



Mengintegrasikan Nilai-Nilai Buddhis dalam Penggunaan Media Sosial

Pedi¹, Tedi Wilia Nando²

^{1,2} Sekolah Tinggi Agama Buddha Kertarajasa, Batu, Indonesia

¹ypeditzy@gmail.com, ²tediwillianando@sekha.kemenag.go.id

ARTICLE HISTORY

Submitted:

03 April 2024

Accepted:

01 Mei 2024

Published:

30 Juni 2024

ABSTRACT

***Abstract:** This research aims to explore communication ethics in the use of social media, with a focus on Buddhist values that can provide guidance for individuals in using social media. Ethics, as part of the moral values implemented by religion, should be a guide for wise behavior, including when using social media. However, in reality, there is negligence in the use of social media in society, which involves practices such as smear campaigns, hate speech, online bullying (cyberbullying), and the spread of fake news (hoaxes). Therefore, this research is interesting to dig deeper through analysis of Buddhist values, so that Buddhist teachings can become a filter and guide for people to communicate wisely on social media. The research method used in this research is library research. Data analysis in this study highlights that social media use should reflect kindness, teachings of truth, joy, and consistency with facts. These four values must be supported by other aspects, such as subtlety of language and expression, the basis of love in speaking, as well as consideration of the purpose and appropriate time in conveying the message. Manifestations can be found in content, writing or posts that have an educational, inspiring and useful character. In addition, when receiving information on social media, it is important to be selective and critical, but remain open to constructive criticism, while upholding healthy discussions on social media.*

***Keywords:** buddhist values, ethics, social media*

Abstrak: Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengeksplorasi etika komunikasi dalam penggunaan media sosial, dengan fokus pada nilai-nilai Buddhis yang dapat memberikan panduan bagi individu dalam bermedia sosial. Etika, sebagai bagian dari nilai-nilai moral yang diterapkan oleh agama, seharusnya menjadi pedoman untuk berperilaku bijak, termasuk saat menggunakan media sosial. Meskipun demikian, kenyataannya, terdapat kelalaian dalam penggunaan media sosial di masyarakat, yang melibatkan praktik-praktik seperti kampanye hitam, ujaran kebencian, perundungan daring (*cyberbullying*), dan penyebaran berita palsu (hoaks). Oleh karena itu, penelitian ini menarik untuk menggali lebih dalam melalui analisis nilai-nilai Buddhis, sehingga ajaran Buddha dapat menjadi suatu filter dan panduan bagi masyarakat agar dapat berkomunikasi secara bijak di media sosial. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan (*library research*). Analisis data dalam penelitian ini menyoroti bahwa penggunaan media sosial seyogyanya mencerminkan kebaikan, ajaran kebenaran, kegembiraan, dan konsistensi dengan fakta. Keempat nilai ini harus didukung oleh aspek-aspek lain, seperti kehalusan bahasa dan ungkapan, dasar cinta kasih dalam berbicara, serta pertimbangan tujuan dan waktu yang tepat dalam menyampaikan pesan. Manifestasinya dapat ditemukan dalam konten, tulisan, atau postingan yang memiliki karakter edukatif, inspiratif, dan bermanfaat. Selain itu, dalam menerima informasi di media sosial, penting untuk bersikap selektif dan kritis, tetapi tetap terbuka terhadap kritik konstruktif, sambil menjunjung tinggi diskusi sehat dalam bermedia sosial.

Kata Kunci: nilai buddhis, etika, media sosial

CITATION

Pedi., Nando, Tedi Wilia. (2024). Mengintegrasikan Nilai-Nilai Buddhis dalam Penggunaan Media Sosial. *Jurnal Nyanadasana: Jurnal Penelitian, Pendidikan, Sosial, dan Keagamaan*, 3(1), 35-42. DOI: <http://doi.org/10.59291/jnd.v3i1.53>



PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi telah membawa perubahan signifikan dalam kehidupan manusia, terutama dalam konteks komunikasi. Dampaknya terlihat melalui kemunculan perangkat elektronik dan beragam platform yang digunakan untuk berkomunikasi, mengungkapkan ide, gagasan, bahkan sebagai sarana ekspresi dan pencapaian diri. Secara keseluruhan, kehidupan manusia saat ini sangat terkait dengan peran media sosial sebagai alat komunikasi.

Secara etimologis, istilah "media sosial" terdiri dari dua kata, yaitu "media" yang merujuk pada alat komunikasi, dan "sosial" yang mengacu pada kehidupan masyarakat. Dalam konteks ini, "sosial" diartikan sebagai aktivitas individu yang memberikan kontribusi pada kehidupan masyarakat (Laughy dalam Astajaya, 2020). Menurut Chris Bogan (dalam Purbohastuti, 2019:240), media sosial adalah kombinasi alat komunikasi yang berkolaborasi, memicu inovasi dalam komunikasi antarindividu tanpa batasan jarak. Philip dan Keller (dalam Purbohastuti, 2019:239) menambahkan bahwa media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai alat untuk mencari berbagai jenis informasi, termasuk teks, gambar, video, dan audio. Dengan merujuk pada definisi para ahli, dapat dipahami bahwa media sosial merupakan suatu bentuk inovasi dalam bidang komunikasi yang memberikan fasilitas untuk interaksi sosial tanpa terbatas oleh jarak dan waktu. Hal ini dapat mendorong terciptanya inovasi di berbagai bidang lainnya, seperti pengetahuan, bisnis, dan sebagainya.

Fatmawati (2021) berpendapat bahwa Melalui media sosial, setiap individu dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan konten yang mencakup blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Blog dan jejaring sosial merupakan platform dimana seseorang dapat membuat halaman web pribadi dan terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi serta berkomunikasi. Beberapa jejaring sosial terbesar meliputi Facebook, Myspace, dan Twitter. Dalam perbandingan dengan media tradisional yang menggunakan media cetak dan siaran, media sosial menggunakan internet. Media sosial mengundang siapa saja yang berminat untuk berpartisipasi dengan memberikan kontribusi dan umpan balik secara terbuka, memberikan komentar, serta menyebarkan informasi dengan cepat dan tanpa batas waktu.

Saat ini, media sosial menjadi alat komunikasi yang sangat digemari oleh masyarakat global. Selain berfungsi sebagai sarana berkomunikasi, media sosial juga memberikan kemudahan dan efisiensi dalam mencari informasi terkini. Laporan We Are Social mencatat bahwa jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 191 juta orang pada bulan Januari 2022 (Mahdi, 2022).

Fenomena penyalahgunaan media sosial telah menjadi perhatian global karena dampaknya yang merugikan, seperti penyebaran berita palsu, intimidasi daring, dan ketergantungan yang mengganggu terhadap platform-platform tersebut. Dengan kemudahan akses dan anonimitas relatif yang ditawarkan oleh media sosial, banyak individu rentan terhadap pengaruh negatif seperti kecanduan, depresi, dan kecemasan akibat perbandingan sosial yang tidak sehat. Tantangan utama dalam mengatasi masalah ini adalah menemukan keseimbangan antara kebebasan berekspresi dan perlindungan terhadap pengguna dari dampak buruk yang mungkin timbul dari penggunaan media sosial yang tidak bertanggung jawab (Setyawan, 2023).

Untuk menghadapi berbagai bentuk penyalahgunaan media sosial, terutama di Indonesia, diperlukan pemahaman terkait moralitas yang dapat diwujudkan dalam bentuk seperangkat asas sebagai panduan etika dalam kehidupan. Agama Buddha, yang merupakan salah satu agama yang dianut oleh masyarakat Indonesia, diharapkan dapat berperan dalam membentuk masyarakat yang memiliki etika dalam bermedia sosial. Hal ini dikarenakan ajaran Buddha menekankan praktik moralitas (*Sila*) sebagai jalur untuk mencapai kebahagiaan hidup dan pembebasan dari penderitaan (*Nibbana*). Praktik *Sila* bagi umat awam dalam agama Buddha dapat diimplementasikan melalui penerapan Pancasila Buddhis. Dalam konteks etika komunikasi di media sosial, hal ini sesuai dengan praktik *Sila* ke-4, yang menekankan pentingnya menghindari penyebaran ucapan yang tidak benar. Penekanan ini menjelaskan bahwa dalam ajaran Buddha, etika dan moralitas memiliki peran sentral, seperti yang dinyatakan dalam Dhammapada:110, di mana Sang Buddha menegaskan pentingnya kejujuran dalam komunikasi.

*Yo ca vassasatam jive, dussilo asamāhito
ekāham jivitam seyyo, silavantassa jhāyino*
artinya:

Mereka yang hidup seratus tahun, berbuat jahat dan tidak menguasai diri, maka hidup sehari saja lebih baik bagi yang mempunyai *Sila* dan selalu sadar (Dhammadhiro, 2005).

KAJIAN TEORI

Terdapat beberapa teori Buddhis yang dapat diterapkan dalam menghadapi media sosial, di antaranya:

a. *Cattari Ariya Saccani* (Empat Kebenaran Mulia)

Cattari Ariya Saccani merupakan doktrin inti Buddhisme yang menjelaskan tentang asal-usul dan penanggulangan penderitaan. Keempat kebenaran tersebut meliputi:

1. *Dukkha* (Penderitaan): Segala makhluk mengalami penderitaan, baik secara fisik maupun mental.
2. *Samudaya* (Asal Mula Penderitaan): Penderitaan timbul dari keterikatan pada keinginan, kebencian, dan kebodohan.
3. *Nirodha* (Penghentian Penderitaan): Penderitaan dapat dihentikan dengan menghilangkan akar penyebabnya, yaitu keterikatan.
4. *Magga* (Jalan Menuju Penghentian Penderitaan): Jalan untuk menghentikan penderitaan adalah dengan mengikuti Jalan Delapan Anggota.

b. Lima Sila

Lima Sila merupakan seperangkat norma etika moral yang menjadi dasar praktik Buddhisme. Kelima Sila tersebut melibatkan:

1. *Panatipata* (Menjauhi Pembunuhan)
2. *Adinnādāna* (Menjauhi Pencurian)
3. *Kāmesu micchācāra* (Menjauhi Ucapan Salah)
4. *Musāvāda* (Menjauhi Kebohongan)
5. *Surāmerayamajja-pāmānaja* (Menjauhi Minuman Memabukkan)



c. Kesadaran (*Sati*) dan Kebijaksanaan (*Paññā*)

Kesadaran dan kebijaksanaan merupakan dua aspek mental yang sangat ditekankan dalam ajaran Buddhisme. Kesadaran merujuk pada kemampuan kita untuk mengenali pikiran dan emosi yang kita alami pada saat ini, sementara kebijaksanaan mencakup kemampuan untuk memahami hakikat kebenaran. Kedua kualitas ini berperan penting dalam membimbing kita untuk menggunakan media sosial dengan bijaksana dan tanggung jawab.

d. Empati (*Mudita*) dan Cinta Kasih (*Mettā*)

Empati dan cinta kasih merupakan dua sifat mental yang sangat dihargai dalam ajaran Buddhisme. Empati melibatkan kemampuan kita untuk merasakan penderitaan orang lain, sementara cinta kasih mencakup keinginan untuk melihat kebahagiaan orang lain. Kedua sifat ini memiliki peran penting dalam membimbing kita untuk memanfaatkan media sosial dengan tujuan membangun hubungan yang positif dan memberikan dukungan kepada sesama.

Dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip Buddhisme dalam menggunakan media sosial, kita dapat mengoptimalkan potensi platform digital tersebut untuk kebaikan dan mengurangi dampak negatifnya. Beberapa contoh konkret penerapan nilai-nilai Buddhisme dalam penggunaan media sosial mencakup: menghindari penyebaran informasi palsu dan ujaran kebencian, menghormati orang lain secara daring, menyebarkan informasi yang berguna, serta menggunakan media sosial untuk membangun komunitas yang positif dan saling mendukung. Dengan menerapkan nilai-nilai Buddhisme dalam berinteraksi dengan media sosial, kita dapat berkontribusi dalam menciptakan lingkungan digital yang lebih baik, lebih penuh kasih sayang, dan lebih bijaksana.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian kualitatif yang menggunakan metode studi kepustakaan. Penelitian kepustakaan melibatkan eksplorasi sumber-sumber seperti buku, literatur, dan laporan ilmiah yang berkaitan dengan permasalahan yang hendak diinvestigasi (Sari dan Asmendri, 2018). Data dikumpulkan melalui berbagai literatur, terutama dari buku, jurnal, dan majalah. Informasi yang diperoleh diolah, kemudian dianalisis dan dideskripsikan untuk menjelaskan etika komunikasi dalam penggunaan media sosial sesuai dengan prinsip-prinsip ajaran Buddha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jika kita membandingkan perbedaan zaman antara masa Buddha Gautama dan zaman sekarang, maka perlu diakui bahwa etika dalam penggunaan media sosial tidak dijelaskan secara langsung pada masa Buddha, karena pada saat itu teknologi komunikasi dan informasi tidak secanggih sekarang. Meskipun demikian, komunikasi melalui media sosial, yang merupakan bentuk komunikasi berbasis teknologi, terkait dengan etika dan sopan santun baik dalam berbicara maupun menulis, telah diajarkan oleh Sang Buddha. Oleh karena itu, secara esensial, prinsip-prinsip etika komunikasi tersebut perlu diterapkan sesuai dengan kebutuhan zaman sekarang. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa media sosial memungkinkan seluruh masyarakat untuk berinteraksi tanpa terbatas oleh ruang dan waktu melalui pesan teks, gambar, dan video, yang memiliki cakupan yang lebih luas dan tanpa batas (Rosengren dalam Arini,



2018:36). Oleh karena itu, dalam era maya yang hampir tanpa batas ini, sebaiknya moralitas keagamaan dijadikan dasar etika dalam perilaku dan ujaran kita. Dengan demikian, prinsip-prinsip etika dan komunikasi yang diajarkan oleh Buddha dapat diaplikasikan dengan relevan dalam penggunaan media sosial.

Dalam berinteraksi di media sosial, penting untuk menetapkan norma-norma dan aturan untuk mencegah terjadinya tindakan yang dapat melukai perasaan sesama pengguna (Dewi 2019:140). Selain itu, etika komunikasi juga bertujuan untuk menghindari situasi yang tidak menyenangkan dan potensi kesalahpahaman di antara para pengguna (Kismiyati dalam Dewi, 2019:141).

Komunikasi adalah perluasan dari ekspresi atau pembicaraan yang kita lakukan, baik melalui lisan, tulisan, maupun gerakan tubuh. Pada dasarnya, komunikasi melibatkan penggunaan bahasa. Oleh karena itu, dalam berkomunikasi, terutama di media sosial, disarankan untuk memberikan prioritas pada kebenaran dalam ungkapan. Selanjutnya, dalam *Kakacupama Sutta* (MN:21), dijelaskan sepuluh jenis ucapan baik dan buruk yang dapat diucapkan oleh setiap individu. Dalam menghadapi semua jenis ucapan tersebut, individu disarankan untuk mengembangkan cinta kasih di dalam pikirannya tanpa adanya kebencian. Hal ini bertujuan untuk mencegah timbulnya kebencian dalam pikiran sebagai respons terhadap ucapan negatif, sehingga menciptakan kedamaian dalam pikiran dan mengarahkan individu untuk mengucapkan jenis ucapan yang baik. Individu yang menerapkan cinta kasih dalam pikirannya akan mampu mengungkapkan kata-kata dengan lembut, tepat, dan benar (Segall, 2003). Komunikasi yang didasari oleh pikiran yang penuh cinta kasih dapat membentuk faktor-faktor yang mendukung ungkapan yang benar.

Selain mengasah pikiran dengan landasan cinta kasih, perlu bagi individu untuk memperhatikan faktor-faktor eksternal yang dapat mendorong timbulnya ungkapan positif (Wijaya, 2008). Dalam *Abhayarajaku Mara Sutta* (MN:58), faktor-faktor seperti kebenaran, keakuratan, manfaat, dan kesenangan bagi orang lain dianggap sebagai faktor eksternal yang mempengaruhi terbentuknya ungkapan positif, sebagaimana yang dianjurkan oleh Sang Buddha. Faktor kunci dalam semua hal tersebut adalah manfaat atau relevansi. Hal ini karena dengan mempertimbangkan manfaat dalam ucapan, perbaikan karakter dapat tercapai secara bertahap (Palihawadana, 2006).

Meskipun suatu komunikasi dianggap menyenangkan, namun jika tidak memberikan manfaat bagi pelakunya, disarankan untuk tidak melakukannya. Begitu pula, jika suatu komunikasi dianggap menyenangkan, namun tidak memberikan manfaat dan tidak sesuai dengan kebenaran, disarankan untuk tidak dilakukan (Wijaya, 2008).

Pentingnya nilai guna dalam ucapan ditekankan oleh Sang Buddha, terutama dalam *Sutasutta* (AN:183), dalam menyebarkan informasi, Sang Buddha menyarankan agar individu memahami nilai kegunaan informasi atau pengetahuan bagi orang lain sebelum menyampaikannya dalam suatu pidato (Cittagutto, 2008). Jika segala pengetahuan diperoleh dari pengalaman melalui *panca indera* tanpa memberikan manfaat, maka tidak disarankan untuk menyebarkannya melalui ucapan. Namun, jika ilmu tersebut memberikan manfaat bagi orang yang menerimanya, maka dianjurkan untuk dibagikan melalui ucapan.

Selain menekankan nilai guna dalam berbicara, Sang Buddha, dalam *Vaca Sutta* (AN 5:198), menjelaskan pentingnya untuk mengembangkan aspek-aspek lain dalam berbicara.



Dengan memperkaya kelima faktor dalam berbicara, seseorang telah mengamalkan berbicara yang baik dan benar. Faktor waktu yang tepat berarti bahwa kata-kata yang diucapkan harus disesuaikan dengan situasi dan kondisi tertentu, sehingga perlu kehati-hatian dalam berbicara agar sesuai dan tepat pada waktunya. Kemudian, faktor kebenaran menuntut bahwa setiap ucapan harus sesuai dengan kenyataan atau menggambarkan keadaan sebagaimana adanya. Mengenai kehalusan, faktor ini menekankan pada pelatihan untuk menghindari kata-kata kasar, karena latihan tersebut dapat menekan potensi kekejaman dalam pikiran. Faktor manfaat menekankan bahwa setiap kata yang diucapkan seharusnya bertujuan untuk meningkatkan kebajikan bagi individu lainnya. Sementara itu, berdasarkan cinta kasih, faktor ini mengarah pada pemahaman bahwa setiap ucapan harus bersifat menyatu untuk menciptakan keharmonisan (Wijaya, 2008).

Selanjutnya, ajaran Buddha menjelaskan nilai-nilai etika komunikasi dalam penggunaan media sosial yang terdapat dalam Subhasita Sutta. Beberapa nilai etika tersebut mencakup:

1. Ucapan dengan perkataan yang baik: Ucapan dengan perkataan yang baik mengindikasikan bahwa suatu ucapan telah dipertimbangkan dengan cermat sebelum diungkapkan. Ucapan dikategorikan sebagai baik apabila mencerminkan kebenaran, disampaikan dengan lembut, bermanfaat, bersumber dari kasih sayang, dan diucapkan pada waktu yang tepat (Chowdhury, 2001:176). Selain itu, ucapan tersebut juga memberikan kegembiraan bagi pendengar (King, 2017:350).
2. Ucapan yang sesuai dengan ajaran kebenaran: Ucapan yang sesuai dengan ajaran kebenaran adalah ucapan yang mengembangkan kebijaksanaan dalam konteks komunikasi antarindividu. Kebijaksanaan membantu individu memahami kebenaran yang merupakan sifat alamiah dari segala sesuatu sebagaimana adanya. Selain itu, kebijaksanaan membantu mengembangkan kesadaran individu terhadap realitas dan mengatasi ilusi yang mungkin muncul akibat keinginan (Bodhi, 2006:68).
3. Ucapan dengan perkataan yang menyenangkan: Ucapan yang menyenangkan adalah ucapan yang tidak menyakiti perasaan pendengarnya. Kebiasaan mengucapkan kata-kata yang menyenangkan mencerminkan pengembangan perilaku positif, seperti memberikan ucapan selamat, terima kasih, dan pujian dengan tulus, sehingga dapat membawa kegembiraan, kebahagiaan, dan kesenangan bagi pendengarnya (Wijaya, 2008).
4. Ucapan yang sesuai dengan kenyataan: Ucapan yang sesuai dengan kenyataan atau jujur adalah ucapan yang tidak merubah fakta yang terjadi atau menambahkan kondisi yang pada dasarnya tidak terjadi. Pentingnya tekad dalam mengembangkan kejujuran dipahami karena hal ini memengaruhi etika dan pembersihan batin, membantu individu yang mengikutinya untuk mendapatkan pengetahuan (Bodhi, 2006:68). Dengan demikian, pengembangan kejujuran dapat membimbing individu menuju tahap pengembangan kebijaksanaan (Wijaya, 2008).

Pedoman yang dijelaskan oleh Sang Buddha dalam Subhasita Sutta, terutama empat jenis ucapan, dapat dijadikan acuan oleh masyarakat dan diterapkan dalam penggunaan media sosial, sebagaimana yang diuraikan dalam Saleyyaka Sutta (MN:41). Individu dapat mengimplementasikan praktik tersebut dengan secara konsisten mengembangkan ucapan yang



jujur, menghindari ucapan yang berisi hujatan, menghindari penggunaan kata-kata kasar, dan menjauhi ucapan yang tidak memiliki makna (Wijaya, 2008). Keempat jenis ucapan ini bisa menjadi panduan bagi masyarakat dalam memberikan komentar terhadap suatu konten, berlandaskan fakta yang muncul, dan memberikan manfaat bagi produsen konten tanpa bermaksud mencemarkan melalui penggunaan bahasa kasar. Dengan demikian, produsen konten dapat memperbaiki karyanya untuk perbaikan selanjutnya.

Selanjutnya, *Aranavibhanga Sutta* (MN:139) membahas mengenai ucapan tersembunyi, yang merujuk pada ucapan yang hanya ada dalam pikiran tanpa adanya gerakan pada alat ucap (Sarao, 2017). Namun, konsep ucapan tersembunyi tidak hanya terbatas pada ucapan dalam pikiran, melainkan juga mencakup ucapan dengan kalimat-kalimat yang mengandung makna tersirat (Khantipalo dalam Nanamoli, 2009). Dalam konteks ini, penggunaan majas dalam berbicara termasuk di dalamnya. Hal ini disebabkan majas merupakan gaya bahasa yang memiliki makna konotatif dan cenderung untuk ditafsirkan kembali guna mendapatkan makna yang sebenarnya. Sang Buddha, dalam penjelasan *Aranavibhanga Sutta*, mengizinkan penggunaan majas asalkan mengandung kebenaran, memiliki nilai guna, dan sesuai dengan kondisi serta situasi saat diucapkan.

Sang Buddha memberikan izin untuk menggunakan kalimat-kalimat tajam, seperti kritik, jika terdapat kebenaran dan nilai guna dalam penyampaian. Namun, jika suatu ucapan tajam mengandung ketidakbenaran dan bersifat merugikan, Sang Buddha tidak menganjurkannya. Hal ini disebabkan penggunaan ucapan tajam yang tidak benar dan berbahaya tentu akan disertai dengan rasa benci dan kecenderungan untuk selalu mencela (Khantipalo dalam Nanamoli, 2009). Dengan penjelasan ini, majas dapat digunakan dalam berbicara jika mengandung kebenaran dan nilai guna, serta sesuai dengan waktu yang tepat, sehingga kritik yang disampaikan melalui media sosial dapat diterima jika memenuhi kriteria tersebut, tanpa membawa rasa benci terhadap individu lainnya.

Selanjutnya, prinsip etika yang terkandung dalam *Aranavibhanga Sutta* dapat dijadikan panduan oleh masyarakat ketika memberikan komentar pada suatu konten di media sosial. Masyarakat diberikan kebebasan untuk memberikan kritik terhadap konten tersebut, namun penting untuk menjaga agar kritik yang disampaikan didasarkan pada kebenaran terkait kekurangan yang ada pada konten tersebut dan memberikan nilai guna agar konten tersebut dapat berkembang. Selain itu, prinsip etika dalam *Aranavibhanga Sutta* juga dapat diterapkan oleh produsen konten untuk menyajikan karya yang mengandung kritikan secara halus tanpa mengabaikan kebenaran dan nilai guna yang terkandung dalam kritikan tersebut.

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Buddha Dharma, sebagai ajaran yang memiliki sifat universal, secara tidak langsung mengandung prinsip-prinsip etika dalam menggunakan media sosial untuk berkomunikasi. Hal ini tercermin dalam ajaran-ajaran seperti yang dijelaskan dalam *Subhasita Sutta*, *Panha Aronavibhanga Sutta*, *Vaca Sutta*, *Syair Dhammapada*, dan sutta-sutta lainnya. Nilai-nilai etika yang penting bagi setiap individu dalam berkomunikasi melalui media sosial. Nilai-nilai ini diwujudkan melalui penggunaan kata-kata yang lembut, penuh cinta kasih, tujuan yang jelas, serta tepat waktu dan tepat guna. Dengan berpegang teguh pada nilai-nilai kebenaran dan kasih sayang, komunikasi di media sosial dapat dijalankan dengan menghindari konflik, permusuhan,



JURNAL NYADASSANA: JURNAL PENELITIAN, PENDIDIKAN, SOSIAL, DAN KEAGAMAAN

VOLUME 3 NOMOR 1 JUNI 2024

ISSN : 2964-3562 | DOI : <https://doi.org/10.59291/jnd.v3i1.53>

<https://journal.stabkertaajasa.ac.id/jnd/>

dan kebencian. Ajaran Buddha mengajarkan pentingnya membawa kebaikan dan kebenaran dalam setiap interaksi, sehingga komunikasi melalui media sosial dapat menjadi sarana yang memberikan dampak positif dan meminimalkan potensi konflik. Etika yang berasal dari moralitas (*sila*) dalam ajaran Buddha berfungsi sebagai jalan untuk membebaskan diri dari pengaruh negatif orang lain, sehingga dapat menghindari penderitaan yang mungkin timbul akibat penyalahgunaan media sosial. Dengan menerapkan nilai-nilai etika yang sesuai dengan ajaran Buddha dalam berkomunikasi melalui media sosial, kita menjadi lebih kritis (*ehipassiko*) tanpa menjadi anti terhadap kritik. Pendekatan ini menekankan pentingnya diskusi yang sehat, sehingga kita tidak mudah terprovokasi dan dapat menghadapi berbagai bentuk informasi di media sosial dengan bijaksana.

DAFTAR PUSTAKA

- Arini, Dewi Azizah. (2018). Bentuk, Makna, Dan Fungsi Bahasa Tulis Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Dan Interaksi Pada internet. *Bahasa Tulis media Sosial Skriptorium* 2(1):37-37.
- Chowdhury. (2021). Household People Development by the Highest Blessings (Mangala Sutta) Number 1 to 10 in Buddhism. *Journal of MCU Social Science Review*, Vol. 10 No. 3: 372-378
- Dewi, Maya Sandra Rosita. (2019). Islam Dan Etika Bermedia (Kajian Etika Komunikasi Netizen Di Media Sosial Instagram Dalam Perspektif Islam). *Research Fair Unisri* 3(1): 139–42.
- Dhammadhiro, Bhikkhu. (2005). *Dhammadpada Pali-Indonesia*. ke-2. Jakarta: Sangha Theravada Indoensia. [https:// www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-result](https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-result).
- Fatmawati, Nurul. (2021). Pengaruh Positif Dan Negatif Media Sosial Terhadap Masyarakat. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-semarang/baca-artikel/14366/Pengaruh-Positif-dan-Negatif-Media-Sosial-Terhadap-Masyarakat.html>.
- Mahdi, M Ivan. (2022). Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta Pada 2022." <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>.
- Nanamoli, Bhikkhu. (2009). *The Exposition of Non-Conflict (Aranavibhanga Sutta) (Majjhima Nikaya No. 139) A Discourse of the Buddha*. Kandy: Buddhist Publication Society.
- Purbohastuti, Arum Wahyuni. (2019). Perilaku Mahasiswa Terhadap Sosial Media. *Sains: Jurnal Manajemen dan Bisnis* 11(2): 237.
- Rahmawan. (2019). Pengembangan Konten Positif Sebagai Bagian Dari Gerakan Literasi Digital. *Jurnal Kajian Komunikasi* 7(1): 31.
- Segall, Seth Robert. (2003). *Encountering Buddhism: Western Psychology and Buddhist Teachings*. *Encountering Buddhism: Western Psychology and Buddhist Teachings*: 1–214.
- Setyawan. (2023). *Penguatan Literasi Digital Guna Menjaga Stabilitas Keamanan Menjelang Pemilu Tahun 2024 Dalam Rangka Ketahanan Nasional*. *Kertas Karya Ilmiah Perseorangan*, Jakarta (Id): Lemhanas.
- Wijaya, W.Y. (2008). *Khotbah-khotbah Panjang Sang Buddha Digha Nikaya Ucapan Benar*. *Dhammadcitta*. Yogyakarta: Vidyāsenā Production.