



Etika Komunikasi Digital dalam Public Relations dan Tantangan Profesional di Era Digital

Khatrin Is Mawardani¹, Ayuk Nofitasari², Kholifah Gatan Naufal³, Satria Hadi Saputra⁴, Naufal Athiya Primananda⁵

¹ Universitas Slamet Riyadi Surakarta, Jl. Sumpah Pemuda No.18, Kadipiro, Banjarsari, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57136

² Universitas Slamet Riyadi Surakarta, Jl. Sumpah Pemuda No.18, Kadipiro, Banjarsari, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57136

Email author: khatrinismaa27@gmail.com¹, nofitasariayuk5@gmail.com², gatannaufal50@gmail.com³, satriahadisaputra645@gmail.com⁴, naufal.athiya.p@unisri.ac.id⁵

Article Info

Article history:

Masuk: 29 April 2026
Revisi: 30 April 2026
Diterima: 07 Mei 2026
Tersedia: 01 Juli 2026
Terbit: 30 Juli 2026

Keywords:

Public Relation Ethics;
Digital Communication Ethics;
Public Relations;
Digital Era;
Professional Challenges;
Media Social

ABSTRACT

The rapid development of digital technology has significantly transformed the practice of public relations, particularly in the way organizations communicate with the public through digital platforms. However, the ease of information dissemination also raises ethical issues such as misinformation, privacy violations, and the spread of harmful content. This study aims to analyze digital communication ethics in public relations and identify professional challenges in the digital era. This research uses a qualitative approach with a literature study method by reviewing relevant scientific sources, including accredited national journals, international journals, and academic publications. The findings indicate that ethical principles such as transparency, accuracy, and responsibility are essential in maintaining organizational credibility and public trust. In addition, public relations professionals face challenges such as the speed of information flow, crisis communication risks, and increasing public demands for transparency. The study also reveals that there is a strong relationship between ethical communication practices and professional challenges, requiring both individual competence and organizational support. Therefore, the implementation of digital communication ethics is crucial in ensuring sustainable relationships between organizations and the public in the digital era.

Corresponding Author:

Khatrin Is Mawardani,
Universitas Slamet Riyadi Surakarta
Jl. Sumpah Pemuda No.18, Kadipiro, Banjarsari, Kota Surakarta, Jawa Tengah 5136
Email: khatrinismaa27@gmail.com



ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah secara signifikan mengubah praktik hubungan masyarakat, khususnya dalam cara organisasi berkomunikasi dengan publik melalui platform digital. Namun, kemudahan penyebaran informasi juga menimbulkan isu etika seperti misinformasi, pelanggaran privasi, dan penyebaran konten berbahaya. Studi ini bertujuan untuk menganalisis etika komunikasi digital dalam hubungan masyarakat dan mengidentifikasi tantangan profesional di era digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur melalui peninjauan sumber-sumber ilmiah yang relevan, termasuk jurnal nasional terakreditasi, jurnal internasional, dan publikasi akademis. Temuan menunjukkan bahwa prinsip-prinsip etika seperti transparansi, akurasi, dan tanggung jawab sangat penting dalam menjaga kredibilitas organisasi dan kepercayaan publik. Selain itu, para profesional hubungan masyarakat menghadapi tantangan seperti kecepatan aliran informasi, risiko komunikasi krisis, dan meningkatnya tuntutan publik akan transparansi. Studi ini juga mengungkapkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara praktik komunikasi etis dan tantangan profesional, yang membutuhkan kompetensi individu dan dukungan organisasi. Oleh karena itu, implementasi etika komunikasi digital sangat penting dalam memastikan hubungan yang berkelanjutan antara organisasi dan publik di era digital.

Kata Kunci: Etika Hubungan Masyarakat; Etika Komunikasi Digital; Hubungan Masyarakat; Era Digital; Tantangan Profesional; Media Sosial

1. INTRODUCTION

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara organisasi berkomunikasi dengan publik secara signifikan, dengan kehadiran media sosial dan platform komunikasi daring memungkinkan penyampaian pesan secara luas dan interaktif sehingga praktisi public relations perlu beradaptasi untuk menyampaikan pesan secara efektif dan efisien (Muharam et al., 2022). Kehadiran ruang digital menjadikan komunikasi digital sebagai kanal utama untuk membangun citra dan menjaga reputasi organisasi, tercermin dalam praktik humas berbasis cyber yang memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan branding dan citra lembaga (Farisi & Setiawan, 2023). Namun, kemudahan penyebaran informasi juga memunculkan persoalan etika seperti hoaks, ujaran kebencian, serta pelanggaran privasi di ruang digital (Belinda & Puspitasari, 2021). Oleh karena itu, etika komunikasi digital menjadi aspek penting yang harus diperhatikan oleh praktisi public relations di era digital melalui penerapan netiquette, verifikasi informasi, dan literasi digital (Nuriyanti et al., 2024).

Penelitian menunjukkan bahwa penerapan prinsip etika seperti transparansi, integritas, dan tanggung jawab sangat penting dalam menjaga kepercayaan publik serta mencegah risiko kebocoran data atau krisis reputasi (Hagelstein et al., 2021). Selain itu, perkembangan teknologi digital telah membawa tantangan baru bagi praktisi public relations, terutama dalam menjaga keamanan data pribadi dan komunikasi yang bertanggung jawab (Udomah et al., 2023). Penelitian terkait juga mengungkap bahwa komunikasi digital tidak hanya berkaitan dengan penyampaian informasi, tetapi juga dipengaruhi oleh relasi kekuasaan, nilai, dan norma dalam ruang publik digital (Udomah et al., 2023). Hal ini menunjukkan bahwa etika komunikasi digital merupakan isu yang semakin kompleks dan relevan dalam praktik public relations modern (Hagelstein et al., 2021).

Meskipun berbagai penelitian telah mengkaji etika komunikasi digital, masih terdapat kesenjangan dalam memahami secara komprehensif tantangan profesional yang dihadapi praktisi public relations di era digital. Sebagian besar riset cenderung berfokus pada aspek tunggal, seperti perlindungan data atau regulasi media digital, sehingga diperlukan kerangka etika digital yang lebih holistik bagi profesi PR (Angin & Mukhlisiana, 2024). Oleh karena itu, artikel ini bertujuan menganalisis etika komunikasi digital dalam public relations serta mengidentifikasi tantangan profesional yang muncul di era digital, sebagai kontribusi terhadap kajian komunikasi dan sebagai referensi bagi praktisi dalam menghadapi kompleksitas komunikasi digital (Karakaya, 2025).

2. METHOD

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur (library research). Metode ini dipilih untuk meneliti secara terstruktur gagasan etika komunikasi digital dalam hubungan masyarakat serta berbagai tantangan profesional yang muncul di era digital.

Pendekatan kualitatif digunakan karena penelitian ini berfokus pada analisis makna, interpretasi, serta pemahaman mendalam terhadap fenomena yang diteliti, bukan pada pengukuran kuantitatif.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari berbagai literatur ilmiah, meliputi jurnal nasional terakreditasi SINTA, jurnal internasional bereputasi, buku akademik, serta laporan penelitian yang relevan dengan topik etika komunikasi digital dan public relations. Kriteria pemilihan sumber data didasarkan pada: (1) kesesuaian dengan topik penelitian; (2) tahun publikasi yang diutamakan dalam rentang lima tahun terakhir; dan (3) kredibilitas sumber yang dapat dipertanggungjawabkan secara akademik.

Teknik pengumpulan data dilaksanakan dengan dokumentasi, yakni dengan cara mencari, mengenali, dan mengumpulkan berbagai referensi yang relevan dari database ilmiah seperti Google Scholar, SINTA, dan portal jurnal lainnya. Selanjutnya, data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan teknik analisis isi (content analysis), yaitu dengan mengkategorikan, membandingkan, dan menginterpretasikan informasi dari berbagai sumber untuk menemukan pola, hubungan, serta tema utama yang berkaitan dengan etika komunikasi digital dan tantangan profesional public relations.

Prosedur penelitian dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu: (1) identifikasi dan perumusan masalah; (2) penelusuran dan pengumpulan literatur yang relevan; (3) seleksi dan klasifikasi sumber data berdasarkan kriteria yang telah ditentukan; (4) analisis dan sintesis data menggunakan pendekatan analisis isi; serta (5) penarikan kesimpulan berdasarkan hasil kajian. Dengan tahapan itu, penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan analisis yang sistematis dan komprehensif sesuai dengan kaidah ilmiah yang berlaku.

3. RESULT DAN ANALISIS

3.1. Etika Komunikasi Digital dalam Public Relations

Perkembangan teknologi digital telah mengubah praktik public relations secara signifikan, terutama dalam hal penyampaian informasi dan interaksi dengan publik. Meskipun banyak penelitian telah membahas etika komunikasi digital, kajian yang mengintegrasikan prinsip etika dengan dinamika praktik public relations di era digital masih diperlukan untuk memahami tantangan profesional di lapangan (Farisi & Setiawan, 2023). Dalam konteks ini, etika komunikasi digital menjadi landasan penting yang menjaga kredibilitas dan kepercayaan publik terhadap organisasi (A. R. Siregar et al., 2024).

Hasil kajian literatur menunjukkan pelanggaran etika digital sering terjadi berupa penyebaran informasi yang tidak diverifikasi, manipulasi opini publik, serta penggunaan strategi komunikasi yang menyesatkan, yang dapat merusak reputasi organisasi (Turisina et al., 2024). Penggunaan media sosial sebagai saluran utama komunikasi juga menuntut adanya pengendalian konten yang lebih ketat, karena dampak jangka panjang terhadap citra organisasi (Salsabillah & Yuniarti, 2023). Dengan demikian, etika komunikasi digital tidak hanya berkaitan dengan apa yang disampaikan, tetapi juga bagaimana pesan diproduksi, didistribusikan, dan diterima oleh publik (Isnaini, 2021).

3.2. Tantangan Profesional Public Relations di Era Digital

Era New Digital adalah bukti sementara atas kemajuan teknologi tanpa batas, yang diakselerasi oleh pandemic Covid-19 (Susilawati et al., 2022). Public Relations juga dapat memanfaatkan teknologi yang dimiliki oleh organisasi (Sulistiyo & Angelia, 2023). Penelitian ini dilatar belakangi maraknya fenomena yang terjadi yaitu informasi hoaks di tengah masyarakat khususnya media sosial (Salsabillah & Yuniarti, 2023). Kode Etik Public Relation (PR) memegang peran krusial dalam menjaga integritas dan reputasi perusahaan (M. Siregar et al., 2024).

Selain itu, meningkatnya penggunaan media sosial juga memperbesar risiko terjadinya krisis komunikasi. Informasi negatif dapat dengan mudah menyebar dan menjadi viral dalam waktu singkat, sehingga menuntut kesiapan praktisi public relations dalam melakukan manajemen krisis secara efektif.

Tantangan lainnya adalah meningkatnya ekspektasi publik terhadap transparansi dan akuntabilitas organisasi, yang mengharuskan praktisi untuk lebih terbuka dalam menyampaikan informasi (Wijaya et al., 2023).

Di sisi lain, perkembangan teknologi juga menuntut praktisi public relations untuk memiliki kompetensi digital yang memadai. Tidak hanya kemampuan teknis dalam menggunakan platform digital, tetapi juga kemampuan analisis terhadap perilaku audiens serta pemahaman terhadap etika komunikasi di ruang digital. Hal ini menunjukkan bahwa profesional public relations di era digital harus mampu beradaptasi dengan perubahan teknologi sekaligus menjaga standar etika yang tinggi.

3.3. Analisis Keterkaitan Etika dan Tantangan Profesional

Berdasarkan hasil kajian, etika komunikasi digital dan tantangan profesional dalam public relations memiliki keterkaitan yang sangat erat. Tantangan yang muncul di era digital, seperti kecepatan informasi, tekanan publik, serta kompleksitas media sosial, seringkali menjadi faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan etis oleh praktisi public relations (A. R. Siregar et al., 2024). Dalam situasi tertentu, praktisi dihadapkan pada tekanan untuk segera merespons isu tanpa memiliki informasi yang lengkap, yang berpotensi menimbulkan pelanggaran etika (Isnaini, 2021).

Selain itu, pentingnya literasi digital dan pemahaman terhadap etika komunikasi menjadi kunci dalam menghadapi tantangan tersebut. Organisasi juga perlu menetapkan pedoman etika yang jelas serta memberikan pelatihan kepada praktisi public relations agar mampu menghadapi berbagai dinamika komunikasi di era digital. Dengan demikian, penerapan etika komunikasi digital tidak hanya menjadi tanggung jawab individu, tetapi juga organisasi secara keseluruhan (Isnaini, 2021).

4. CONCLUSION

Berdasarkan hasil kajian yang sudah dilakukan, disimpulkan bahwasannya etika komunikasi digital memiliki peran sangat penting dalam praktik public relations di era digital. Perkembangan teknologi dan media sosial telah mengubah cara organisasi berinteraksi dengan publik, sehingga menuntut adanya penerapan prinsip etika seperti kejujuran, transparansi, akurasi informasi, serta tanggung jawab dalam setiap aktivitas komunikasi. Tanpa penerapan etika yang baik, komunikasi digital berpotensi menimbulkan berbagai permasalahan seperti penyebaran informasi yang tidak akurat, krisis reputasi, serta menurunnya tingkat kepercayaan publik terhadap organisasi.

Selain itu, praktisi public relations juga dihadapkan pada berbagai tantangan profesional di era digital, seperti kecepatan arus informasi, tekanan untuk merespons secara real-time, serta meningkatnya ekspektasi publik terhadap transparansi. Tantangan tersebut seringkali menimbulkan dilema dalam pengambilan keputusan, khususnya dalam menjaga keseimbangan antara kecepatan dan ketepatan informasi. Oleh karena itu, diperlukan kompetensi digital yang memadai serta pemahaman yang kuat terhadap etika komunikasi digital agar praktisi mampu menghadapi dinamika komunikasi yang semakin kompleks.

Lebih lanjut, keterkaitan antara etika komunikasi digital dan tantangan profesional menunjukkan bahwa penerapan etika bukan hanya menjadi tanggung jawab individu, namun juga organisasi secara keseluruhan. Organisasi perlu menetapkan pedoman etika yang jelas serta memberikan pelatihan kepada praktisi public relations guna meningkatkan kesadaran dan kemampuan dalam menghadapi berbagai isu komunikasi digital. Dengan demikian, penerapan etika komunikasi digital yang konsisten diharapkan dapat menjaga reputasi organisasi serta memperkuat hubungan dengan publik secara berkelanjutan.

ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada semua orang yang telah membantu dalam proses pembuatan artikel ini, baik berupa bantuan moral, akademik, maupun penyediaan sumber referensi yang relevan. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada institusi akademik yang telah memfasilitasi kegiatan penelitian, sehingga artikel ini terselesaikan dengan baik.

REFERENCES

- Angin, T. G. P., & Mukhlisiana, L. (2024). The Use of AI in Digital Transformation Ethics and Public Relations Strategies. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 5(11), 4948–4962. <https://doi.org/10.59141/jist.v5i11.7044>
- Belinda, F., & Puspitasari, M. (2021). Hoaks and Resistance to Government Motion Case Study KAMI (Koalisi Aksi Menyelamatkan Indonesia). *Journal of Social Science*, 2(2), 139–143. <https://doi.org/10.46799/jsss.v2i2.108>
- Farisi, Y. A., & Setiawan, M. B. A. (2023). Strategi Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Branding Image Di Madrasah Aliyah Nurul Jadid. *Jiip - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(12), 10653–10663. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i12.3407>
- Hagelstein, J., Einwiller, S., & Zerfaß, A. (2021). The Ethical Dimension of Public Relations in Europe: Digital Channels, Moral Challenges, Resources, and Training. *Public Relations Review*, 47(4), 102063. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2021.102063>
- Isnaini, S. (2021). Menata Strategi Pembelajaran Tinggi HUMAS Di Era Physical Distancing. *Communicator Sphere*, 1(1), 39–46. <https://doi.org/10.55397/cps.v1i1.10>
- Karakaya, Ç. (2025). Corporate Reputation in Public Relations Research: A Bibliometric Analysis of Trends and Themes (1970–2024). *Sage Open*, 15(4). <https://doi.org/10.1177/21582440251405321>
- Muharam, F., Alifahmi, H., & Diana, R. (2022). CYBER PUBLIC RELATIONS MELALUI INSTAGRAM KT&G SANGSANG UNIV. INDONESIA. *Akrab Juara Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 7(2), 283. <https://doi.org/10.58487/akrabjuara.v7i2.1851>
- Nuriyanti, R., Nugraha, W. S., Pujiasti, D. A., Gunawan, D., & Adiredja, R. K. (2024). Sosialisasi Etis Bermedia Sosial Untuk Masyarakat Cakap Digital. *Badranaya*, 2(01), 28–33. <https://doi.org/10.31980/badranaya.v2i01.767>
- Salsabillah, I., & Yuniarti, T. (2023). Pengelolaan Media Sosial Instagram @Infobekasi Sebagai Media Informasi Tentang Bekasi. *Jurnal Edukasi Dan Multimedia*, 1(2), 90–99. <https://doi.org/10.37817/jurnaledukasidanmultimedia.v1i2.2900>
- Siregar, A. R., Harahap, A., & Nasution, M. S. (2024). *Etika Komunikasi Media Digital di Era Post-Truth*. 5(1), 39–53.
- Siregar, M., Sakinah, N., Salisah, F. A., Amri, K., & Kurniawan, A. (2024). Kode Etik Public Relation Perhumas Dan APRI Di Indonesia. *El-Mujtama Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 412–421. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v4i3.1568>
- Sulistiyo, A. A., & Angelia, C. R. (2023). Strategi Public Relations Astra International Dalam Mempertahankan Reputasi Di Era Kenormalan Baru. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 7(2), 290–312. <https://doi.org/10.25139/jkp.v7i2.5959>
- Susilawati, S., Arief, M., Priyadi, C., & Ridwan, W. (2022). Penguatan Peran Dan Fungsi Public Relation Dalam Era New Digital. *Cyberpr*, 2(1), 74–83. <https://doi.org/10.32509/cyberpr.v2i1.2127>
- Turisina, S. A., Cesar, R. A., & W, R. A. (2024). Pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia Di Koran Kedaulatan Rakyat. *Jurnal Audiens*, 4(4), 632–639. <https://doi.org/10.18196/jas.v4i4.323>
- Udomah, P. J., Akarika, D. C., & Kierian, N. U. (2023). Digital Technology and Public Relations Practice in Nigeria: A Critical Discourse. *Aksujacog*, 3(2), 154–164. <https://doi.org/10.61090/aksujacog.2023.013>
- Wijaya, S. M., Metty, P. F., Yukianti, C. R., & Ie, M. (2023). Challenges and Marketing Solutions to Support the Role of Songket Fabric Smes in Welcoming the Era of Society 5.0. *Ijaeb*, 1(4), 2022–2032. <https://doi.org/10.24912/ijaeb.v1i4.2022-2032>