangkut sikap maupun konten unggahannya, akan dipagari oleh 2 perintah ini.

### **Kasih Kepada Allah**

Mengasihi Tuhan adalah sikap dan tindakan normatif bagi *contain creator* Kristen. Hasil akhir yang terpapar kepada khalayak ramai harus mencerminkan sikap etis yang seimbang dan seirama dengan religiositasnya.<sup>32</sup> Oleh sebab itu, dalam mengimplementasikan kasih pada Allah dalam konteks *netiquette*, maka berikut ini adalah sejumlah etiket yang patut diikuti para *contain creator* Kristen.

- a. Memohon hikmat Tuhan mengenai tulisan atau video apa yang akan diunggah. Ini sangat penting agar karya tersebut bukan sekedar menambah informasi yang sudah jenuh, namun dangkal makna. Tuhan akan memimpin pada segala kebenaran sehingga video atau tulisan tersebut sesuai kehendakNya dan memberkati semua orang.
- b. Merenungkan dan melakukan firmanNya  
Mengunggah atau mengisi dengan renungan singkat, kotbah-kotbah, atau lagu- lagu pujian akan menolong umat dalam merenungkan dan melakukan firmanNya. Konten-konten seperti ini juga akan dinikmati pemeluk agama lain dan membuka peluang mereka percaya pada Tuhan Yesus. Dengan demikian, *contain creator* haruslah seseorang memiliki kesukaan dalam merenungkan dan menjadi pelaku firman.

---

<sup>32</sup> Vacek menjelaskan bahwa dalam pergumulan penerapan kasih kepada Tuhan, pada mulanya mengasihi Tuhan berarti mengasihi Tuhan. Namun dalam perkembangannya, mengasihi Tuhan berarti mengasihi sesama. Vacek melanjutkan bahwa pada akhirnya para filsuf mengadakan pembedaan besar antara etis dan religious. Yang kedua mengacu pada kasih pada Tuhan, dan yang pertama pada sesama. Edward Collins Vacek, "Love For God—Is It Obligatory?," *The Annual of the Society of Christian Ethics* 16 (1996): 203–221.

c. Menjadi terang dan garam dunia

Para pengunjung *website* dan Youtube bukan hanya kalangan Kristen. Pemeluk agama lain juga akan mengunjungi *website* atau Youtube. Oleh sebab itu, perdebatan langsung atau tidak langsung di antara kaum rohaniwan Kristen, tidak perlu mengisi kanal Youtube. Jika ini dilakukan, kesaksian hidup Kristen akan tercoreng dan nama Tuhan Yesus tidak dimuliakan. Dengan demikian sulit mengatakan bahwa konten-konten seperti ini merupakan wujud kasih kepada Allah.

d. Menjalankan misiNya

Perintah untuk menyampaikan berita keselamatan kepada mereka yang belum percaya di belahan dunia manapun, sangat dimungkinkan dilakukan dengan adanya web site dan YouTube. Dengan berbagai cara yang kreatif dan interaktif di dua platform, proses pemberitaan dapat berjalan maksimal. Karenanya, tema penginjilan bisa menjadi alternatif untuk unggahan video atau tulisan-tulisan di *website*.

### **Kasih Kepada Manusia**

Selain kasih kepada Allah yang dirumuskan di atas, maka kasih kepada manusia menjadi dasar berikutnya dalam penyusunan *netiquette in cyber religion*. Vacek memberikan panduan umum yang sangat kuat sebagai dasar penerapan kasih kepada Allah yaitu hakikat kasih itu sendiri. Kasih juga memiliki dimensi partisipatif, artinya melalui kasih seseorang melampaui dirinya sendiri dan secara afektif bergabung dengan sesamanya baik di tingkat yang paling tinggi maupun terendahnya.<sup>33</sup> *Netiquette* ini dibangun atas dasar kesempurnaan potensi aktual sesama manusia dan bukan pada ketidaksempurnaan aktual manusia.<sup>34</sup> Penggunaan kesempurnaan potensi aktual sangat penting karena akan dapat menghindarkan seseorang dari penilaian yang terikat pada masa lalu, masa sekarang yang pada akhirnya berujung pada ketidakpercayaan terhadap kemampuannya di masa depan.<sup>35</sup> Tidak dapat dipungkiri kemampuan manusia dalam mengasihi hanya terbatas pada melihat ketidak sempurnaan aktual atau jika mampu, hanya sampai pada kesempurnaan aktual, sangat sulit untuk mampu mengasihi berdasarkan

---

<sup>33</sup> Ibid.

<sup>34</sup> Vincent Brümmer and Vincent Br Mmer, *The Model of Love: A Study in Philosophical Theology* (Cambridge University Press, 1993), 115-17.

<sup>35</sup> Ibid.

kesempurnaan potensi aktual. Oleh sebab itu, dalam mengimplementasikan kasih pada Allah dalam konteks *netiquette*, maka berikut ini adalah sejumlah etiket yang patut diikuti para *content creator* Kristen.

a. Memperkuat komunitas beriman menghadapi masa-masa sulit.

Kesaksian tentang pertolongan Tuhan dalam masa-masa sulit, akan menjadi video yang menghibur, menguatkan dan menginspirasi umat dalam bertahan menghadapi tantangan hidup. Tidak sedikit orang dipulihkan kepercayaannya dan dikuatkan pengharapannya melalui konten-konten kesaksian hidup.

b. Mengajar dan mendidik umat

Pengajaran yang sistematis akan menolong umat memperdalam pengetahuan dan pengenalan akan Allah yang dinyatakan dalam Alkitab, sehingga iman mereka menjadi teguh. Alasannya adalah tidak sedikit *cyber religion* berisi ajaran yang menyimpang dari keyakinan Injili (Finalitas Yesus Kristus dan Innerancy/Infallibility Alkitab). Dengan pengajaran yang sistematis dan mendalam, umat dimampukan menyeleksi, menganalisis dan mengkritisi ajaran-ajaran menyimpang yang beredar secara *online* dan *offline*. Dalam usaha berapologi, sebaiknya dilakukan kepada ajaran yang benar-benar menyimpang dari dogma Injili. Jika dimungkinkan, inipun dilakukan dengan cara berdialog dalam sikap yang sopan, dan tidak perlu direkam dan diunggah ke YouTube atau website.

c. Tidak mengajarkan ajaran yang cenderung menyimpang

Sehubungan dengan poin b, maka sebaliknya, jangan mengajarkan ajaran yang menyimpang. Oleh sebab itu, setiap pengajar yang mengunggah ajarannya, harus melewati proses belajar yang intensif dan teliti, serta mempertimbangkan tradisi teologi agama Kristen. Ajaran-ajaran yang sensasional dan cenderung menyimpang akan mempengaruhi komunitas beriman dan menciptakan kegaduhan ketimbang memperkuat iman. Ini juga akan mempengaruhi kesaksian Kristen di hadapan pemeluk agama lain.

d. Menghormati sesama manusia

Mengingat bahwa manusia adalah audiens dari kanal-kanal tersebut, maka nilai-nilai kemanusiaan harus menjadi perhatian. Ini mencakup sikap: Tidak merendahkan kepribadian dan pengajaran pihak tertentu, tidak menebarkan ujaran fitnah dan kebencian, menggunakan pilihan kata yang bersahabat, tidak menyindir, tidak menghakimi, tidak berdebat di depan umum dan mengedepankan dialog daripada ejekan.

e. Tidak menjelekkan agama lain

Dalam usaha menjalankan misi, jangan menjelekkan agama lain atau membuka perdebatan yang tidak penting. Ini juga termasuk tidak menjelekkan kaum rohaniwan Kristen lain, baik konten maupun pribadinya.

Dengan demikian ruang, ruang dan peluang bukan berarti kebebasan berbicara. Era kebebasan berbicara harus diimbangi dengan kesopanan dan hikmat. Kasih kepada Allah dan kepada manusia menjadi pertimbangan utama, sekalipun ruang-ruang di *website* dan YouTube tersedia luas, fasilitas pembuatan video sangat memadai dan kesempatan tersedia. Akhirnya, pertanyaan: apakah benar? Apakah baik? Apakah berguna? merupakan rangkaian pertanyaan yang harus dijawab dengan jujur oleh para *contain creator* Kristen.

### KESIMPULAN

Teknologi informasi dengan *cyber religion*-nya adalah anugerah Tuhan. *Website* dan Youtube telah memberikan ruang seluasnya bagi *contain creator* Kristen untuk kreatif mungkin mengajar, mendidik dan menjangkau umat. Di pihak lain, para konsumen mendapat akses yang sangat mudah dalam proses afiliasi dan pendalaman iman. Inilah tujuan dan manfaat positif dari *cyber religion* bagi komunitas beriman. Namun, tujuan negatif pun muncul dan sekedar mempertegas apa yang terjadi secara *offline*, yaitu ujaran-ujaran kebencian menyangkut perbedaan *interfaith* dan *intrafaith*.

Kenyataan ini memotivasi dirumuskannya sejumlah etiket atau aturan sopan santun bagi *contain creator* Kristen dalam menulis halaman-halaman *website* atau mengunggah video. Etiket ini bersumber dari perintah Yesus Kristus, yaitu kasih kepada Allah dan kasih kepada manusia. Hal ini sangat penting, sebab kekristenan harus menjadi terang dan garam dunia (Matius 5:13-16). Bersembunyi di balik kebebasan berbicara tidaklah cukup melegalkan unggahan apapun.

*Cyber space* akan mempermudah diseminasi firmanNya, namun mempercepat pula pembusukkan citra Kristen, jika mengabaikan *netiquette in cyber religion*.

Sekalipun tidak ada sanksi dari pihak berwajib namun sanksi sosial seperti cemoohan, sindiran, dan ditinggalkan audiens, sudah cukup memalukan komunitas Kristen. Ini kontraproduktif dengan visi dan misi gereja: “Karena itu pergilah, jadikanlah semua bangsa muridku dan baptislah mereka dalam nama Bapa, dan Anak dan Roh Kudus, dan ajarlah mereka melakukan segala sesuatu yang Kuperintahkan kepadamu. Dan ketahuilah, aku menyertai kamu senantiasa sampai kepada akhir jaman” (Matius 28:19-20)

#### DAFTAR PUSTAKA

- AGASTIYA, I, and MADE RONI. "PENGUNAAN MEDIA SOSIAL YOUTUBE SEBAGAI MEDIA KHOTBAH DALAM KOMUNIKASI ORGANISASI PADA MASA PANDEMI COVID-19 (Studi Kasus Pada Jemaat Gereja Kristen Jawa Gondokusuman Yogyakarta Tahun 2020)." Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta, 2020.
- Bekkering, Denis J. "Studying Religion and YouTube." *The Digital Social: Religion and Belief* 69 (2019): 49.
- Brümmer, Vincent, and Vincent Br Mmer. *The Model of Love: A Study in Philosophical Theology*. Cambridge University Press, 1993.
- Darmalaksana, Wahyudin. "Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka Dan Studi Lapangan." *Pre-Print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung* (2020).
- Dawson, Lorne L., and Douglas E. Cowan, eds. *Religion Online: Finding Faith in the Internet*. New York and London: Routledge, 2004.
- Edmiston, John. "Internet Evangelism & Cybermissions And Their Impact Upon How We Will Do Missions In The 21st Century." Retrieved from [http://www.johndmiston.com/21st\\_century\\_missions.htm](http://www.johndmiston.com/21st_century_missions.htm) 12, no. 02 (2007): 2015.
- Helland, Christopher. "Online Religion as Lived Religion. Methodological Issues in the Study of Religious Participation on the Internet." *Online-Heidelberg Journal of Religions on the Internet* (2005).
- Hojsgaard, Morten, and Margit Warburg. *Religion and Cyberspace*. Routledge, 2005.
- Irawan, Aditya Wicaksono, Aan Yusufianto, Dwi Agustina, and Reagan Dean. *Laporan Survei Internet AP JII 2019-2020*. Jakarta, 2020.
- Scheuermann, Larry, and Gary Taylor. "Netiquette." *Internet Research* 7, no. 4 (January 1, 1997): 269-273. <https://doi.org/10.1108/10662249710187268>.
- Suparman, R.P. Andreas, and Bernadeta Harini Tri Prasasti, eds. *Gereja Dan Internet, Etika Dalam Internet, Perkembangan Cepat*. Jakarta, n.d.
- Talib, Noor Azaian Binti Abdul, Mohd Yusof Abdullah, and Mohd Azul Mohamad Salleh. "CABARAN DAKWAH ISLAM DI ALAM SIBER (Challenges of Islamic Dakwah in Cyber Space)." *e-Bangi* 14, no. 7 (2017).

LOGIA : Jurnal Teologi Pentakosta

Vol. 2, No. 2 (Juni 2021)

ISSN : 2716-4322 (Cetak) 2716-2834 (Online)

Available Online at

<http://sttberea.ac.id/e-journal/index.php/logia>

DOI : <https://doi.org/10.37731/log.v2i2.59>

Theobald, Simon. "Faith, Interfaith, and YouTube: Dialogue, or Derision?" *Literature &*

*Aesthetics* 19, no. 2 (2011).

Vacek, Edward Collins. "Love For God—Is It Obligatory?" *The Annual of the Society of Christian*

*Ethics* 16 (1996): 203–221.

"11 Practical Reasons To Have A Church Website in 2020 and Beyond | Delegal Digital."

Accessed April 30, 2021. <https://delegaldigital.com/reasons-to-have-a-church-website/>.

"Etiquette | Definition of Etiquette by Merriam-Webster." Accessed May 15, 2021.

<https://www.merriam-webster.com/dictionary/etiquette>.