

Pengantar

ILMU KOMUNIKASI DIGITAL

Editor: Dr. I Nyoman Yoga Sumadewa, S.Kom., M.Sn.

Dr. Maharani Imran, S.Sos., M.Si. | Mike Indarsih, M.I.Kom. | Nabilah, M.Sos.
Siti Qona'ah, S.Sos., M.M., M.I.Kom. | Gan Gan Giantika, S.Sos., M.M., M.I.Kom.
Rindana Intan Emeilia, S.Sos., M.I.Kom. | Rosmalia Ahmad, S.I.Kom., M.Si.
Arina Muntazah, S.Pd., M.I.Kom. | Novalia, M.I.Kom.
Jaqualine Pramanta Putra, M.M., M.I.Kom.

PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI DIGITAL

Penulis:

Dr. Maharani Imran, S.Sos., M.Si.

Mike Indarsih, M.I.Kom.

Nabilah, M.Sos.

Siti Qona'ah, S.Sos., M.M., M.I.Kom.

Gan Gan Giantika, S.Sos., M.M., M.I.Kom.

Rindana Intan Emeilia, S.Sos., M.I.Kom.

Rosmalia Ahmad, S.I.Kom., M.Si.

Arina Muntazah, S.Pd., M.I.Kom.

Novalia, M.I.Kom.

Jaqualine Pramanta Putra, M.M., M.I.Kom.

Editor:

Dr. I Nyoman Yoga Sumadewa, S.Kom., M.Sn.



MUTIARA
PUBLISHING

**MUTIARA PUBLISHING
INDONESIA**

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
4. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

Pengantar Ilmu Komunikasi Digital

Penulis:

Dr. Maharani Imran, S.Sos., M.Si.

Mike Indarsih, M.I.Kom.

Nabilah, M.Sos.

Siti Qona'ah, S.Sos., M.M., M.I.Kom.

Gan Gan Giantika, S.Sos., M.M., M.I.Kom.

Rindana Intan Emeilia, S.Sos., M.I.Kom.

Rosmalia Ahmad, S.I.Kom., M.Si.

Arina Muntazah, S.Pd., M.I.Kom.

Novalia, M.I.Kom.

Jaqualine Pramanta Putra, M.M., M.I.Kom.

Hak cipta dilindungi undang-undang

Diterbitkan pertama kali oleh Penerbit Mutiara Publishing Indonesia

Anggota IKAPI No. 030/RAU/2025

ISBN: 978-634-96673-6-4

Editor: Dr. I Nyoman Yoga Sumadewa, S.Kom., M.Sn.

Penyunting: Pera Iska

Desain Sampul dan Tata Letak: Khairul Wahidi

Alamat: Jl. Budi Utomo Komp.V Nomor 54, Desa/Kelurahan Labuh Baru Timur, Kec. Payung Sekaki, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau, Kode Pos: 28292

Website: <https://www.mutiarapublishing.id>

Email: mutiarapublishingindonesia@gmail.com

Cetakan Pertama, November 2025

Dilarang keras mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa izin sah dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya buku berjudul **“Pengantar Ilmu Komunikasi Digital”** ini dapat diselesaikan dengan baik. Buku ini disusun sebagai upaya memberikan pemahaman komprehensif mengenai dinamika komunikasi di era digital yang terus berkembang pesat, serta implikasinya terhadap kehidupan sosial, ekonomi, politik, dan budaya masyarakat. Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan besar dalam cara manusia berinteraksi. Transformasi digital tidak hanya mengubah pola komunikasi, tetapi juga melahirkan ruang-ruang baru bagi terbentuknya masyarakat jejaring, budaya siber, dan model komunikasi yang lebih interaktif. Oleh karena itu, buku ini hadir untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai teori, konsep, sejarah, platform, etika, hingga tantangan masa depan komunikasi digital, sebagaimana telah tersaji dalam bab-bab yang ditulis oleh para akademisi dan praktisi yang kompeten di bidangnya. Buku ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi mahasiswa, dosen, peneliti, praktisi komunikasi, serta pembaca umum yang ingin memahami secara sistematis bagaimana komunikasi digital bekerja dan memengaruhi berbagai aspek kehidupan. Akhir kata, saya mengucapkan terima kasih kepada seluruh penulis, editor, penyunting, dan pihak-pihak yang telah mendukung proses penerbitan buku ini. Semoga buku ini memberikan manfaat dan menjadi kontribusi nyata dalam pengembangan ilmu komunikasi di Indonesia.

Nama Kota, Maret 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR GAMBAR.....	vi
BAB 1 KONSEP DASAR ILMU KOMUNIKASI DIGITAL	1
Oleh: Dr. Maharani Imran, S.Sos., M.Si	1
A. Definisi dan Ruang Lingkup Komunikasi Digital	1
B. Karakteristik Komunikasi Digital	3
C. Unsur-Unsur Komunikasi Digital	8
D. Fungsi dan Tujuan Komunikasi Digital.....	11
E. Perkembangan Teknologi Digital dan Implikasinya	12
Referensi.....	14
BAB 2 SEJARAH DAN PERKEMBANGAN KOMUNIKASI	
DIGITAL	19
Oleh: Mike Indarsih, M.I.Kom.....	19
A. Awal Mula Komunikasi Digital.....	19
B. Perkembangan Teknologi Komunikasi.....	22
C. Fase-Fase Perkembangan Komunikasi Digital	27
D. Dampak Komunikasi Digital terhadap Masyarakat.....	31
E. Arah dan Tren Masa Depan Komunikasi Digital.....	35

Referensi.....	39
BAB 3 TEORI-TEORI KOMUNIKASI DI ERA DIGITAL	41
Oleh: Nabilah, M.Sos	41
A. Pendahuluan.....	41
B. Teori Komunikasi Tradisional.....	42
C. Teori Dampak Sosial dan Budaya Digital.....	49
Referensi.....	53
BAB 4 MEDIA BARU DAN KONVERGENSI TEKNOLOGI	55
Oleh: Siti Qona'ah S.Sos., M.M. M. I. Kom.....	55
A. Pendahuluan.....	55
B. Media Baru.....	56
C. Konvergensi Teknologi.....	61
Referensi.....	64
BAB 5 KOMUNIKASI DIGITAL DALAM KEHIDUPAN SOSIAL 67	
Oleh: Gan Gan Giantika,S.Sos.,M.M.,M.I.Kom.....	67
A. Pendahuluan.....	67
B. Pengertian Komunikasi Digital.....	68
C. Ruang Lingkup Komunikasi Digital.....	70
D. Hubungan Komunikasi Dengan Media Sosial	73
Referensi.....	80
BAB 6 PLATFORM DIGITAL DAN POLA INTERAKSI	83
Oleh: Rindana Intan Emeilia, S.Sos.,M.I.Kom.....	83
A. Pemanfaatan Platform Digital dalam Komunikasi.....	83

B.	Perubahan Pola Interaksi Sosial.....	91
C.	Pengaruh Platform Digital terhadap Komunikasi Publik di Ruang Digital.....	98
	Referensi.....	101
BAB 7 LITERASI DIGITAL DAN BUDAYA SIBER		105
Oleh: Rosmalia Ahmad, S.I.Kom.,M.Si.....		105
A.	Pendahuluan.....	105
B.	Literasi Digital: Pengertian, Dimensi, dan Kompetensi	107
C.	Budaya Siber: Konsep dan Karakteristik	109
	Rederensi	117
BAB 8 ETIKA DAN REGULASI KOMUNIKASI DIGITAL.....		121
Oleh: Arina Muntazah, S.Pd., M.I. Kom.....		121
A.	Kesadaran Etika dalam Berkomunikasi Digital.....	121
B.	Perlindungan Privasi dan Data Pribadi	123
C.	Kepatuhan terhadap Regulasi dan Perundang-undangan	125
D.	Penggunaan Media Digital Secara Bertanggung Jawab	126
BAB 9 TANTANGAN DAN PERMASALAHAN KOMUNIKASI DIGITAL		129
Oleh: Novalia, M.I. Kom.....		129
A.	Perubahan Paradigma Komunikasi di Era Digital.....	129
B.	Isu Keaslian dan Kepercayaan Informasi.....	131
C.	Etika dan Privasi dalam Komunikasi Digital	135
D.	Kesenjangan Digital dan Akses Informasi	137

E. Gangguan Psikologis dan Sosial di Dunia Digital.....	139
F. Strategi Menghadapi Tantangan Komunikasi Digital	144
Referensi.....	150
BAB 10 MASA DEPAN KOMUNIKASI DIGITAL.....	153
Oleh: Jaqualine Pramanta Putra, M.M, M.I. Kom.....	153
A. Apa Itu Komunikasi Digital?.....	153
B. Peran Kecerdasan Buatan (AI) dalam Komunikasi	162
C. Teknologi Pendukung Komunikasi Masa Depan	164
D. Dampak Sosial dan Budaya dalam Komunikasi	164
E. Tantangan Etika, Privasi, dan Regulasi.....	165
F. Masa Depan Profesi dan Literasi Digital	165
Referensi.....	166
BIOGRAFI PENULIS	169

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Era Society 5.0.....	30
Gambar 5. 1 Alasan Utama Warga Dunia Menggunakan Media Sosial.....	75
Gambar 5. 2 Dampak Perkembangan Komunikasi Digital Pada Perubahan Sosial.....	78
Gambar 6. 1 WhatsApp, Telegram	84
Gambar 6. 2 Zoom, dan Google Meet.....	84
Gambar 6. 3 Instagram, TikTok, Facebook, dan X (Twitter).....	85
Gambar 9. 1 Perubahan Globalisasi Bidang Komunikasi dalam Kehidupan.....	131

BAB 1

KONSEP DASAR ILMU KOMUNIKASI DIGITAL

Oleh: Dr. Maharani Imran, S.Sos., M.Si.

A. Definisi dan Ruang Lingkup Komunikasi Digital

Komunikasi digital dapat didefinisikan sebagai proses pertukaran informasi melalui saluran berbasis teknologi digital, seperti internet, media sosial, aplikasi pesan instan, dan berbagai platform digital lainnya (El-Astal & El-Youssef, 2025; Grewal et al., 2022; Strauss et al., 2024). Komunikasi digital berbeda dari komunikasi tradisional karena mengandalkan perangkat elektronik dan jaringan digital sebagai media utama, sehingga memungkinkan interaksi yang lebih luas, cepat, dan fleksibel (El-Astal & El-Youssef, 2025; Grewal et al., 2022; Strauss et al., 2024). Karakteristik utama komunikasi digital meliputi interaktivitas, sinkronisitas (*real-time* atau *asynchronous*), multimodalitas (teks, audio, gambar, video), serta kemampuan untuk menjangkau audiens global tanpa batasan geografis (Grewal et al., 2022; Hazlehurst et al., 2023). Selain itu, komunikasi digital juga memungkinkan pengukuran dan analisis data secara *real-time*, yang sangat penting dalam konteks bisnis, pemasaran, dan hubungan organisasi dengan pemangku kepentingan (Hazlehurst et al., 2023). Hal ini menjadikan

komunikasi digital sebagai alat strategis dalam membangun relasi, menyebarkan informasi, dan memengaruhi perilaku audiens.

Ruang lingkup komunikasi digital sangat luas, mencakup komunikasi interpersonal (antarindividu), komunikasi organisasi (internal dan eksternal), komunikasi massa (melalui media digital ke khalayak luas), hingga komunikasi lintas budaya (Strauss et al., 2024). Dalam konteks akademik, komunikasi digital dipelajari sebagai disiplin yang mengkaji proses, efek, dan dinamika pertukaran pesan melalui media digital. Analisis dalam bidang ini meliputi perubahan pola komunikasi, peran teknologi, serta dampak sosial dan budaya dari digitalisasi komunikasi (Strauss et al., 2024). Perkembangan teknologi digital telah menciptakan ruang komunikasi baru yang sangat terhubung dan dinamis, di mana individu dan organisasi dapat berinteraksi secara simultan melalui berbagai *platform* (Strauss et al., 2024). Digitalisasi telah mengubah struktur sosial dan ekonomi, menciptakan jaringan masyarakat berbasis digital yang memungkinkan kolaborasi, pertukaran informasi, dan pembentukan komunitas global (Grewal et al., 2022). Selain itu, komunikasi digital juga berperan penting dalam mendukung inovasi, pembelajaran, dan adaptasi terhadap perubahan lingkungan yang cepat.

Akhirnya, komunikasi digital tidak hanya sekadar pertukaran pesan, tetapi juga merupakan proses sosial yang membentuk makna bersama melalui pemanfaatan teknologi digital (Strauss et al., 2024). Dalam praktiknya, komunikasi digital menuntut pemahaman tentang dinamika interaksi, etika, privasi, serta kemampuan untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang terus berubah. Dengan demikian, komunikasi digital menjadi fondasi utama dalam kehidupan sosial, ekonomi, dan budaya di era modern.

B. Karakteristik Komunikasi Digital

Karakteristik komunikasi digital sangat beragam dan membedakannya secara signifikan dari komunikasi tradisional. Berikut penjelasan mendalam mengenai karakteristik utama komunikasi digital:

1. Kecepatan Transmisi

Komunikasi digital ditandai oleh kecepatan transmisi yang sangat tinggi, di mana pesan dapat dikirim dan diterima secara *real-time* atau tunda, tergantung pada platform yang digunakan (Grewal et al., 2022). Komunikasi digital berlangsung hampir seketika, karena pesan dikirim melalui jaringan digital (seperti internet) yang mampu mentransfer data dalam hitungan detik, ini berbeda dengan komunikasi tradisional (misalnya surat pos atau media cetak) yang membutuhkan waktu lama untuk sampai ke penerima. *Real-time* artinya komunikasi terjadi secara langsung tanpa jeda waktu, misalnya dalam *video call*, *live streaming*, atau *chat online*. Tunda (*asynchronous*) berarti pesan tidak harus dibaca atau dibalas pada saat yang sama, misalnya *email*, komentar di media sosial, atau pesan WhatsApp yang bisa dibuka kapan saja.

Kecepatan transmisi memungkinkan perusahaan untuk mengirimkan notifikasi status pengiriman secara instan kepada pelanggan melalui aplikasi digital, sehingga meningkatkan efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan (Grewal et al., 2022; Krishen et al., 2021). Dalam konteks bisnis global, digitalisasi mempercepat proses pengambilan keputusan dan meningkatkan kemampuan perusahaan dalam merespons perubahan pasar melalui infrastruktur komunikasi dan koordinasi yang memungkinkan akses serta interaksi lintas wilayah secara *real-time* (Autio E et al., 2021).

2. Interaktivitas

Interaktivitas merupakan salah satu karakteristik utama komunikasi digital, yang memungkinkan pengguna untuk terlibat secara langsung dalam proses pertukaran pesan melalui berbagai bentuk partisipasi dan umpan balik interaktif (Strauss et al., 2024). Seperti komentar, reaksi, *polling*, atau fitur interaktif lainnya. Perusahaan memanfaatkan media sosial sebagai sarana interaktif untuk membangun dialog dua arah dengan konsumen melalui berbagai fitur komunikasi digital, yang pada gilirannya memperkuat loyalitas merek dan meningkatkan keterlibatan pelanggan (Krishen et al., 2021). Seperti perusahaan besar Nike memanfaatkan media sosial yang memiliki fitur komunikasi digital berupa komentar dan pesan langsung. Interaktivitas dalam komunikasi digital memungkinkan perusahaan untuk menyesuaikan strategi komunikasi digital secara dinamis berdasarkan pola interaksi dan respons konsumen yang terekam dalam data digital (Grewal et al., 2022).

3. Multimodalitas

Multimodalitas dalam komunikasi digital merujuk pada kemampuan untuk mengintegrasikan berbagai format pesan, seperti teks, audio, gambar, dan video, sehingga menciptakan pengalaman komunikasi yang lebih kaya dan efektif (Grewal et al., 2022). Google Meet, misalnya, memfasilitasi kolaborasi global dengan menyediakan komunikasi melalui teks, suara, video, dan berbagi dokumen secara simultan, sehingga memperkaya interaksi tim. Multimodalitas dalam komunikasi digital memungkinkan perusahaan untuk mengintegrasikan berbagai format pesan, seperti teks, visual, dan audio, di berbagai saluran digital, sehingga memperkuat interaksi dengan audiens dan meningkatkan efektivitas penyampaian informasi (Varsha et al.,

2021). Contohnya perusahaan seperti Spotify dan Amazon menyampaikan pesan melalui berbagai saluran digital.

4. Asinkroni

Asinkroni memungkinkan komunikasi terjadi tanpa harus bersamaan waktu, sehingga pengguna dapat membaca dan membalas pesan kapan saja (Strauss et al., 2024). Asinkroni memiliki peran penting dalam mendukung koordinasi dan kolaborasi pada perusahaan multinasional yang beroperasi lintas negara dan zona waktu (Autio E et al., 2021). Contohnya, Microsoft Teams menyediakan fitur *chat* dan *file sharing* yang memungkinkan karyawan di berbagai zona waktu untuk tetap terhubung dan berkolaborasi tanpa harus online secara bersamaan, mendukung fleksibilitas kerja global.

5. Keterbukaan Akses

Keterbukaan akses memungkinkan pesan digital diakses oleh banyak orang secara global, tergantung pada pengaturan privasi dan *platform* yang digunakan (Strauss et al., 2024). Keterbukaan dalam komunikasi digital dimanfaatkan oleh perusahaan untuk berinteraksi dengan konsumen melalui komunitas daring dan media sosial, sehingga mendorong terciptanya nilai bersama dan memperkuat hubungan antara perusahaan dan pelanggannya (Grewal et al., 2022). *Platform* media sosial seperti Facebook, Twitter, dan LinkedIn menyediakan ruang terbuka yang memungkinkan pengguna di seluruh dunia untuk berbagi informasi dan berinteraksi, sehingga memperluas jangkauan komunikasi dan pemasaran digital (Krishen et al., 2021).

6. Big Data sebagai Fondasi Strategi Komunikasi Digital

Komunikasi digital menghasilkan data dalam jumlah besar dengan tingkat detail dan cakupan yang luas, mencerminkan interaksi yang terjadi secara terus-menerus antara konsumen dan

perusahaan di berbagai platform digital. Data ini bersifat dinamis dan terus diperbarui, sehingga memberikan peluang bagi perusahaan untuk memperoleh wawasan mendalam mengenai perilaku, preferensi, serta pola keterlibatan konsumen.

Pemanfaatan data besar dari komunikasi digital dan pendekatan pemasaran berbasis data memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif serta menjangkau konsumen secara lebih luas dan efisien (Krishen et al., 2021). Data dari komunikasi digital menawarkan tingkat detail dan skala yang jauh lebih tinggi dibandingkan metode tradisional seperti survei atau wawancara, serta sangat sesuai untuk digunakan dalam analisis longitudinal yang menelusuri perubahan perilaku konsumen dari waktu ke waktu. Oleh karena itu, kekayaan dan skala data dalam komunikasi digital menjadi fondasi penting bagi pengambilan keputusan berbasis data serta pengembangan strategi bisnis yang lebih adaptif dan responsif terhadap dinamika pasar (Grewal et al., 2022). Perusahaan seperti Netflix, Amazon, dan Alibaba memanfaatkan kecerdasan buatan untuk menganalisis perilaku dan preferensi pengguna, sehingga dapat memberikan rekomendasi konten yang relevan dan meningkatkan pengalaman serta loyalitas pelanggan (Varsha et al., 2021).

7. Terbatasnya Isyarat Nonverbal

Salah satu tantangan komunikasi digital adalah terbatasnya isyarat nonverbal, seperti ekspresi wajah dan intonasi suara (Strauss et al., 2024). Penggunaan elemen visual seperti emoji dalam komunikasi digital berfungsi melengkapi komponen nonverbal dan memperkuat makna pesan, sehingga meningkatkan daya ekspresif dan efek persuasif dalam interaksi daring (Koltsova & Kartashkova, 2022). Untuk mengatasi keterbatasan isyarat nonverbal, karyawan perusahaan sering

memanfaatkan elemen visual seperti emoji atau GIF dalam komunikasi digital internal untuk menambah nuansa dan memperkaya makna pesan (Grewal et al., 2022).

8. Integrasi Lintas Platform

Integrasi lintas platform menjadi elemen penting dalam komunikasi digital, di mana perusahaan menjalankan strategi komunikasi dan pemasaran secara terpadu melalui berbagai saluran digital untuk menciptakan pengalaman merek yang konsisten dan meningkatkan keterlibatan konsumen (Grewal et al., 2022). Komunikasi digital menekankan pentingnya integrasi berbagai platform dan alat komunikasi untuk menciptakan pesan yang konsisten serta pengalaman pengguna yang terpadu di berbagai saluran digital, sehingga memperkuat hubungan antara organisasi dan audiensnya (Varsha et al., 2021). penerapan teknologi digital dan integrasi lintas platform dapat memperkuat hubungan dan interaksi dalam organisasi serta meningkatkan efisiensi kolaborasi dan koordinasi antarpihak yang terhubung secara digital (Krishen et al., 2021). Contohnya, salah satu perusahaan minuman kemasan memanfaatkan integrasi lintas platform untuk menjaga konsistensi pesan dan meningkatkan jangkauan komunikasi digitalnya secara simultan melalui platform seperti YouTube, Instagram, dan Twitter.

9. Adaptabilitas dan Personalisasi

Adaptabilitas dan personalisasi juga menjadi ciri khas komunikasi digital modern, di mana teknologi berbasis kecerdasan buatan dan big data memungkinkan penyesuaian konten sesuai preferensi dan perilaku pengguna (Grewal et al., 2022). penerapan analitik prediktif dan kecerdasan buatan memungkinkan perusahaan mempersonalisasi rekomendasi konten berdasarkan perilaku dan preferensi pengguna, sehingga meningkatkan keterlibatan dan loyalitas pelanggan (Varsha et al.,

2021). Strategi komunikasi digital berbasis data dan teknologi memungkinkan organisasi membangun hubungan yang lebih kuat dan interaktif dengan audiens melalui pendekatan yang dipersonalisasi (Krishen et al., 2021). Contohnya, *platform streaming* musik digital menggunakan algoritma berbasis kecerdasan buatan untuk mempersonalisasi rekomendasi konten berdasarkan perilaku dan preferensi pengguna. Pendekatan ini meningkatkan keterlibatan (*engagement*) serta mendorong retensi pelanggan melalui pengalaman mendengarkan yang relevan dan adaptif

10. Keamanan dan Privasi

komunikasi digital menghadirkan tantangan etis dan metodologis terkait aksesibilitas, privasi, serta integritas data pengguna, yang menuntut perlindungan terhadap penyalahgunaan informasi digital (Strauss et al., 2024). Perlindungan dan pengelolaan data digital menjadi prioritas dalam membangun kepercayaan, reputasi, dan loyalitas konsumen di era digital global (Autio E et al., 2021). Banyak perusahaan teknologi besar menekankan keamanan serta privasi data pengguna, melalui penerapan sistem enkripsi dalam layanan komunikasi digital, guna menjaga kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

C. Unsur-Unsur Komunikasi Digital

Unsur-unsur dasar komunikasi digital terdiri dari pengirim (*sender*), pesan (*message*), saluran digital (*digital channel*), penerima (*receiver*), dan umpan balik (*feedback*). Setiap unsur ini memiliki peran penting dalam memastikan efektivitas komunikasi digital (Grewal et al., 2022; Strauss et al., 2024), sebagaimana dijelaskan berikut ini:

1. Pengirim (*Sender*)

Pengirim adalah individu atau entitas yang memulai proses komunikasi dengan menyusun dan mengirimkan pesan melalui media digital. Dalam konteks komunikasi digital modern, pengirim dapat berupa manusia, organisasi, atau bahkan sistem otomatis seperti chatbot atau perangkat IoT (Grewal et al., 2022). Pada sistem komunikasi multi-akses, beberapa pengirim dapat secara simultan mengirim pesan ke satu penerima, seperti pada jaringan seluler di mana banyak pengguna mengirim data ke satu stasiun basis (Leditzky et al., 2020). Contohnya pada praktik komunikasi digital perusahaan besar, pengirim bisa berupa tim pemasaran yang mengirimkan email promosi ke jutaan pelanggan melalui sistem otomatisasi email marketing. Sistem ini memungkinkan pengiriman pesan secara massal dan terpersonalisasi, sehingga meningkatkan efektivitas komunikasi digital dalam skala besar.

2. Pesan (*Message*)

Pesan adalah informasi yang dikodekan dalam format digital, seperti teks, gambar, audio, atau video. Pesan digital dapat bersifat multimodal, menggabungkan berbagai format untuk memperkaya makna dan efektivitas komunikasi (Grewal et al., 2022). Dalam komunikasi digital, pesan juga dapat dikustomisasi dan dipersonalisasi sesuai kebutuhan penerima (Grewal et al., 2022). Misalnya, platform hiburan digital menggunakan algoritma rekomendasi untuk mengirimkan notifikasi dan saran konten yang sesuai dengan minat pengguna, sehingga meningkatkan keterlibatan dan kepuasan pelanggan.

3. Saluran Digital (*Digital Channel*)

Saluran digital mencakup berbagai *platform* dan media, seperti media sosial, aplikasi pesan instan, email, website, dan sistem

komunikasi internal perusahaan (Grewal et al., 2022; Kovaité et al., 2020). Setiap saluran memiliki karakteristik, kecepatan, dan tingkat interaktivitas yang berbeda, serta dapat dipilih sesuai kebutuhan komunikasi (Kovaité et al., 2020). Contohnya, perusahaan sepatu menggunakan Instagram, Twitter, dan aplikasi *mobile* untuk menyampaikan kampanye pemasaran, peluncuran produk baru, serta berinteraksi dengan konsumen secara langsung di berbagai saluran digital.

4. Penerima (*Receiver*)

Penerima adalah individu atau kelompok yang menerima dan menafsirkan pesan digital. Dalam sistem komunikasi digital, penerima dapat berupa manusia atau sistem otomatis yang memproses dan merespons pesan secara real-time (Grewal et al., 2022). Pada jaringan komunikasi modern, penerima juga dapat menerima pesan dari banyak pengirim secara bersamaan (Leditzky et al., 2020). Pada perusahaan perdagangan digital, penerima bisa berupa pelanggan yang menerima notifikasi status pengiriman barang melalui aplikasi atau email. Sistem digital perusahaan perdagangan digital memastikan pesan sampai ke penerima yang tepat dan dapat dipersonalisasi sesuai riwayat pembelian pelanggan.

5. Umpan Balik (*Feedback*)

Umpan balik merupakan respons yang diberikan penerima terhadap pesan yang diterima, yang dapat berupa balasan pesan, komentar, reaksi digital, atau data interaksi lainnya (Brown & Lewis, 2022; Kovaité et al., 2020). Umpan balik ini sangat penting untuk memastikan komunikasi berjalan dua arah dan memungkinkan penyesuaian pesan di masa mendatang (Kovaité et al., 2020). Contohnya, Facebook menyediakan fitur *like*, komentar, dan *share* yang memungkinkan pengguna memberikan umpan balik secara langsung terhadap konten yang dibagikan

oleh perusahaan atau individu, sehingga menciptakan komunikasi dua arah yang dinamis.

D. Fungsi dan Tujuan Komunikasi Digital

Komunikasi digital memiliki berbagai fungsi utama, yaitu informatif, persuasif, edukatif, hiburan, dan pembentukan identitas (Strauss et al., 2024). Fungsi informatif berkaitan dengan penyampaian informasi secara cepat dan luas, seperti berita, pengumuman, atau data penting, yang dapat dilakukan melalui berbagai saluran digital untuk menjangkau audiens global secara efisien (Grewal et al., 2022). Sebagai contoh fungsi informatif, perusahaan multinasional secara aktif menggunakan media sosial dan portal digital untuk menyampaikan pengumuman produk, pembaruan layanan, dan informasi penting kepada pelanggan dan mitra bisnis secara cepat dan luas. Fungsi persuasif digunakan untuk mempengaruhi opini, sikap, atau perilaku audiens, misalnya dalam kampanye pemasaran digital atau advokasi sosial, di mana perusahaan memanfaatkan media sosial, digital marketing, dan konten kreatif untuk membangun citra merek dan mendorong keputusan pembelian (Nesterenko et al., 2023). Fungsi persuasif dapat dilihat pada kampanye digital Nike, yang memanfaatkan media sosial dan influencer untuk membangun citra merek dan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen melalui pesan yang dirancang secara kreatif dan interaktif (Nesterenko et al., 2023).

Fungsi edukatif terlihat dalam penggunaan media digital untuk pembelajaran, pelatihan, dan pengembangan pengetahuan, seperti yang dilakukan oleh institusi pendidikan dan *platform* pembelajaran daring yang menyediakan akses materi edukasi secara fleksibel dan interaktif (Al-Rahmi et al., 2023). Fungsi edukatif tercermin pada Google melalui *platform* seperti *Google*

for Education, yang menyediakan materi pembelajaran digital, pelatihan daring, dan webinar untuk mendukung pengembangan pengetahuan dan keterampilan pengguna di seluruh dunia.

Fungsi hiburan mencakup penyebaran konten kreatif seperti video, musik, dan game digital, yang diadopsi oleh perusahaan seperti Netflix dan Spotify untuk memberikan pengalaman hiburan yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja (Grewal et al., 2022). Fungsi hiburan dapat ditemukan pada Netflix, yang mendistribusikan konten video kreatif dan hiburan digital kepada jutaan pelanggan secara global melalui *streaming platform* yang mudah diakses.

Komunikasi digital juga berperan dalam pembentukan identitas individu dan kelompok, melalui interaksi di media sosial dan komunitas daring, di mana pengguna membangun citra diri dan jejaring sosial secara aktif (Sun et al., 2022). Pembentukan identitas digital sangat terlihat pada salah satu perusahaan, yang membangun komunitas daring melalui aplikasi dan media sosial, memungkinkan pengguna mengekspresikan identitas, berbagi pencapaian, dan berinteraksi dengan sesama anggota komunitas.

E. Perkembangan Teknologi Digital dan Implikasinya

Perkembangan teknologi digital telah mentransformasi cara manusia berkomunikasi (Li et al., 2024). Perusahaan global seperti Meta (Facebook) telah mengubah interaksi sosial menjadi lebih instan dan lintas batas melalui platform media sosial. Konvergensi teknologi, seperti integrasi internet, perangkat *mobile*, dan kecerdasan buatan, menciptakan ekosistem komunikasi yang semakin kompleks dan terhubung (Grewal et al., 2022). Sebagaimana terlihat pada ekosistem Apple yang

menggabungkan iPhone, iCloud, dan Siri untuk pengalaman komunikasi yang *seamless*.

Transformasi ini berdampak pada pola komunikasi masyarakat, di mana interaksi menjadi lebih cepat, efisien, dan lintas batas geografis (Strauss et al., 2024). Seperti yang dilakukan oleh Zoom yang memungkinkan rapat bisnis dan pendidikan berlangsung secara global tanpa hambatan fisik. Implikasi sosial dan budaya dari perkembangan teknologi komunikasi meliputi perubahan norma komunikasi, munculnya budaya digital, serta tantangan baru terkait privasi dan keamanan data (Brown & Lewis, 2022). Implikasi sosial dari perkembangan ini meliputi perubahan norma komunikasi, misalnya WhatsApp yang menggeser kebiasaan komunikasi formal menjadi lebih informal dan *real-time*. Dari sisi budaya, muncul budaya digital baru seperti penggunaan emoji dan meme di Twitter dan Instagram yang membentuk cara baru dalam mengekspresikan identitas dan opini (Xiao, 2024). Namun, tantangan besar juga muncul terkait privasi dan keamanan data, seperti kasus kebocoran data pengguna di Facebook yang menyoroti pentingnya perlindungan data pribadi di era digital (Quach et al., 2022). Secara keseluruhan, perkembangan teknologi digital membawa peluang besar untuk konektivitas dan inovasi, namun juga menuntut adaptasi sosial, budaya, dan regulasi yang berkelanjutan (Li et al., 2024).

Komunikasi digital adalah proses pertukaran informasi melalui media elektronik yang telah merevolusi interaksi individu, organisasi, dan masyarakat. Transformasi ini mempercepat, mempermudah, dan memperluas ruang lingkup komunikasi. Karakteristik utama komunikasi digital seperti kecepatan transmisi, interaktivitas, multimodalitas, asinkroni, keterbukaan akses, *big data*, terbatasnya isyarat nonverbal, integrasi lintas *platform*, adaptabilitas dan personalisasi,

keamanan dan privasi telah mendorong perubahan pola komunikasi serta struktur sosial-ekonomi masyarakat modern. Unsur-unsur komunikasi digital meliputi pengirim, pesan, saluran digital, penerima, dan umpan balik, yang saling terhubung melalui berbagai *platform* digital. Fungsi komunikasi digital sangat beragam, mulai dari informatif, persuasif, edukatif, hiburan, hingga pembentukan identitas, yang semuanya berperan penting dalam kehidupan sehari-hari dan pengembangan masyarakat. Perkembangan teknologi seperti internet, perangkat *mobile*, dan kecerdasan buatan telah menciptakan ekosistem komunikasi yang semakin kompleks, efisien, dan lintas batas, namun juga membawa implikasi sosial-budaya seperti perubahan norma, budaya digital baru, serta tantangan privasi dan keamanan data.

Referensi

- Al-Rahmi, W. M., Al-Adwan, A. S., Al-Maatouk, Q., Othman, M. S., Alsaud, A. R., Almogren, A. S., & Al-Rahmi, A. M. (2023). Integrating Communication and Task–Technology Fit Theories: The Adoption of Digital Media in Learning. *Sustainability (Switzerland)*, 15(10). <https://doi.org/10.3390/su15108144>
- Autio E, Mudambi R, & Yoo Y. (2021). Digitalization and globalization in a turbulent world: Centrifugal and centripetal forces. *Global Strategy Journal*. <https://doi.org/10.1002/gsj.1396>
- Brown, L. S., & Lewis, K. (2022). The elementary forms of digital communication. *PLoS ONE*, 17(9 September). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0293575>

- El-Astal, M., & El-Youssef, H. (2025). What Is Digital Communication? Developing a Conceptual Definition of the Term. *Forum for Linguistic Studies*, 7(1), 471–479. <https://doi.org/10.30564/fls.v7i1.7766>
- Grewal, D., Herhausen, D., Ludwig, S., & Villarroel Ordenes, F. (2022). The Future of Digital Communication Research: Considering Dynamics and Multimodality. *Journal of Retailing*, 98(2), 224–240. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2021.01.007>
- Hazlehurst, C., Etter, M., & Brouthers, K. D. (2023). Towards a unified typology of digital communication technologies in international business: a tool for management and research. *Multinational Business Review*, 31(4), 437–458. <https://doi.org/10.1108/MBR-01-2023-0011>
- Koltsova, E. A., & Kartashkova, F. I. (2022). Digital Communication and Multimodal Features: Functioning of Emoji in Interpersonal Communication. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 13(3), 769–783. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2022-13-3-769-783>
- Kovaitė, K., Šūmakaris, P., & Stankevičienė, J. (2020). Digital communication channels in Industry 4.0 implementation: The role of internal communication. *Management – Journal of Contemporary Management Issues*, 25(1), 171–191. <https://doi.org/10.30924/mjcmi.25.1.10>
- Krishen, A. S., Dwivedi, Y. K., Bindu, N., & Kumar, K. S. (2021). A broad overview of interactive digital marketing: A bibliometric network analysis. *Journal of Business Research*, 131. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.03.061>
- Leditzky, F., Alhejji, M. A., Levin, J., & Smith, G. (2020). Playing games with multiple access channels. *Nature*

- Communications*, 11(1). <https://doi.org/10.1038/s41467-020-15240-w>
- Li, C., Jin, Q., Wang, X., & Xue, F. (2024). Navigating the Digital Horizon: The Impact and Future of Communication Technologies in Society. *Lecture Notes in Education Psychology and Public Media*, 51(1), 223–228. <https://doi.org/10.54254/2753-7048/51/20240938>
- Nesterenko, V., Miskiewicz, R., & Abazov, R. (2023). Marketing Communications in The Era of Digital Transformation. *Virtual Economics*, 6(1), 7–25. [https://doi.org/10.34021/ve.2023.06.01\(4\)](https://doi.org/10.34021/ve.2023.06.01(4))
- Quach, S., Thaichon, P., Martin, K. D., Weaven, S., & Palmatier, R. W. (2022). Digital technologies: tensions in privacy and data. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 50(6), 1299–1323. <https://doi.org/10.1007/s11747-022-00845-y>
- Strauss, C., Harr, M. D., & Pieper, T. M. (2024). Analyzing digital communication: a comprehensive literature review. *Management Review Quarterly*. <https://doi.org/10.1007/s11301-024-00455-8>
- Sun, Y., Zhai, L., Liu, W., & Yang, K. (2022). Corporations' Owned Social Media Narrative. *IEEE Transactions on Professional Communication*, 65(2), 280–293. <https://doi.org/10.1109/TPC.2022.3155917>
- Varsha, P. S., Akter, S., Kumar, A., Gochhait, S., & Patagundi, B. (2021). The Impact of Artificial Intelligence on Branding: A Bibliometric Analysis (1982-2019). *Journal of Global Information Management*, 29(4), 221–246. <https://doi.org/10.4018/JGIM.20210701.0a10>

Xiao, J. (2024). The Digitalization Dialectic: A Critical Analysis of Technology's Role in Cultural Formation and Social Change. *Advances in Social Behavior Research*, 6(1), 38–42. <https://doi.org/10.54254/2753-7102/6/2024047>

BAB 2

SEJARAH DAN PERKEMBANGAN KOMUNIKASI DIGITAL

Oleh: Mike Indarsih, M.I.Kom.

A. Awal Mula Komunikasi Digital

Komunikasi digital merupakan hasil dari transformasi besar dalam sejarah interaksi manusia. Sejak awal peradaban, manusia selalu berupaya mencari cara untuk menyampaikan pesan secara efektif, baik melalui simbol, bahasa, tulisan, maupun media fisik seperti surat dan prasasti. Seiring berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi, cara manusia berkomunikasi mengalami perubahan fundamental. Komunikasi yang dahulu bersifat analog, lambat, dan terbatas jangkauannya, kini beralih menjadi digital berbasis data, cepat, dan lintas batas geografis. Pergeseran ini menandai lahirnya era baru dalam kehidupan sosial manusia, di mana teknologi menjadi medium utama dalam pertukaran pesan (Aminullah & Ali, 2020).

Awal mula komunikasi digital dapat ditelusuri dari perkembangan teknologi komputer dan jaringan informasi pada pertengahan abad ke-20. Penemuan komputer elektronik pertama pasca Perang Dunia II menjadi titik awal lahirnya sistem penyimpanan dan pengolahan data digital. Selanjutnya, pada dekade 1960-an, muncul proyek ARPANET di Amerika

Serikatcikal bakal internet modern yang memungkinkan pengiriman pesan antar komputer dalam jaringan tertutup. Seiring waktu, teknologi tersebut berkembang menjadi internet global yang dapat diakses oleh masyarakat umum. Internet inilah yang kemudian menjadi landasan bagi seluruh bentuk komunikasi digital yang kita kenal saat ini.

Komunikasi digital didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan melalui media elektronik berbasis data digital, baik dalam bentuk teks, gambar, suara, maupun video. Keunggulan utama dari sistem digital adalah kemampuannya untuk mengubah seluruh informasi menjadi satuan data biner (bit) yang dapat disimpan, diproses, dan dikirimkan dengan kecepatan tinggi melalui jaringan komputer. Proses ini berbeda secara mendasar dari komunikasi tradisional yang bergantung pada sinyal analog dan media fisik. Komunikasi digital menghadirkan efisiensi, kecepatan, serta akses informasi yang jauh lebih luas dibandingkan bentuk komunikasi sebelumnya.

Perbedaan antara komunikasi tradisional dan digital juga tampak pada karakteristik pesan dan relasi antarindividu. Dalam komunikasi tradisional, alur informasi cenderung bersifat satu arah, misalnya dari pengirim ke penerima tanpa adanya kesempatan bagi penerima untuk memberikan umpan balik secara langsung. Komunikasi digital bersifat dua arah (*two-way communication*) bahkan multi-arah (*many-to-many communication*), di mana setiap individu dapat berperan sebagai pengirim sekaligus penerima pesan. Hal ini memungkinkan interaktivitas, partisipasi aktif, serta keterlibatan emosional yang lebih tinggi dalam proses komunikasi.

Transformasi menuju era digital juga membawa implikasi yang luas bagi berbagai sektor kehidupan, termasuk pendidikan, pemerintahan, dan bisnis. Dalam konteks pendidikan, komunikasi

digital menjadi jembatan baru bagi guru dan peserta didik dalam berbagi pengetahuan tanpa dibatasi oleh ruang kelas konvensional. Media seperti *e-learning*, *video conference*, dan forum daring menjadi contoh nyata bagaimana komunikasi digital memperluas akses terhadap informasi dan interaksi ilmiah.

Evolusi media komunikasi memperlihatkan bagaimana manusia beradaptasi dengan perubahan teknologi. Pada awalnya, manusia bergantung pada surat sebagai sarana komunikasi jarak jauh, kemudian beralih ke telegraf dan telepon, hingga akhirnya pada internet dan media sosial. Setiap fase perkembangan media membawa dampak tersendiri terhadap pola komunikasi, gaya hidup, dan nilai sosial masyarakat. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat pertukaran pesan, tetapi juga sebagai ruang publik baru yang memungkinkan terbentuknya opini, identitas, dan bahkan gerakan sosial (Wiryany et al., 2022).

Perkembangan ini juga menunjukkan bahwa komunikasi digital tidak sekadar fenomena teknologi, melainkan juga proses sosial yang kompleks. Kehadiran teknologi digital mendorong terbentuknya budaya baru budaya jaringan (*network culture*) yang menempatkan konektivitas sebagai nilai utama dalam kehidupan modern. Dalam budaya ini, informasi menjadi komoditas yang paling berharga, dan kemampuan untuk mengelola serta memanfaatkan informasi digital menjadi kunci utama keberhasilan individu maupun lembaga. Memahami sejarah dan dinamika komunikasi digital berarti memahami perubahan mendasar dalam cara manusia berpikir, berinteraksi, dan membangun realitas sosial di era globalisasi.

Dapat disimpulkan bahwa awal mula komunikasi digital merupakan hasil dari proses panjang evolusi teknologi dan sosial. Dari eksperimen ilmiah sederhana hingga munculnya ekosistem komunikasi global, perjalanan ini menunjukkan bahwa

kebutuhan manusia untuk terhubung selalu menjadi pendorong utama inovasi. Transformasi ini bukan hanya mengubah cara manusia berkomunikasi, tetapi juga mengubah struktur masyarakat secara keseluruhan dari masyarakat berbasis informasi menuju masyarakat berbasis pengetahuan (*knowledge society*).

B. Perkembangan Teknologi Komunikasi

Perkembangan teknologi komunikasi telah membawa perubahan yang mendasar dalam kehidupan manusia. Komunikasi yang dahulu bersifat sederhana dan terbatas oleh ruang serta waktu, kini telah berevolusi menjadi proses yang serba cepat, interaktif, dan lintas batas geografis. Dalam konteks sejarah komunikasi, setiap kemajuan teknologi menghadirkan dampak yang signifikan terhadap cara manusia berpikir, berperilaku, dan berinteraksi dengan lingkungannya (McLuhan, 1964).

Marshall McLuhan merupakan tokoh penting yang melihat media sebagai perpanjangan dari indra manusia (*the extensions of man*). Menurutny, media tidak sekadar menjadi alat untuk menyampaikan pesan, tetapi justru membentuk pola pikir dan struktur sosial Masyarakat. Pandangan ini terkenal dengan pernyataannya yang ikonik: *“the medium is the message”*, yang berarti bahwa bentuk media itu sendiri memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan isi pesan yang dibawanya. Artinya, media komunikasi seperti televisi, internet, maupun media sosial bukan hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menciptakan lingkungan budaya dan persepsi baru bagi masyarakat.

McLuhan menekankan bahwa setiap perubahan teknologi komunikasi akan menciptakan transformasi sosial dan psikologis. Ketika masyarakat berpindah dari budaya lisan ke budaya tulis, cara berpikir manusia berubah menjadi lebih logis dan analitis.

Sebaliknya, munculnya media elektronik dan digital membawa manusia kembali pada pola komunikasi yang lebih simultan, partisipatif, dan global. Melalui konsep *global village*, McLuhan menggambarkan dunia yang semakin terhubung tanpa batas ruang dan waktu sebuah realitas yang kini menjadi nyata dengan hadirnya internet dan media sosial yang mampu menghubungkan miliaran manusia secara instan (McLuhan, 1964).

Dalam kerangka teori komunikasi kontemporer, pandangan McLuhan dapat dikaitkan dengan gagasan yang dikemukakan oleh Stephen W. Littlejohn. Littlejohn memandang komunikasi sebagai proses simbolik yang membentuk realitas sosial (*communication as constitutive process*). Ia menjelaskan bahwa komunikasi tidak hanya berfungsi untuk mentransfer pesan, tetapi juga menciptakan makna yang menjadi dasar bagi hubungan sosial dan budaya manusia. Dengan munculnya teknologi digital, proses pembentukan makna ini menjadi semakin kompleks karena melibatkan interaksi manusia dengan media, algoritma, dan sistem jaringan global (Littlejohn et al., 2017).

Perkembangan teknologi komunikasi tidak hanya berpengaruh terhadap aspek sosial dan budaya, tetapi juga terhadap ranah politik. Kemajuan media komunikasi digital dapat menjadi sarana penting untuk meningkatkan partisipasi politik warga. Melalui *platform* digital, masyarakat memiliki akses yang lebih luas terhadap informasi politik, kebijakan publik, dan proses demokrasi. Partisipasi yang sebelumnya terbatas pada ruang fisik kini dapat dilakukan secara daring melalui media sosial, forum digital, atau kampanye online (Wicaksono & Wulandari, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa teknologi komunikasi modern tidak hanya mempermudah pertukaran informasi, tetapi juga

mendorong keterlibatan aktif masyarakat dalam kehidupan sosial dan politik.

Dampak teknologi komunikasi juga sangat terasa dalam dunia pemasaran dan psikologi konsumen. Kurniawati et al. (2022), menjelaskan bahwa era komunikasi digital telah mengubah perilaku konsumen secara signifikan. Pola interaksi antara produsen dan konsumen kini tidak lagi bersifat satu arah, melainkan dua arah dan berbasis partisipasi. Konsumen tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga menjadi bagian aktif dalam proses pembentukan citra dan makna merek melalui interaksi digital. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi komunikasi telah mengubah psikologi pemasaran modern, di mana kecepatan informasi dan pengalaman pengguna menjadi kunci utama dalam membangun kepercayaan dan loyalitas.

Integrasi antara teori klasik McLuhan dengan temuan kontemporer memperlihatkan bahwa teknologi komunikasi memiliki peran ganda: sebagai sarana dan sekaligus pembentuk realitas sosial. McLuhan menyoroti efek media terhadap kesadaran manusia, sementara penelitian terkini menunjukkan bagaimana media digital membentuk perilaku kolektif dan partisipasi sosial Masyarakat. Perkembangan teknologi komunikasi dapat dipahami sebagai proses yang bersifat *evolutionary and revolutionary* berevolusi secara bertahap, tetapi juga merevolusi tatanan sosial, politik, dan ekonomi secara cepat.

Komunikasi digital tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampaian pesan, tetapi juga menjadi ruang pembentukan identitas dan makna baru di era global. Masyarakat hidup dalam jaringan informasi yang tidak pernah berhenti, di mana setiap individu dapat menjadi produsen sekaligus konsumen pesan. Dalam situasi seperti ini, pesan dan media tidak dapat lagi dipisahkan sebagaimana dikatakan McLuhan, bahwa setiap media

memiliki kekuatan untuk membentuk persepsi dan nilai dalam masyarakat modern. Memahami perkembangan teknologi komunikasi berarti memahami bagaimana manusia beradaptasi dengan perubahan budaya dan sosial yang terus dipicu oleh inovasi teknologi.

Tabel 2. 1 Perkembangan Teknologi Komunikasi dari Masa ke Masa

Fase Perkembangan	Periode Waktu	Teknologi Utama	Ciri Khas Komunikasi	Dampak Sosial dan Budaya
Era Komunikasi Tradisional	Sebelum abad ke-19	Bahasa lisan, tulisan tangan, surat, dan simbol	Komunikasi bersifat langsung (tatap muka) dan lambat dalam penyampaian pesan	Terbatas pada komunitas lokal; membentuk pola komunikasi interpersonal yang kuat
Era Komunikasi Mekanis	Abad ke-19 hingga awal abad ke-20	Mesin cetak, telegraf, dan telepon	Pesan mulai dikirim jarak jauh melalui perangkat mekanis	Mempercepat penyebaran informasi antarwilayah dan memperluas jaringan sosial
Era Komunikasi Elektronik	Pertengahan abad ke-20	Radio, televisi, dan satelit komunikasi	Komunikasi bersifat satu arah dan massal melalui media elektronik	Terjadinya homogenisasi budaya dan pembentukan opini publik global
Era Komunikasi Digital Awal	Akhir abad ke-20	Komputer pribadi, jaringan internet, dan email	Muncul interaktivitas dalam pertukaran pesan digital	Terbentuknya komunitas virtual dan percepatan globalisasi informasi

Fase Perkembangan	Periode Waktu	Teknologi Utama	Ciri Khas Komunikasi	Dampak Sosial dan Budaya
Era Komunikasi Jaringan (<i>Network Society</i>)	Awal abad ke-21	Media sosial, aplikasi pesan instan, dan <i>cloud computing</i>	Komunikasi dua arah, <i>real time</i> , dan berbasis jejaring global	Demokratisasi informasi; munculnya partisipasi publik digital dan citizen journalism
Era Komuni-kasi Cerdas (<i>Smart Communi-cation</i>)	2015–sekarang	AI, <i>big data</i> , <i>Internet of Things</i> (IoT), dan <i>machine learning</i>	Komunikasi bersifat adaptif, otomatis, dan dipersonali-sasi	Transfor-masi perilaku sosial, ekonomi digital, dan budaya interaktif berbasis data
Era Komuni-kasi Immersif (menuju masa depan)	2025 ke atas (prediksi)	Realitas virtual (VR), <i>augmented reality</i> (AR), dan meta-verse	Pengalaman komunikasi multidimensi, interaktif, dan berbasis simulasi	Mengabur-kan batas antara dunia nyata dan digital; lahirnya identitas virtual baru

Tabel 2. 1 menunjukkan bahwa perkembangan komunikasi digital tidak terjadi secara tiba-tiba, tetapi melalui tahapan historis yang saling berkesinambungan. Setiap fase menghadirkan inovasi baru yang mengubah struktur sosial, cara berpikir, dan pola interaksi manusia.

Mulai dari komunikasi berbasis simbol hingga komunikasi berbasis kecerdasan buatan, seluruh evolusi tersebut menggambarkan perjalanan manusia dalam mengoptimalkan teknologi untuk memperkuat konektivitas global dan mempercepat pertukaran informasi.

C. Fase-Fase Perkembangan Komunikasi Digital

Perjalanan komunikasi digital tidak terjadi secara tiba-tiba, melainkan melalui tahapan yang panjang dan evolutif. Setiap fase membawa perubahan mendasar terhadap cara manusia berinteraksi, berbagi informasi, serta membangun makna sosial melalui teknologi. Secara umum, perkembangan komunikasi digital dapat dibagi menjadi lima fase utama, yaitu Era Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0, Web 4.0, dan Web 5.0, yang masing-masing menandai perubahan signifikan dalam bentuk, fungsi, dan karakter komunikasi digital (Yunita & Sutabri, 2024).

1. Era Web 1.0: Komunikasi Satu Arah (*Static Web*)

Era Web 1.0, yang berlangsung sekitar tahun 1990–2004, dikenal sebagai tahap awal munculnya internet publik. Pada masa ini, situs web bersifat statis dan berfungsi sebagai media penyebaran informasi satu arah. Pengguna hanya dapat membaca atau mengakses konten tanpa memiliki kemampuan untuk berinteraksi atau memberikan umpan balik langsung. Karakter komunikasi pada fase ini masih menyerupai media massa konvensional, seperti surat kabar atau televisi, di mana pengelola situs bertindak sebagai pengirim pesan utama, sementara pengguna berperan sebagai penerima pasif.

Keterbatasan teknologi jaringan dan perangkat keras menyebabkan komunikasi digital pada masa ini berfokus pada efisiensi distribusi informasi, bukan interaktivitas. Web 1.0 menjadi fondasi penting bagi munculnya sistem komunikasi daring modern, karena memperkenalkan konsep keterhubungan (*hyperlink*) yang memungkinkan akses ke berbagai sumber informasi di seluruh dunia. Fase ini dapat disebut sebagai masa “digitalisasi informasi”, ketika teknologi mulai menggantikan media analog dalam proses komunikasi global.

2. Era Web 2.0: Komunikasi Interaktif dan Partisipatif

Fase kedua, yaitu Web 2.0, berkembang pesat mulai tahun 2004 hingga akhir 2010-an. Pada periode ini, komunikasi digital mengalami perubahan radikal dengan munculnya platform interaktif seperti blog, forum daring, media sosial, dan situs berbasis komunitas. Pengguna tidak lagi hanya menjadi konsumen, melainkan juga produsen informasi (*prosumers*). Model komunikasi berubah dari satu arah menjadi dua arah bahkan multi-arah, di mana setiap individu dapat berpartisipasi aktif dalam proses penciptaan dan penyebaran pesan (Abdullah & Maisyaroh, 2024).

Fenomena media sosial seperti Facebook, Twitter, dan YouTube menjadi simbol utama era Web 2.0. *Platform-platform* tersebut memungkinkan interaksi langsung antar pengguna melalui teks, gambar, dan video, serta melahirkan bentuk komunikasi baru yang lebih spontan, terbuka, dan personal. Di sisi lain, keterbukaan ini juga melahirkan tantangan baru seperti penyebaran hoaks, ujaran kebencian, dan pencurian data pribadi. Fase ini menandai lahirnya *digital community*. Masyarakat global yang terhubung melalui jaringan komunikasi virtual (Putri et al., 2021).

3. Era Web 3.0: Personalisasi dan Kecerdasan Data

Memasuki dekade 2010-an, komunikasi digital berevolusi menuju Era Web 3.0, yang dikenal dengan konsep *semantic web*. Pada fase ini, data tidak hanya disajikan secara massal, tetapi juga dipersonalisasi sesuai kebutuhan dan preferensi pengguna. Teknologi *big data*, *machine learning*, dan *algoritma pencarian cerdas* menjadi dasar utama dalam menciptakan komunikasi yang adaptif dan efisien.

Setiap pengguna menerima informasi yang disesuaikan dengan perilaku daringnya, mulai dari iklan yang relevan hingga rekomendasi konten di media sosial. Pola ini menjadikan komunikasi digital semakin bersifat pribadi dan efisien, namun sekaligus menimbulkan isu etika terkait pengumpulan dan penggunaan data pribadi. Web 3.0 juga menandai awal dari komunikasi berbasis kecerdasan buatan, di mana sistem mampu “belajar” dari interaksi manusia dan menghasilkan pengalaman komunikasi yang lebih kontekstual.

4. Era Web 4.0: Integrasi Manusia dan Mesin

Era Web 4.0, yang sering disebut sebagai era *Internet of Things* (IoT), memperlihatkan hubungan yang semakin erat antara manusia dan teknologi. Dalam fase ini, komunikasi tidak lagi terbatas pada interaksi antarmanusia, tetapi melibatkan perangkat cerdas yang dapat saling berkomunikasi secara otomatis. Teknologi seperti *smartphone*, *smart home*, dan *wearable devices* menciptakan ekosistem komunikasi yang terintegrasi dalam kehidupan sehari-hari.

Komunikasi digital di era ini menjadi semakin cepat, efisien, dan kontekstual. Informasi dapat berpindah dalam hitungan detik melalui jaringan global yang saling terhubung. Era Web 4.0 menghadirkan sistem pemasaran berbasis data *real-time* yang mampu memprediksi perilaku konsumen. Di bidang pendidikan, pembelajaran adaptif berbasis kecerdasan buatan mulai diterapkan untuk menyesuaikan materi dengan kemampuan masing-masing peserta didik. Secara sosial, fase ini melahirkan gaya hidup baru yang sangat bergantung pada teknologi. Masyarakat memasuki tahap *hyperconnectivity*, di mana hampir setiap aktivitas sehari-hari melibatkan sistem digital mulai dari belanja, komunikasi, hingga pengambilan keputusan publik. Walaupun memberikan kemudahan, kondisi ini juga

menimbulkan tantangan baru seperti ketergantungan teknologi dan menurunnya kualitas interaksi manusia secara langsung (Ernawati & Hananto, 2023).

5. Era Web 5.0: Komunikasi Cerdas dan Humanis

Era terkini, Web 5.0, sering disebut sebagai era *sentient web* sebuah fase ketika teknologi komunikasi tidak hanya cerdas, tetapi juga mampu “merasakan” konteks emosional penggunanya. Teknologi seperti *Artificial Intelligence* (AI), *Virtual Reality* (VR), *Augmented Reality* (AR), serta *metaverse* menjadi tonggak utama fase ini. Sistem komunikasi digital kini mampu mengenali emosi, bahasa tubuh, dan pola perilaku pengguna untuk menciptakan interaksi yang lebih manusiawi dan empatik (Yunita & Sutabri, 2024).

Dalam bidang pendidikan dan pariwisata, teknologi VR dan AR menciptakan pengalaman komunikasi imersif yang mendekati realitas fisik. Pengguna dapat “berinteraksi” dengan lingkungan virtual seolah berada di dunia nyata, sehingga proses belajar dan promosi destinasi menjadi lebih. Web 5.0 diharapkan mampu menyeimbangkan hubungan antara kecerdasan teknologi dan nilai-nilai kemanusiaan, menciptakan sistem komunikasi yang etis, inklusif, dan berorientasi pada kesejahteraan bersama.



Gambar 2.1 Era Society 5.0

Sumber: (<https://komunikasipraktis.com>, n. d)

D. Dampak Komunikasi Digital terhadap Masyarakat

Perkembangan komunikasi digital telah membawa perubahan besar terhadap pola hidup masyarakat modern. Transformasi ini tidak hanya terjadi dalam aspek teknis atau teknologi, tetapi juga dalam tatanan sosial, budaya, ekonomi, bahkan nilai-nilai kemanusiaan. Komunikasi yang semula berlangsung dalam ruang fisik kini berpindah ke ruang virtual yang tak terbatas. Kondisi ini melahirkan bentuk interaksi baru, sistem nilai yang berubah, serta konsekuensi sosial yang kompleks. Dampak komunikasi digital terhadap masyarakat dapat dikelompokkan menjadi dua dimensi besar: dampak positif dan dampak negatif, yang keduanya berjalan secara paralel (Hidayat & Rahayu, 2023).

1. Dampak Positif Komunikasi Digital

a. Akselerasi Akses Informasi dan Pengetahuan

Komunikasi digital telah membuka akses luas terhadap informasi tanpa batas geografis dan waktu. Melalui jaringan internet, masyarakat dapat memperoleh data, berita, dan sumber pengetahuan dari seluruh dunia hanya dengan satu klik. Komunikasi mempercepat proses diseminasi ilmu pengetahuan dan memperkuat budaya literasi di masyarakat. Akses terbuka terhadap jurnal ilmiah, kelas daring, dan forum diskusi digital menjadi sarana pembelajaran baru yang lebih fleksibel dan efisien.

b. Peningkatan Partisipasi Sosial dan Demokrasi Digital

Media sosial dan platform komunikasi daring telah mendorong tumbuhnya partisipasi publik dalam proses sosial dan politik. Melalui kanal digital, masyarakat dapat menyalurkan pendapat, melakukan kritik, dan berpartisipasi dalam gerakan sosial tanpa harus hadir secara fisik. Fenomena *digital activism*

menjadi wujud nyata demokrasi modern yang berbasis pada kebebasan berekspresi di ruang siber.

- c. Transformasi Ekonomi dan Kewirausahaan Digital
Komunikasi digital juga mendorong lahirnya ekonomi baru berbasis teknologi. *Platform e-commerce*, konten kreator, dan sistem pemasaran digital telah menciptakan peluang ekonomi bagi jutaan orang. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi digital bukan hanya medium pertukaran pesan, tetapi juga menjadi instrumen penting dalam mendukung ekonomi kreatif dan inklusi keuangan.
- d. Efisiensi dan Konektivitas Sosial Global
Komunikasi digital memungkinkan hubungan lintas negara berlangsung dengan cepat, murah, dan efektif. Aplikasi pesan instan, konferensi video, dan media sosial memperpendek jarak antara individu yang berbeda latar belakang budaya. Konektivitas ini menciptakan masyarakat global yang saling terhubung, memperkaya perspektif lintas budaya, dan memperluas jaringan sosial manusia secara masif.

2. Dampak Negatif Komunikasi Digital

- a. Disinformasi dan Krisis Kepercayaan Publik
Salah satu dampak terbesar dari komunikasi digital adalah maraknya penyebaran informasi palsu atau *hoaks*. Ketidadaan filter yang memadai dalam penyebaran informasi menyebabkan masyarakat sulit membedakan antara fakta dan opini. Hal ini memicu krisis kepercayaan publik terhadap media dan lembaga resmi. Fenomena disinformasi telah menjadi tantangan serius bagi stabilitas sosial dan politik, terutama di era media sosial yang sangat dinamis.
- b. Degradasi Interaksi Sosial dan Nilai Kemanusiaan
Meningkatnya ketergantungan terhadap teknologi digital

sering kali menyebabkan menurunnya kualitas interaksi sosial tatap muka. Hubungan antarmanusia menjadi lebih dangkal, cepat, dan sering kali bersifat transaksional. Komunikasi digital yang berlebihan dapat mengurangi empati sosial serta menimbulkan perasaan isolasi meskipun seseorang terhubung secara virtual.

c. Ketimpangan Digital (*Digital Divide*)

Tidak semua lapisan masyarakat memiliki akses dan kemampuan yang sama dalam memanfaatkan teknologi digital. Di banyak wilayah, terutama daerah pedesaan, keterbatasan infrastruktur dan literasi digital menyebabkan kesenjangan akses informasi. komunikasi digital justru memperlebar jurang sosial antara kelompok yang melek teknologi dan yang tertinggal.

d. Masalah Etika dan Privasi Data

Komunikasi digital yang bergantung pada pengumpulan data pengguna menimbulkan permasalahan serius terkait privasi. Banyak platform digital yang menggunakan data pribadi tanpa izin eksplisit dari pengguna. Praktik ini tidak hanya melanggar etika komunikasi, tetapi juga berpotensi disalahgunakan untuk kepentingan politik dan ekonomi tertentu. Perlindungan data dan regulasi etika digital menjadi kebutuhan mendesak dalam masyarakat modern.

3. Transformasi Sosial Budaya di Era Digital

Komunikasi digital telah mengubah pola budaya masyarakat secara mendasar. Nilai-nilai tradisional yang berorientasi pada kebersamaan mulai bergeser menuju budaya individualistik yang berbasis pada personal branding. Kehidupan sosial kini lebih banyak dibangun melalui citra daring (*online identity*) yang sering kali berbeda dari kepribadian asli seseorang. Fenomena ini menimbulkan munculnya budaya *performative communication*

yakni komunikasi yang bertujuan untuk menunjukkan eksistensi diri di ruang digital. Komunikasi digital juga mendorong budaya global yang homogen. Musik, mode, bahasa, dan tren gaya hidup kini mudah tersebar lintas batas negara, mengaburkan identitas budaya lokal. Walaupun hal ini memperkaya keragaman global, di sisi lain dapat mengancam eksistensi nilai-nilai budaya tradisional yang selama ini menjadi identitas bangsa. Literasi digital berbasis kearifan lokal menjadi penting agar masyarakat mampu beradaptasi dengan teknologi tanpa kehilangan jati diri budayanya.

4. Reorientasi Nilai dan Etika Komunikasi

Komunikasi digital menuntut pembaruan nilai-nilai etika dalam berinteraksi. Jika pada masa sebelumnya etika komunikasi hanya berkaitan dengan sopan santun verbal dan nonverbal, kini etika digital mencakup aspek tanggung jawab, kesadaran privasi, dan integritas informasi. Reorientasi nilai ini diperlukan agar komunikasi di ruang digital tetap menjunjung tinggi kejujuran, keadilan, dan penghormatan terhadap hak individu.

Kesadaran etika digital juga penting untuk mengurangi dampak negatif seperti *cyberbullying*, ujaran kebencian, dan penyebaran fitnah daring. Pendidikan literasi digital harus diarahkan tidak hanya pada kemampuan teknis menggunakan perangkat, tetapi juga pada pembentukan sikap kritis dan empatik terhadap sesama pengguna internet.

5. Implikasi Terhadap Kehidupan Masa Depan

Dampak komunikasi digital terhadap masyarakat di masa depan akan semakin luas dan kompleks. Teknologi kecerdasan buatan, realitas virtual, dan jaringan 6G diperkirakan akan membawa bentuk komunikasi baru yang lebih interaktif, real-time, dan personal. Tanpa keseimbangan antara kemajuan teknologi dan

nilai-nilai kemanusiaan, komunikasi digital berisiko menjauhkan manusia dari esensi sosialnya.

Masyarakat perlu membangun *digital culture* yang etis, inklusif, dan berkelanjutan. Pemerintah, lembaga pendidikan, serta komunitas digital harus berperan aktif dalam menciptakan ekosistem komunikasi yang sehat dan mendukung kesejahteraan kolektif. Komunikasi digital dapat menjadi alat pemberdayaan manusia, bukan sekadar instrumen teknologi.

E. Arah dan Tren Masa Depan Komunikasi Digital

Perkembangan komunikasi digital di masa depan tidak dapat dilepaskan dari laju inovasi teknologi yang semakin cepat dan kompleks. Komunikasi tidak lagi sekadar proses penyampaian pesan, tetapi telah menjadi ekosistem yang terintegrasi dengan kecerdasan buatan, big data, dan realitas virtual. Masa depan komunikasi digital ditandai oleh transformasi mendalam pada aspek teknologi, sosial, ekonomi, dan budaya yang saling berinteraksi secara simultan.

1. Komunikasi Berbasis Kecerdasan Buatan (*AI Communication*)

Kecerdasan buatan atau *Artificial Intelligence* (AI) menjadi salah satu fondasi utama era komunikasi masa depan. Teknologi AI mampu menganalisis perilaku pengguna, menyesuaikan pesan secara personal, dan bahkan memprediksi kebutuhan audiens sebelum mereka mengungkapkannya. Dalam bidang pemasaran, AI telah mengubah cara organisasi memahami konsumen melalui analisis sentimen dan algoritma perilaku digital.

AI tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu, tetapi juga sebagai “aktor komunikasi” yang mampu berinteraksi dengan manusia secara natural melalui chatbot, asisten virtual, dan avatar digital. Integrasi AI dalam komunikasi berpotensi menciptakan pengalaman baru yang lebih interaktif, efisien, dan berorientasi data. Tantangan etika tetap muncul khususnya dalam menjaga batas antara manusia dan mesin agar komunikasi tetap berlandaskan nilai kemanusiaan.

2. Peran Realitas Virtual (VR) dan *Augmented Reality* (AR) dalam Komunikasi

Teknologi *Virtual Reality* (VR) dan *Augmented Reality* (AR) memperluas batas persepsi manusia dalam berkomunikasi. Jika sebelumnya komunikasi digital hanya mengandalkan layar dua dimensi, kini interaksi dapat dilakukan dalam ruang virtual tiga dimensi yang menyerupai dunia nyata. VR memungkinkan individu untuk “hadir” secara digital dalam ruang pertemuan, kelas, atau konferensi tanpa perlu berpindah tempat fisik.

Teknologi VR/AR telah membuka peluang baru untuk menghadirkan pengalaman komunikasi yang lebih imersif dan kontekstual. Ernawati & Hananto (2023), menunjukkan bahwa penerapan VR dan AR dalam industri pariwisata digital mampu meningkatkan daya tarik destinasi sekaligus memperkaya interaksi antara wisatawan dan pengelola destinasi. Hal ini menunjukkan bahwa masa depan komunikasi digital akan semakin berorientasi pada pengalaman (*experience-driven communication*), bukan sekadar pertukaran pesan.

3. Peran Teknologi 5G dan *Internet of Things* (IoT)

Kemunculan jaringan 5G menandai revolusi baru dalam kecepatan dan kapasitas komunikasi digital. Teknologi ini memungkinkan pengiriman data dengan latensi sangat rendah,

yang membuka peluang bagi perkembangan *Internet of Things* (IoT) yakni sistem di mana perangkat fisik saling terhubung dan berkomunikasi secara otomatis. IoT memungkinkan munculnya “lingkungan cerdas” di mana perangkat pribadi mampu memahami dan menyesuaikan diri dengan perilaku penggunaannya.

Kombinasi 5G dan IoT akan melahirkan ekosistem komunikasi hiperterhubung (*hyper-connected society*), di mana interaksi manusia dan mesin berlangsung secara seamless. Seperti dikemukakan oleh Herman (2024), konektivitas yang sangat luas ini juga menimbulkan risiko baru, seperti kebocoran data, manipulasi informasi, dan ketergantungan berlebih terhadap sistem otomatis. Keseimbangan antara inovasi dan regulasi menjadi syarat utama agar komunikasi digital tetap aman dan beretika.

4. Pergeseran Budaya Komunikasi dan Identitas Diri di Dunia Digital

Masa depan komunikasi digital juga ditandai oleh pergeseran paradigma budaya. Komunikasi kini bukan lagi sekadar aktivitas sosial, melainkan juga bentuk representasi diri dan identitas digital. Fenomena *self-branding* dan *digital persona* menunjukkan bahwa individu membangun citra dan reputasi melalui interaksi daring yang terencana. Ruang digital menjadi arena baru bagi pembentukan makna dan kekuasaan simbolik.

Perubahan ini juga membawa tantangan terhadap otentisitas komunikasi. Identitas digital yang dapat dimodifikasi dengan mudah berpotensi menimbulkan distorsi persepsi sosial. Partisipasi warga di ruang digital sering kali dibingkai oleh algoritma dan tren sosial, bukan oleh kesadaran kritis. Literasi digital menjadi pondasi penting dalam menjaga kualitas komunikasi dan menjaga otonomi individu di tengah derasnya arus informasi.

5. Sinergi antara Teknologi dan Kemanusiaan

Tren masa depan menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi digital tidak hanya ditentukan oleh kecanggihan teknologi, tetapi juga oleh kemampuan manusia untuk mengelolanya secara bijak. Teknologi hanyalah alat; nilai-nilai kemanusiaan tetap menjadi inti dari setiap proses komunikasi. Strategi komunikasi digital yang efektif harus mampu menyeimbangkan kecepatan penyampaian informasi dengan kedalaman pesan dan tanggung jawab sosial.

Sinergi antara manusia dan teknologi akan menentukan arah komunikasi digital yang berkelanjutan. Ulya (2023), menyebutkan bahwa generasi masa depan perlu dibekali kemampuan berpikir kritis, empati, dan etika digital agar dapat memanfaatkan teknologi bukan sekadar untuk hiburan, tetapi juga untuk pemberdayaan sosial dan pendidikan.

6. Tantangan Etika dan Keberlanjutan Komunikasi Digital

Selain peluang besar, masa depan komunikasi digital juga dihadapkan pada berbagai tantangan. Isu etika, privasi data, serta penyalahgunaan teknologi seperti *deepfake* dan manipulasi algoritmik menjadi perhatian utama para peneliti dan pembuat kebijakan. Kurniawati et al. (2022), menekankan perlunya pembentukan regulasi yang adaptif terhadap inovasi, agar kemajuan teknologi tidak mengorbankan nilai moral dan hak asasi manusia.

Keberlanjutan (*sustainability*) dalam komunikasi digital juga menjadi tema penting. Model komunikasi yang terlalu berorientasi pada konsumsi data dapat menimbulkan dampak ekologis melalui penggunaan energi yang besar dalam server dan jaringan global. Pengembangan sistem komunikasi masa depan

perlu mempertimbangkan aspek ramah lingkungan serta tanggung jawab sosial terhadap planet dan generasi mendatang.

Referensi

- Abdullah, A., & Maisyaroh, J. (2024). Strategi komunikasi digital dalam membentuk opini publik untuk mendukung brand image Madrasah Aliyah Nurul Jadid. *JlIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(2), 1571–1578.
- Aminullah, M., & Ali, M. (2020). Konsep pengembangan diri dalam menghadapi perkembangan teknologi komunikasi era 4.0. *KOMUNIKE: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 12(1), 1–23.
- Ernawati, H., & Hananto, K. (2023). Pariwisata digital: Perspektif dan agenda riset masa depan. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 17(2), 144–156.
- Herman, H. (2024). Pengaruh komunikasi digital terhadap pola komunikasi pada nilai-nilai budaya masyarakat modern. *Professional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 11(2), 505–510.
- Kurniawati, L., Untari, D., & Raspati, M. I. (2022). Psikologi pemasaran di era komunikasi digital. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FH*, 5(1), 100.
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2017). *Theories of human communication* (11th ed.). Waveland Press.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. McGraw-Hill.

- Putri, N. I., Suharya, Y., Munawar, Z., & Komalasari, R. (2021). Pengaruh komunikasi digital di masa pandemi Covid-19 terhadap perubahan perilaku masyarakat. *KOMVERSAL*, 3(2), 90–101.
- Ulya, R. (2023). Model-model pembelajaran digital. *Pembelajaran Bahasa di Era Digital*, 15.
- Wicaksono, F., & Wulandari, I. T. (2023). Fasilitasi pembuatan media komunikasi digital sebagai upaya peningkatan partisipasi politik warga. *Jurnal Pengabdian Masyarakat IPTEKS*, 9(1), 21–26.
- Wiryan, D., Natasha, S., & Kurniawan, R. (2022). Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi terhadap perubahan sistem komunikasi Indonesia. *Jurnal Nomosleca*, 8(2), 242–252.
- Yunita, R. F., & Sutabri, T. (2024). Multimedia cerdas untuk generasi masa depan: Tren dan teknologi terbaru. *Router: Jurnal Teknik Informatika dan Terapan*, 2(4), 122–131.

BAB 3

TEORI-TEORI KOMUNIKASI DI ERA DIGITAL

Oleh: Nabilah, M.Sos

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi telah memaksa ilmu komunikasi untuk mengadaptasi teori-teori lama dan menciptakan kerangka kerja baru guna menjelaskan fenomena interaksi di ruang siber. Teori-teori ini dikelompokkan ke dalam tiga kategori utama: Teori Komunikasi Tradisional, CMC dan dampak sosial dan budaya digital. Awalnya, disiplin ilmu komunikasi berlandaskan pada Teori Komunikasi Tradisional, yang menganalisis media massa satu-arah (seperti televisi dan surat kabar) dengan kerangka teori seperti Agenda Setting. Teori-teori ini mencerminkan struktur sosial yang sentralistik, di mana media adalah sumber utama dan audiens dianggap pasif. Namun, era digital mematahkan asumsi-asumsi lama ini, mendorong perlunya pendekatan baru untuk memahami komunikasi modern yang jauh lebih interaktif.

Perubahan ini didorong oleh meluasnya Komunikasi Mediasi Komputer (CMC), yang merupakan semua interaksi yang terjadi melalui jaringan digital, seperti platform media sosial. CMC mengubah komunikasi menjadi proses multisentral dan real-time,

di mana setiap individu memiliki kemampuan untuk menciptakan dan menyebarkan konten. Adaptasi terhadap CMC telah melahirkan dampak sosial dan budaya digital yang transformatif: norma-norma sosial menjadi lebih lentur, komunitas dibentuk secara virtual, dan bahasa budaya (seperti meme) berevolusi cepat. Oleh karena itu, studi komunikasi saat ini harus menghubungkan prinsip-prinsip komunikasi klasik dengan dinamika CMC untuk memahami bagaimana teknologi ini membentuk kembali kehidupan sosial dan budaya kontemporer.

B. Teori Komunikasi Tradisional

Teori-teori ini telah ada sebelum era digital, tetapi mendapatkan relevansi dan dimensi baru di tengah teknologi modern:

1. Teori *Uses and Gratifications*

Teori *Uses and Gratification* yang teori ini dicetuskan oleh Elihu Katz, Juy G. Blumler dan Micharl Gurevth (1974) yang meneliti tentang asal mula kebutuhan secara psikologis dan social (Katz et al., 1973). Intinya teori *Uses & Gratification* adalah khalayak pada dasarnya menggunakan media berdasarkan motif-motif tertentu. Latar belakang munculnya teori *uses and gratificaion* merupakan pengembangan dari model jarum hipodermik. Teori ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri seseorang, tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media . Anggota khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memnuhi kebutuhannya. Studi dalam bidang ini memusatkan perhatian pada pengguna media untuk mendapatkan pemenuhan atas kebutuhan seseorang. Oleh karena itu, sebagian besar perilaku khalyak akan dijelaskan melalui berbagai kebutuhan dan kepentingan (Nurhadi, 2017). Katz, Blumler & Gurveitch (1974) menjelaskan mengenai asumsi dasar dari teori *uses and gratification* yaitu :(Nurhadi, 2017)

- a. Khalayak dianggap aktif, artinya sebagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan.
- b. Dalam proses komunikasi massa banyak inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada anggota khalayak.
- c. Media masa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebututuhan yang dipenuhi media lebih luas.
- d. Banyak tujuan pemilihan media massa disimpulkan dari satu yang diberikan anggota khalayak, artinya orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu.
- e. Penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalaak.

2. Teori Agenda Setting

Teori Pengaturan Agenda (Agenda Setting) pertama kali diperkenalkan oleh Maxwell McCombs dan Donald L. Shaw melalui publikasi mereka pada tahun 1972 (McCombs & Shaw, 1972). Landasan teori ini berasal dari penelitian kampanye kepresidenan di AS pada tahun 1968, yang dikenal sebagai "Studi Chapel Hill. Inti Utama Teori: Inti dari teori ini adalah bahwa media massa mungkin tidak selalu berhasil menentukan apa yang harus dipikirkan khalayak, tetapi mereka memiliki kekuatan signifikan dalam mengarahkan khalayak tentang isu apa yang harus dipikirkan sebagai hal yang penting.

Asumsi Dasar: Teori ini berasumsi bahwa media berita tidak hanya mencerminkan realitas secara pasif, melainkan berperan aktif dalam menyaring dan membentuk isu (Ritonga, 2018). Keterbatasan media membuat mereka harus memilih dan

menonjolkan sejumlah isu tertentu yang dianggap penting. Bukti Empiris: Studi Chapel Hill membuktikan adanya hubungan yang kuat antara isu-isu yang paling ditekankan oleh liputan media lokal dengan isu-isu yang dianggap paling krusial oleh publik yang disurvei (McCombs & Shaw, 1972). Hal ini memperkuat hipotesis pengaruh media. Tiga Komponen Agenda: Proses pembentukan agenda melibatkan transfer pengaruh linier antara tiga komponen: Agenda Media (isu prioritas media), Agenda Publik (isu prioritas masyarakat), dan Agenda Kebijakan (isu yang diambil oleh pembuat keputusan) (Littlejohn & Foss, 2010). Level Pertama (Transfer Keutamaan): Efek level pertama dari Agenda Setting berfokus pada transfer keutamaan (salience) isu, yaitu sejauh mana media berhasil memindahkan prioritas isu-isu apa yang harus diperhatikan oleh masyarakat (Coleman et al., 2009). Level Kedua (Transfer Atribut): Selain isu, Level Kedua dari teori ini (disebut juga *Attribute Agenda Setting*) menjelaskan bahwa media turut memengaruhi bagaimana suatu isu atau objek berita dipandang oleh khalayak, yaitu melalui penekanan atribut atau karakteristik tertentu dari isu tersebut (Coleman et al., 2009).

Faktor Penentu Media: Prioritas dalam Agenda Media dibentuk oleh beberapa faktor, termasuk proses gatekeeping (penyaringan berita oleh editor/jurnalis) dan pengaruh dari sumber eksternal non-media seperti pemerintah atau pihak-pihak dengan kekuatan finansial/sosial (Severin & Tankard, 1992). Kritik Terhadap Teori: Salah satu kritik utama terhadap teori ini adalah kecenderungannya untuk menggambarkan publik sebagai penerima pesan yang pasif (Ritonga, 2018) Namun, teori ini terus berkembang untuk mencakup fenomena media baru, seperti pengaruh antar-media.

Teori Komunikasi Berperantarakan Komputer (Computer-Mediated Communication - CMC)

1. Teori Pemrosesan Informasi Sosial (*Social Information Processing Theory*)

Teori SIP dikembangkan oleh Joseph Walther pada tahun 1992 untuk menantang pandangan konvensional bahwa keterbatasan komunikasi online (CMC) akibat minimnya isyarat nonverbal akan menggagalkan perkembangan hubungan intim (Walther, 1992). Klaim Sentral: Klaim utama SIP adalah bahwa individu dapat mengembangkan hubungan interpersonal yang mendalam dan memuaskan melalui CMC, sebanding dengan hubungan tatap muka (FtF), karena mereka termotivasi untuk mencari informasi dan membentuk kesan, terlepas dari media yang digunakan (Griffin, 2006).

Perbedaan Kunci: Perbedaan mendasar antara CMC dan FtF bukanlah pada kualitas hubungan yang dihasilkan, melainkan pada kecepatan pertukaran informasi. Informasi dalam CMC ditransmisikan lebih lambat karena harus diungkapkan melalui teks, bukan melalui isyarat nonverbal yang cepat (Walther, 1992). Peran Isyarat Verbal: Walther berpendapat bahwa isyarat nonverbal yang hilang dapat secara efektif digantikan oleh isyarat verbal atau linguistik. Pengguna online menggunakan pilihan kata, emotikon, dan gaya penulisan untuk menyampaikan kehangatan dan emosi yang sama (West et al., 2010).

Isu Waktu (Temporal): Karena transfer informasi melalui teks berlangsung lebih lambat, SIP menekankan bahwa hubungan online memerlukan durasi waktu yang lebih panjang dan akumulasi pesan yang lebih banyak untuk mencapai tingkat kedekatan yang sama dengan hubungan FtF (Griffin, 2006). Dua Fitur CMC: Teori ini berakar pada dua fitur komunikasi online:

Isyarat Verbal (kemampuan teks untuk menciptakan kesan) dan Tingkat Transmisi Informasi (waktu yang dibutuhkan untuk mengirim pesan, yang lebih lambat dari tatap muka) (Griffin, 2006).

Konsep Hiperpersonal: SIP melahirkan konsep Komunikasi Hiperpersonal (Walther, 1996) yang menggambarkan situasi di mana hubungan yang terjalin secara online bisa menjadi lebih idealis, intens, dan intim daripada yang dimungkinkan dalam kehidupan nyata. Penyebab Hiperpersonal: Keadaan hiperpersonal ini difasilitasi oleh empat faktor: kontrol Pengirim (presentasi diri selektif), Penerima (idealisasi), karakteristik Saluran (kemampuan editing), dan Umpan Balik yang positif (Walther, 1996).

Presentasi Diri Selektif: Melalui presentasi diri selektif, pengguna CMC dapat secara strategis mengelola kesan mereka dengan cermat menyusun dan menyunting pesan, hanya menonjolkan aspek positif diri, yang sangat membantu dalam pembentukan kesan (Walther, 1996). Relevansi Teori: Pada dasarnya, Teori SIP menunjukkan bahwa manusia adalah komunikator yang adaptif dan kreatif. Mereka dapat mengatasi keterbatasan teknologi komunikasi digital dengan memanfaatkan waktu dan isyarat verbal untuk menciptakan dan memelihara hubungan interpersonal yang bermakna.

2. Teori kekayaan Media (*Media Richness Theory*)

Teori Kekayaan Media (*Media Richness Theory* - MRT), yang diperkenalkan oleh Richard L. Daft dan Robert H. Lengel pada tahun 1980-an, adalah kerangka konseptual yang utama digunakan dalam komunikasi organisasi (Daft & Lengel, 1986). Tujuan utamanya adalah mengevaluasi seberapa efektif suatu media komunikasi dalam mentransfer informasi dengan akurat dan cepat, terutama ketika pesan yang disampaikan bersifat

kompleks atau tidak pasti. Teori ini menjadi panduan bagi para pengambil keputusan untuk mencocokkan saluran komunikasi yang paling sesuai dengan tuntutan tugas. Konsep sentral teori ini terletak pada gagasan bahwa tidak semua media memiliki tingkat kekayaan yang sama (Daft & Lengel, 1986). Kekayaan media didefinisikan sebagai kapasitas suatu saluran untuk meningkatkan pemahaman dalam waktu singkat, mengatasi perbedaan penafsiran, dan mengklarifikasi ambiguitas. Dengan kata lain, media yang lebih kaya memiliki potensi yang lebih besar untuk memfasilitasi pembelajaran dan mencapai kesepahaman bersama antara kedua pihak yang berkomunikasi. Ada empat dimensi utama yang menentukan kekayaan sebuah media (Daft & Lengel, 1983) (1) Kecepatan umpan balik; (2) Kemampuan untuk menyampaikan berbagai isyarat (seperti isyarat lisan, visual, dan kontekstual); (3) Penggunaan bahasa sehari-hari atau alami; dan (4) Tingkat fokus pribadi. Media diklasifikasikan sepanjang kontinum dari yang paling kaya hingga yang paling miskin berdasarkan sejauh mana mereka memenuhi kriteria-kriteria ini.

Mengacu pada kriteria tersebut, Daft dan Lengel (1984) menyusun hierarki media tradisional. Komunikasi tatap muka menduduki peringkat teratas sebagai media paling kaya karena menawarkan umpan balik seketika, melibatkan beragam isyarat verbal dan nonverbal, serta bersifat sangat personal. Sementara itu, komunikasi tertulis yang bersifat formal dan numerik (seperti data statistik atau buletin standar) berada di ujung spektrum yang berlawanan, dianggap paling miskin karena keterbatasan isyarat dan umpan balik yang lambat.

Saluran komunikasi lainnya ditempatkan di antara kedua kutub tersebut. Telepon memiliki kekayaan di bawah tatap muka karena tidak adanya isyarat visual, namun tetap memungkinkan umpan balik yang cepat dan penggunaan bahasa alami. Dokumen

tertulis yang bersifat personal berada di bawah telepon, sebab meskipun personal, kecepatan umpan baliknya lebih rendah. Peringkat kekayaan ini menjadi alat diagnostik penting dalam penerapan teori.

Fokus utama Teori Kekayaan Media adalah membantu organisasi mengatasi masalah ketidakjelasan (*equivocality*) dan mengurangi ketidakpastian (*uncertainty*) (Daft & Lengel, 1986). Ketidakpastian mengacu pada kekurangan data yang diperlukan, sedangkan ketidakjelasan merujuk pada situasi ambigu di mana pesan memiliki banyak makna yang mungkin atau menimbulkan perbedaan interpretasi.

Secara normatif, teori ini menganjurkan adanya keselarasan yang tepat antara kekayaan media dengan sifat pesan (Daft & Lengel, 1986). Untuk pesan atau tugas yang sangat kompleks dan ambigu (tinggi *equivocality*), diperlukan media yang kaya (misalnya, pertemuan langsung) untuk memudahkan negosiasi makna dan mencapai pemahaman yang solid.

Sebaliknya, untuk tugas atau pesan yang sederhana, lugas, dan terstruktur (rendah *equivocality*), akan lebih efisien jika menggunakan media yang miskin (misalnya, memo atau pesan teks) (Daft & Lengel, 1986). Teori ini memperingatkan bahwa penggunaan media yang terlalu kaya untuk pesan sederhana dapat menyebabkan kelebihan informasi, sementara menggunakan media yang terlalu miskin untuk pesan kompleks akan berujung pada kegagalan komunikasi.

Meskipun TKM awalnya dirumuskan sebelum era digital, prinsip-prinsipnya telah diterapkan dan diadaptasi untuk menganalisis media kontemporer seperti e-mail, video conferencing, dan platform media sosial. Pengujian pada teknologi baru ini telah memunculkan perdebatan dan mendorong pengembangan teori-teori terkait, seperti pengenalan

dimensi tambahan untuk menilai kekayaan media dalam konteks digital.

Pada intinya, Teori Kekayaan Media oleh Lengel dan Daft menawarkan kerangka kerja yang vital bagi manajemen untuk membuat keputusan yang bijaksana tentang saluran komunikasi (Daft & Lengel, 1986). Teori ini menegaskan kembali bahwa keberhasilan komunikasi sangat bergantung pada pemilihan media yang mampu mengatasi kompleksitas pesan yang disampaikan.

C. Teori Dampak Sosial dan Budaya Digital

1. Teori Ekologi Media (*Media Ecology Theory*)

Teori Ekologi Media (TEM), yang dikembangkan oleh Marshall McLuhan pada tahun 1960-an (McLuhan, 1994), adalah pendekatan teoretis yang mengkaji secara mendalam bagaimana media, teknologi, dan cara komunikasi memengaruhi lingkungan tempat manusia hidup. Istilah "ekologi" digunakan untuk menyiratkan bahwa media berfungsi sebagai lingkungan yang menyeluruh, bukan sekadar alat, dan lingkungan inilah yang membentuk manusia. Gagasan McLuhan yang paling masyhur adalah "Media adalah pesan" (*The Medium is the Message*) (McLuhan, 1994). Frasa singkat ini bertujuan untuk menekankan bahwa saluran komunikasi itu sendiri, terlepas dari konten atau isinya, adalah kekuatan yang secara fundamental membentuk kognisi dan perilaku manusia. McLuhan melihat isi pesan sebagai pengalih perhatian yang membuat kita mengabaikan dampak transformatif sesungguhnya dari medium itu sendiri (McLuhan, 1994).

McLuhan berpendapat bahwa setiap teknologi komunikasi menciptakan realitas lingkungan baru yang secara drastis mengubah struktur sosial dan hierarki indra manusia (McLuhan, 1994). Menurutnya, media adalah perpanjangan panca indra manusia. Misalnya, telepon memperluas kemampuan pendengaran. Perubahan dalam perimbangan indra ini, yang disebabkan oleh medium, kemudian menciptakan lingkungan baru yang memengaruhi persepsi kita terhadap dunia.

Pandangan TEM sangat dipengaruhi oleh determinisme teknologi. McLuhan percaya bahwa inovasi dalam teknologi komunikasi adalah motor utama di balik evolusi sosial dan budaya (Griffin, 2006). Manusia memang menciptakan teknologi, tetapi sebaliknya, teknologi itulah yang membentuk kembali cara hidup dan pandangan kita. Media, menurutnya, tertanam dalam setiap aspek masyarakat dan secara konstan memengaruhi tindakan kita.

Sejarah komunikasi manusia, menurut (McLuhan, 1994), dapat dibagi menjadi empat era berdasarkan teknologi dominan yang memengaruhi indra: (1) Era Lisan/Suku (Tribal Era), fokus pada pendengaran; (2) Era Tulis (Literate Era), fokus pada visualitas dan tulisan alfabetis; (3) Era Cetak (Print Era), fokus pada penglihatan linier melalui mesin cetak; dan (4) Era Elektronik (*Electronic Era*), yang ditandai dengan kembalinya interaksi multisensori. Era Elektronik, yang dimulai dengan teknologi instan seperti telegraf dan kemudian radio serta televisi, dipandang sebagai proses pengembalian masyarakat ke dalam pola komunitas yang kolektif. Karena media elektronik dapat menyebarkan informasi secara serentak ke seluruh penjuru, batas-batas geografis menghilang, yang McLuhan sebut sebagai "Desa Global" (*Global Village*) (McLuhan, 1994).

Makna "ekologi" dalam teori ini adalah studi tentang lingkungan media yaitu bagaimana struktur media memengaruhi dan mengatur kehidupan manusia. Lingkungan yang dihasilkan oleh teknologi ini tidak hanya mengubah apa yang kita tangkap (konten), tetapi yang lebih penting, bagaimana kita memproses dan mengorganisasi pengalaman kolektif kita. Untuk menganalisis media, McLuhan (1964) membedakannya menjadi media panas (*hot media*) dan media dingin (*cool media*). Hot media (misalnya, foto atau film) bersifat detail dan padat data, sehingga menuntut sedikit keterlibatan atau interpretasi dari penerima. Sebaliknya, cool media (misalnya, telepon atau televisi) memiliki resolusi rendah dan ambigu, yang memaksa audiens untuk berpartisipasi dan mengisi kesenjangan makna. Meskipun mendapat kritik karena terlalu menekankan peran teknologi dan mengabaikan isi serta konteks sosial, pemikiran McLuhan tetap krusial. Teorinya sukses dalam memindahkan fokus analisis media dari isi pesan ke bentuk dan karakteristik teknologi medium itu sendiri, membuka jalan bagi studi media sebagai faktor pembentuk budaya (Postman, 1980).

Singkatnya, Teori Ekologi Media McLuhan mengajukan argumen mendasar bahwa media adalah arsitek tersembunyi dari realitas sosial kita. Teori ini mendesak kita untuk memahami bahwa teknologi komunikasi, sebagai perpanjangan dari diri kita, membentuk kesadaran dan kebudayaan kita secara fundamental (McLuhan et al., 2011).

2. Teori Kesenjangan Pengetahuan (*Knowledge Gap Theory*)

Teori Kesenjangan Pengetahuan (*The Knowledge Gap Theory*), yang dirumuskan oleh Philip J. Tichenor, George A. Donohue, dan Clarice N. Olien pada tahun 1970 (Tichenor et al., 1970), adalah kerangka komunikasi massa yang menyatakan bahwa peningkatan informasi di media justru cenderung memperlebar

kesenjangan pengetahuan dalam masyarakat. Teori ini menyanggah anggapan optimistis bahwa media massa akan mendemokratisasi pengetahuan, melainkan menunjukkan bahwa media justru meningkatkan disparitas antara kelompok yang berstatus sosial ekonomi (SSE) tinggi dan rendah. Inti dari teori ini adalah hipotesis bahwa individu dengan SSE yang lebih tinggi akan memperoleh informasi lebih cepat daripada mereka yang memiliki SSE rendah, ketika suatu topik baru dipublikasikan secara luas. Akibatnya, alih-alih merapatkan, jurang pemahaman antara kedua kelompok ini cenderung membesar (Tichenor et al., 1970). Pengetahuan dipandang sebagai sumber daya yang didistribusikan secara tidak merata, dan media massa memperkuat ketidaksetaraan ini.

Perbedaan laju perolehan informasi ini dijelaskan oleh beberapa faktor keunggulan yang dimiliki kelompok SSE tinggi (Tichenor et al., 1970). Keunggulan tersebut meliputi kemampuan literasi dan pemahaman yang lebih baik, basis pengetahuan latar belakang yang lebih kaya untuk mengasimilasi informasi baru, dan jaringan sosial yang lebih luas yang memfasilitasi diskusi dan penguatan pengetahuan. Selain itu, konten media massa pada awalnya sering kali dirancang untuk menarik minat segmen berpendidikan tinggi. Secara empiris, penelitian awal Tichenor berfokus pada media cetak, dan menemukan bahwa mereka yang memiliki tingkat pendidikan tinggi secara konsisten lebih cepat dalam memahami isu-isu yang disajikan. Prediksi utamanya adalah bahwa dalam jangka waktu tertentu, laju akumulasi pengetahuan tentang suatu isu di media akan lebih cepat di kalangan kelompok SSE tinggi dibandingkan kelompok SSE rendah (Tichenor et al., 1970). Temuan ini memiliki implikasi besar, terutama dalam kampanye informasi publik.

Walaupun demikian, teori ini tidak bersifat mutlak. Para peneliti kemudian menemukan bahwa kesenjangan dapat berkurang atau dibalik dalam kondisi tertentu, seperti jika isu yang disebarkan memiliki relevansi langsung dengan kehidupan lokal atau jika terjadi konflik sosial yang tinggi seputar isu tersebut, yang menarik perhatian semua lapisan masyarakat. Meskipun ada penyesuaian, TKK tetap menjadi landasan penting dalam studi komunikasi yang menyoroti peran media dalam menciptakan ketidaksetaraan informasi dan sosial (Donohue et al., 1975).

Referensi

- Coleman, R., McCombs, M., Shaw, D., & Weaver, D. (2009). Agenda setting. In *The handbook of journalism studies* (pp. 167–180). Routledge.
- Daft, R. L., & Lengel, R. H. (1986). Organizational information requirements, media richness and structural design. *Management Science*, 32(5), 554–571.
- Griffin, E. M. (2006). *A first look at communication theory*. McGraw-hill.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2010). *Theories of human communication*. Waveland press.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187.
- Nurhadi, Z. F. (2017). *Teori komunikasi kontemporer*. Prenada Media.

- Ritonga, E. Y. (2018). Teori agenda setting dalam ilmu komunikasi. *Jurnal Simbolika Research and Learning In Communication Study*, 4(1), 32–41.
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (1992). *Communication theories: Origins, methods, and uses in the mass media*. Longman New York.
- Walther, J. B. (1992). Interpersonal effects in computer-mediated interaction: A relational perspective. *Communication Research*, 19(1), 52–90.
- Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, 23(1), 3–43.
- West, R. L., Turner, L. H., & Zhao, G. (2010). *Introducing communication theory: Analysis and application* (Vol. 2). McGraw-Hill New York, NY.

BAB 4

MEDIA BARU DAN KONVERGENSI TEKNOLOGI

Oleh: Siti Qona'ah S.Sos., M.M. M. I. Kom.

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi komunikasi yang dinamis secara cepat telah mengubah cara kita mendapatkan informasi. Melalui berbagai platform digital memberikan dampak pendistribusian informasi menjadi lebih cepat dan interaktif. Ini semua karena masyarakat dunia sekarang menjadi masyarakat informasi, yang sangat penting dan memiliki manfaat strategis bagi masyarakat. Media massa, seperti televisi, surat kabar, radio, dan film, dikenal sebagai "media massa", dan istilah "media lama" digunakan oleh Straubhaar dan LaRose untuk menggambarkan media sebagai komunikasi (Straubhaar, Joseph and LaRose, 2006).

Dengan keberadaan media yang baru dalam kehidupan memberikan proses komunikasi dapat berlangsung di mana saja melalui teknologi komunikasi apa pun melalui media baru pun bisa memudahkan proses komunikasi antar individu dan dalam berbagai aktivitas. misalnya untuk menyampaikan kata-kata sebagai ungkapan kebahagiaan isi pesan "selamat atas

kesuksesan” maka pesan tersebut bisa disampaikan melalui new media

B. Media Baru

Sampai saat ini, ilmuwan masih berdebat tentang istilah media baru. Konsep media baru pertama kali digambarkan sebagai media interaktif yang menggunakan perangkat dasar komputer. Media baru memiliki cakupan yang lebih luas karena kemajuan teknologi dalam bidang media seperti televisi kabel, satelit, teknologi optic fiber, dan komputer. Teknologi-teknologi ini memungkinkan pengguna secara interaktif membuat pilihan dan menerima berbagai tanggapan produk media.

Menurut Denis McQuail, "media baru" atau "new media" adalah unit teknologi elektronik yang berbeda yang digunakan untuk berbagai tujuan. Beberapa sistem teknologi terdiri dari media elektronik baru ini, termasuk transmisi (melalui kabel atau satelit), miniaturisasi, penyimpanan dan pencarian informasi, sistem penyajian gambar (dengan kombinasi lentur teks dan grafik), dan sistem pengendalian. (McQuail, 1987)

Mcquail pada 1960-an, menjelaskan New media begitu populer sehingga mencakup berbagai teknologi komunikasi yang semakin berkembang dan beragam. Teknologi digital yang semakin berkembang adalah penyebab munculnya media baru ini. Menurut Mcquail karakteristik Media baru yang paling utama yaitu saling berhubungan akses terhadap khalayak individu sebagai penerima atau pun sebagai pengirim pesan, interaksinyam kegunaannya yang beragam sebagai karakter yang terbuka dan sifatnya yang adai di mana-mana. (McQuail, 2011). Dengan adanya Perkembangan teknologi di masa lalu yaitu Media lama telah berubah menjadi media baru. yang memiliki teknologi digital. Publik mulai dihadapkan pada gaya baru pemrosesan dan

penyebaran digital informasi, internet, WWW (world wide web), dan fitur multimedia karena perkembangan komputer dan jaringan penyiaran modern. Berikut ini Fungsi Media Baru antara lain:

- a. Menyediakan arus informasi yang dapat diakses kapan saja dan dengan mudah, sehingga memudahkan pencarian informasi yang dicari atau dibutuhkan, yang biasanya memerlukan pencarian langsung dari sumbernya.
- b. Media transaksi jual beli: kemudahan memesan barang melalui situs web atau menghubungi layanan pelanggan
- c. Media hiburan, seperti *game online*, jejaring sosial, streaming video, dll.
- d. Alat komunikasi yang efektif. Dengannya, pengguna dapat berkomunikasi dengan orang lain tanpa terkendala jarak atau waktu, dan mereka bahkan dapat melakukan video conference.
- e. Sumber daya pendidikan yang terdiri dari e-book yang mudah digunakan dan praktis. Untuk kepentingan siswa dan pelajar, penyampaian materi pembelajaran dapat diseragamkan. Proses pembelajaran menjadi lebih jelas dan menarik, lebih interaktif, dan menghemat waktu dan tenaga. Ini juga memungkinkan proses belajar dilakukan di mana saja dan mengubah peran guru ke arah yang lebih baik dan produktif. (Herliani, 2015)

Media baru atau media baru merujuk pada perkembangan teknologi digital yang terus berkembang. Gambar, video, teks, dan grafik dapat diubah menjadi data-data (byte), yang merupakan bagian dari teknologi multimedia di mana semua konten dapat disimpan dalam berbagai format, seperti digital atau cetak.

(Cholis, 2018). Lebih lanjut Martin Lister , 2009 menyatakan bahwa Media baru memiliki sejumlah ciri, yaitu:

- a. Digital media baru mengacu pada media yang bersifat digital di mana semua data diproses dan disimpan dalam bentuk angka dan keluarannya disimpan dalam cakram digital. Terdapat beberapa konsekuensi dari digitalisasi media, antara lain: teks tidak lagi dapat diakses atau disimpan secara fisik, ruang penyimpanan data yang lebih kecil menjadi lebih kecil, dan data dapat dimanipulasi dengan mudah dengan kecepatan yang tinggi.
- b. Interaktif adalah fitur utama media baru. Karakteristik ini memungkinkan pengguna berinteraksi satu sama lain dan terlibat secara langsung dalam perubahan teks dan gambar yang mereka akses.
- c. Hiperteks adalah teks yang dapat menghubungkan dengan teks lain di luar teks yang sudah ada. Ini memungkinkan pembaca memulai membaca teks dari mana pun yang mereka inginkan daripada membacanya secara berurutan seperti dalam media lama.
- d. Jaringan: Ini adalah fitur yang berkaitan dengan konsumsi dan ketersediaan konten berbagi melalui internet. Contohnya, Ketika kita membaca teks media, kita akan melihat banyak teks yang sangat berbeda dari yang lain, yang dapat diakses dalam berbagai cara. Ini mempertimbangkan cara informasi mengalir melalui jaringan dan bagaimana teknologi membentuk keputusan.
- e. Istilah "Virtual" mengacu pada upaya untuk menciptakan dunia virtual yang dibangun melalui interaksi dalam lingkungan yang dibangun dengan grafis komputer dan video digital.

- f. Simulasi tidak jauh berbeda dari virtual. Penciptaan dunia buatan melalui model tertentu terkait dengan karakter ini (Lister, 2009).

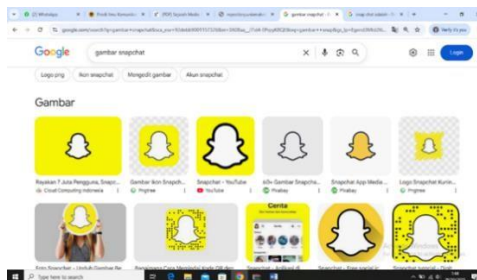
McQuail membuat mengkategorikan media baru ke dalam empat kategori.

- Cara untuk berkomunikasi dengan orang lain melalui telepon, handphone, dan e-mail
- Media bermain interaktif, seperti komputer, videogame, dan permainan online.
- Sumber daya untuk pencarian informasi yang terdiri dari portal dan mesin pencari.
- Media partisipasi kolektif seperti penggunaan internet untuk berbagi dan berbagi pendapat, pengalaman, dan informasi melalui komputer, yang merupakan alat dan dapat menimbulkan emosional dan afeksi.

Contoh platform media baru adalah sebagai berikut:

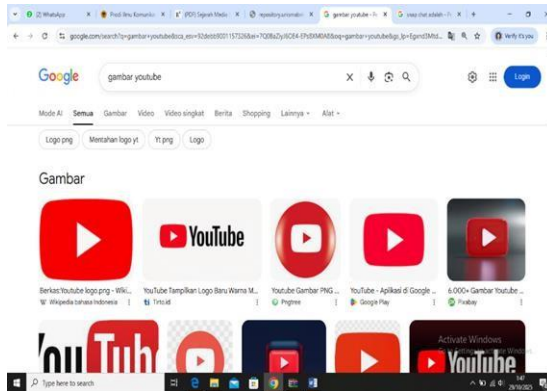
- a. Snap Chat

Aplikasi media sosial dan pesan instan yang populer di kalangan remaja dan dewasa muda, yang fokus pada komunikasi visual melalui foto dan video pendek yang dapat hilang setelah dilihat dalam 24 jam



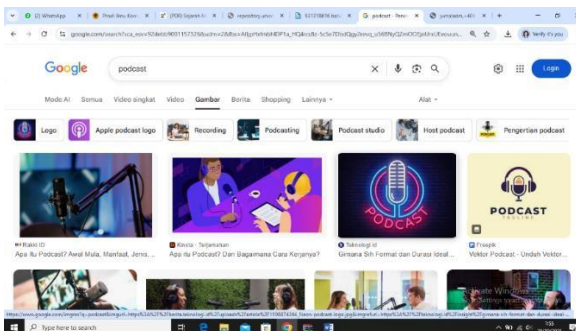
b. Youtube

Platform media sosial yang memungkinkan pengguna untuk menonton dan berbagi video secara online.



c. Podcast

Siaran rekaman suara (audio) yang berbicara tentang sesuatu dan dapat diakses melalui internet.



Ketika kita membahas media baru, jadi tidak terlepas dari media lama. Dengan demikian, kelahiran dan perkembangan media baru diawali media lama dan perkembangan teknologi media lama. Dengan demikian Media baru tidak menggantikan media lama; sebaliknya, berbagai jenis media komunikasi telah

muncul sebagai akibat dari inovasi teknologi komunikasi yang terus berkembang secara cepat dan dinamis.

C. Konvergensi Teknologi

Konvergensi merupakan kata yang menggambarkan bagaimana media masuk ke budaya kita dari segi teknologi, industri, budaya, dan sosial (Ignatius, 2014). Konvergensi teknologi adalah konsep di mana penggabungan, pencampuran, integrasi, dan transformasi teknologi independen menghasilkan teknologi konvergensi yang benar-benar baru. Konsep yang luas dan kompleks ini mencakup beragam teknologi, termasuk IoT dan perangkat rumah pintar. Ketika sebuah teknologi konvergensi muncul, teknologi tersebut seringkali menggantikan teknologi fungsi tunggal atau membuatnya usang. Dalam hal ini, konvergensi teknologi dapat dipandang sebagai perkembangan atau evolusi teknologi (Dong Hee Shin, Won-Yong Kim, 2006). Konvergensi didukung 3C. 3C adalah komputasi (industri komputer dan teknologi informasi), komunikasi (infrastruktur dan jaringan telekomunikasi), dan konten (informasi, permainan, dan berita). 3C mendukung konvergensi dan menghasilkan produk baru. Komputer menyediakan, mengolah, dan menyajikan data dan informasi. Komunikasi memungkinkan komputer saling terhubung melalui jaringan melalui kabel atau satelit. Untuk memenuhi kebutuhan internet, seperti berita, informasi, perdagangan, atau permainan, konten media berfungsi. Berikut ini contoh konvergensi Teknologi dari berbagai bidang:

- a. Platform Multimedia: terdapat Layanan amazon prime, Netflix, dan Spotify yang mengintegrasikan produksi, distribusi, penyimpanan, dan akses ke konten audiovisual, memberikan pengalaman yang dipersonalisasi di perangkat apa pun.

- b. Konvergensi Media: pengabungan beberapa media massa contohnya konvergensi media yang paling adalah smartphone yang memadukan berbagai media, yaitu media cetak (e-book, aplikasi berita).
- c. Ponsel pintar : dengan adanya akses internet dan dilengkapi kamera, GPS, musik, e.book. kalender, transaksi onlinen,dll.
- d. Otomatisasi rumah dan IoT: suatu sistem yang dapat menggabungkan beberapan perangkat di rumah, seperti lampu, termostat, kamera keamanan, dan peralatan rumah tangga, terkoneksi antara satu sama lain melalui jaringan internet.
- e. Sektor kesehatan: memberikan pelayanan yang semakin berkualitas baik serta efisien dengan memanfaatkan berbagai inovasi seperti AI, telemedicine, big data, dan robotika,
- f. Transportasi Pintar
pemanfaatan teknologi untuk membuat sistem transportasi yang lebih cerdas dan responsif. seperti Kendaraan Otonom. Sistem Manajemen Lalu Lintas Cerdas. Transportasi Umum Pintar dan Infrastruktur Jalan Pintar.
- g. Pendidikan digital
Pembelajaran dengan system digital seperti pembelajaran daring, E-learning, Ujian On line, perpustakaan digital, system adminitrasi dan Layanan multimedia conference yang terintegrasi dengan situs pendidikan sehingga siswa dapat fleksibel mengakses informasi pendidikan dalam waktu dan tempat belajar.

Dari contoh Konvergensi teknologi tersebut terlihat bagaimana peningkatan upaya efisiensi pribadi dan bisnis. Melalui penggabungan dua atau lebih teknologi yang memiliki tujuan yang sama menjadi satu alat, layanan, atau perangkat lunak, sehingga individu lebih menghemat waktu dan tenaga yang

juga menyederhanakan aktivitas kegiatannya. Serta dengan adanya konvergensi Teknologi telah mengubah cara public berkomunikasi, mengkonsumsi informasi yang di perlukan, bekerja dan berkarya serta dalam menghibur diri. Konvergensi teknologi membangun telah membangun sistem yang lebih aman serta efisien. Konvergensi media adalah salah satu efek konvergensi teknologi. Ini adalah penggabungan atau pengintegrasian media yang ada untuk digunakan dan diarahkan ke dalam satu tujuan. Perkembangan teknologi komunikasi digital yang dimungkinkan oleh konvergensi jaringan biasanya disebut sebagai konvergensi media. Beberapa konsekuensi negatif dari konvergensi media adalah sebagai berikut:

- a. Masalah Etika dan Keamanan: Kombinasi berbagai jenis media dapat menyebabkan masalah etika dan keamanan, seperti penyebaran hoax, penyebaran data pribadi, atau disinformasi yang luas.
- b. Ketidaksetaraan dalam Akses: Semakin banyak konten yang dapat diakses dalam satu media, semakin banyak orang yang bergantung pada internet. Hal ini dapat mengakibatkan ketidaksetaraan dalam akses dan pengetahuan, terutama di wilayah dengan akses internet yang lebih rendah.
- c. Dominasi Media Konvergensi ini menyebabkan konsolidasi dan monopoli industri media, yang merupakan konsekuensi buruk lainnya.

Fakta bahwa beberapa perusahaan media menguasai berbagai elemen menunjukkan bahwa ini akan mengurangi keragaman dan keberagaman sumber informasi dan kepemilikan media. Meskipun konvergensi ini memiliki beberapa manfaat, ada juga beberapa hal yang harus diperhatikan. Berikut ini beberapa faktor yang Mempengaruhi Konvergensi Teknologi. Meskipun

kemajuan teknologi tampaknya menyelesaikan semua masalah, Saat menggunakan teknologi baru, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan.

- a. Kekhawatiran keamanan dan privasi: Risiko ancaman siber dan kebocoran data dapat meningkat karena semakin banyak sistem yang terhubung. Karena itu, bisnis Anda harus mematuhi peraturan yang ketat.
- b. Sulit untuk mengatasi infrastruktur dan tantangan teknis yang terkait dengan teknologi baru. Untuk memperkenalkan dan mengintegrasikan sistem ini, serta untuk memeliharanya agar berjalan lancar, diperlukan biaya besar untuk mendapatkan keahlian yang tepat.
- c. Potensi perpindahan pekerjaan dan kesenjangan keterampilan: Meskipun peningkatan efisiensi bisnis baik, teknologi baru dapat membuat lebih sedikit staf yang diperlukan.

Dengan adanya konvergensi Teknolgi maka berbagai macam bidang bisnis akan mengalami perubahan besar jika memanfaatkan konvergensi teknologi di dunia modern. Ini memiliki banyak manfaat yang signifikan, seperti meningkatkan layanan pelanggan, merampingkan operasional, dan mendorong pertumbuhan bisnis.

Referensi

Cholis, D. W. N. (2018). Redaksi Dan Bisnis Koran Olahraga Topskor Dalam Menghadapi Persaingan Dengan Media Online Di Era Konvergensi Media. *Kajian Jurnalisme*, 1, No. 2, 128.

- Dong Hee Shin, Won-Yong Kim, dan D.-H. L. (2006). *Teknologi Konvergensi dan Model Kebijakan Berlapis: Implikasinya terhadap Pengaturan Komunikasi Masa Depan*. Asosiasi Komunikasi Internasional, Amerika Serikat: Asosiasi Komunikasi Internasional.
- Herliani, L. (2015). Analisis Pemanfaatan Situs Jejaring Sosial Facebook sebagai Media Promosi Anggota BUSAM (Bubuhan Samarinda). *Ilmu Komunikasi*, 3 No 4, 218.
- Ignatius, H. (2014). *Jurnalisme Era Digital: Tantangan Industri Media Abad 21*. Buku Kompas.
- Lister, M. (2009). *New Media : A Critical Introduction*, (Second Edi). Routledge.
- McQuail, D. (1987). *Teori Komunikasi Massa suatu pengantar, diterjemahkan oleh* (Agus Dharma dan Aminuddin Ram (ed.)). Erlangga.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika. Salemba Humanika.
- Straubhaar, Joseph and LaRose, R. (2006). *Media Now, Understanding Media, Culture and Technology*. Belmont California: Thomson Wadsworth.

BAB 5

KOMUNIKASI DIGITAL DALAM KEHIDUPAN SOSIAL

Oleh: Gan Gan Giantika,S.Sos.,M.M.,M.I.Kom.

A. Pendahuluan

Manusia dalam kehidupan sosialnya tidak dapat terlepas dari komunikasi. Komunikasi merupakan hal mendasar dalam bertukar informasi, menyampaikan pendapat sehingga timbul interaksi sosial dalam menjalin pemahaman dan timbal balik sehingga terbentuk kesamaan tujuan dan terjalin hubungan yang harmonis karena adanya kesepahaman tersebut. Dengan pesatnya perkembangan teknologi digital memberikan dampak positif dalam komunikasi antar manusia. Konektivitas terhubung kemanapun tanpa ada halangan jarak keseluruhan dunia.

Komunikasi digital merupakan proses pertukaran informasi menggunakan jaringan internet sehingga memunculkan platform digital seperti media sosial, sehingga melahirkan efektivitas komunikasi antar individu, organisasi dan komunitas di seluruh penjuru dunia. Dengan demikian terjadi pertukaran informasi, ilmu pengetahuan dan budaya serta terjalin aktifitas komunikasi yang interaktif antar pengguna media sosial. Dibalik dampak positif yang timbul pasti ada dampak negatif yang mengancam pada hubungan sosial manusia akibat perkembangan komunikasi digital ini. Dalam kemajuan

teknologi digital, menimbulkan fenomena dengan lahirnya pemakaian ponsel pintar (*smartphone*) serta konvergensi antara telekomunikasi, internet dan penyiaran berdampak pada intensitas komunikasi secara langsung mempengaruhi perubahan tingkat interaksi sosial telah terdapat banyak perubahan dalam bentuk interaksi sosial yang beralih dari fisik ke virtual melalui teknologi komunikasi digital, sehingga sekarang orang sangat mudah berinteraksi melalui digital.

Ini tidak hanya mengubah interaksi ekonomi dan sosial tetapi juga dapat mengubah kebijakan pemerintah karena kemajuan teknologi. Komunikasi digital sekarang digunakan sebagai media masyarakat untuk mengkritik penguasa yang ada, itu bukan lagi sekedar forum diskusi masyarakat, tetapi memberikan perspektif yang lebih luas.

B. Pengertian Komunikasi Digital

Fenomena konvergensi teknologi muncul ketika teknologi komputer, telekomunikasi, internet, penyiaran, dan media cetak digabungkan secara bersamaan menjadi satu unit digital. Tingginya durasi pemakaian media sosial menunjukkan bahwa apabila masyarakat Indonesia sangat bersemangat dengan pemanfaatan komunikasi digital, tidak bisa dipungkiri bahwa hal tersebut berpengaruh besar terhadap pola komunikasi saat ini dan mengubah pola perilaku komunikasi sosial masyarakat. Proses kreatif dalam modernisasi masyarakat juga memiliki sifat yang destruktif dan tidak terlepas dari kemajuan dalam komunikasi digital.

Menurut Mulyana, 2005 dalam (Herlina, et al., 2023) asal kata "komunikasi" berasal dari bahasa Latin dan Bahasa Inggris. Istilah Latin seperti "*communis*", "*communico*", "*communicatio*", atau "*communicare*" berarti "menyamakan", "menampilkan", atau

"persamaan". Istilah yang paling sering digunakan untuk mendefinisikan kata "komunikasi" adalah "*communi*", istilah ini dalam komunikasi menunjukkan bahwa pemikiran, arti, atau pesan diambil bersama.

Komunikasi didefinisikan sebagai proses seseorang berusaha untuk berbagi makna simbolik, yang dapat dilakukan dengan berbagai media secara langsung yakni menggunakan mediator atau perantara, maupun komunikasi tidak langsung.

Komunikasi digital adalah proses pengiriman pesan atau data dari komunikator ke komunikan melalui media digital. Komunikasi digital sangat berbeda dari komunikasi konvensional. Perbedaan pertama terletak pada cara informasi digabungkan, dikemas, dan dipresentasikan. Komunikasi digital lebih cepat dan lebih nyaman, dan berbagai fitur teknologi memungkinkan pesan disampaikan dan dikemas dengan cara yang unik dan menarik. (Asari, et al., 2023)

Dengan perkembangan saat ini, komunikasi digital digunakan untuk tujuan bisnis di bidang ekonomi serta untuk hubungan sosial. Ini juga berlaku untuk komunikasi politik antara pemerintah, politisi, dan pemangku kepentingan lainnya dengan masyarakat. Namun, ketika kita menggunakannya di internet, banyak dari kita yang tidak berhati-hati saat menggunakan media sosial, yang dapat menyebabkan kita melanggar undang-undang Informasi Transaksi Elektronik (ITE).

Menurut (Herring, 2019), meskipun komunikasi digital memiliki keuntungan, juga memiliki tantangan, misalnya mengenai privasi, perlindungan data, serta kemungkinan adanya disinformasi atau penyebaran informasi yang tidak sesuai kebenarannya (*hoaks*). Hal ini sangat penting dipahami oleh setiap orang agar memanfaatkan teknologi digital secara efisien. (Wibowo, et al., 2024)

Masyarakat mengalami perubahan kebiasaan sebagai akibat dari kemajuan teknologi digital. Kemajuan teknologi yang cepat dan tak terhindarkan mengakibatkan perubahan sosial. Dengan berbagai kemajuan teknologi, orang harus mengubah perilaku mereka, termasuk cara mereka berinteraksi dengan orang lain. Diakui bahwa interaksi masyarakat mengalami perubahan dalam berbagai aspek, seperti hiburan, informasi, pendidikan, dan ekonomi, yang saling berhubungan satu sama lain. Komunikasi sekarang tidak hanya dapat dilakukan secara tatap muka atau hanya melalui media konvensional seperti surat kabar dan televisi. Komunikasi telah menjadi lebih terukur, interaktif, dan dinamis berkat kemajuan internet dan teknologi. Komunikasi digital adalah proses pengiriman pesan atau informasi dari komunikator ke komunikan melalui media digital. Komunikasi digital sangat berbeda dari komunikasi tradisional. Perbedaan pertama terletak pada cara informasi digabungkan, dikemas, dan dipresentasikan. Komunikasi digital lebih cepat dan lebih nyaman, dan berbagai fitur teknologi memungkinkan pesan disampaikan dan dikemas dengan cara yang unik dan menarik.

C. Ruang Lingkup Komunikasi Digital

Komunikasi digital adalah proses mengirimkan pesan melalui media digital kepada komunikan atau penerima. Komunikasi juga dapat didefinisikan sebagai proses pengalihan informasi atau pesan kepada publik melalui media digital. Namun, karakteristik komunikasi digital sangat berbeda dari metode komunikasi konvensional. Informasi atau pesan disajikan dalam berbagai bentuk, seperti teks, gambar, grafik, suara, animasi, dan video, dan dikemas menjadi file digital sehingga lebih menarik untuk dilihat. Komunikasi digital adalah bentuk komunikasi melalui proses yang menggunakan kemajuan teknologi digital, dalam membuat,

mengonversi/memodifikasi, mendokumentasikan, dan menyebarkan informasi. Komunikasi juga mencakup teks, multimedia (gambar, video, dan audio). Komunikasi digital yang umum digunakan adalah sebagai berikut:

a. *Electronic Mail*

Email (Electronic mail) adalah metode komunikasi digital tertua untuk berkomunikasi secara digital dengan mengirimkan sebuah pesan secara tertulis dalam bentuk elektronik menggunakan jaringan komputer atau internet.

b. *Instant Messaging*

Dengan *Instant Messaging*, dua atau lebih orang dapat berkomunikasi melalui teks secara *real-time*. Sebagai contoh, WhatsApp, Facebook Messenger, Line, dan lainnya.

c. Media Sosial

Media komunikasi virtual untuk berinteraksi dengan berbagai macam jenis konten seperti teks, gambar, video, dll., seperti Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, dan lainnya.

d. Forum Online

Forum yang secara online, komunitas pengguna yang memiliki minat yang sama dapat berbicara, berbagi informasi, dan bertukar pendapat satu sama lain.

e. Video Conference

Komunikasi secara *real time* dengan audio dan video. Contohnya adalah Zoom, Google Meet, dan Microsoft Teams.

f. Aplikasi Pesan

Komunikasi dengan mengirim dan menerima pesan teks, gambar, video, dan file. Dengan menggunakan aplikasi pesan seperti WhatsApp, Line, dan Telegram

g. Blog

Blog dikenal juga dengan istilah web log merupakan bentuk komunikasi digital yang berbentuk jurnal secara online dan pelanggan/pengguna dapat membuat dan membagikan tulisan, gambar, video, dan tautan.

Beberapa karakteristik media digital mengacu pada karakteristik komunikasi atau konten yang disampaikan melalui platform digital. (Wibowo, et al., 2024), diuraikan dibawah ini:

a. Kecepatan dan kemudahan akses informasi

Berbagai perangkat digital seperti komputer, laptop, smartphone, dan lainnya memungkinkan pertukaran informasi secara cepat dan mudah (Thurlow et al., 2004).

b. Komunikasi asinkron (*Asynchronous*) dan sinkron (*Synchronous*)

Komunikasi digital dapat terjadi secara asinkron (tidak terjadi dalam waktu nyata), seperti email, atau sinkron (dalam waktu nyata), seperti obrolan instan dan video konferensi (Baym, 2015).

c. Multimodal

Komunikasi digital dapat melibatkan berbagai mode komunikasi seperti teks, gambar, video, audio, dan elemen multimedia lainnya (Kress & Van Leeuwen, 2001).

d. Keterampilan dan kemampuan menyebarkan informasi secara luas. Dengan komunikasi digital, berbagai platform juga jaringan digital dapat digunakan untuk berbagi data secara luas (Herring, 2019).

e. Tidak terbatas oleh jarak area geografis

Individu berkomunikasi secara digital di seluruh dunia, melampaui batasan geografis (Baym, 2015).

f. Interaktivitas

Dengan komunikasi digital, pengirim dan penerima pesan dapat berinteraksi satu sama lain dalam dua arah. Ini juga memungkinkan orang bekerja sama dan bertukar gagasan/ide.

g. *Digital Footprint* (Jejak digital)

Jejak digital dari komunikasi digital, contohnya Email dapat diakses kapan saja (Herring, 2019).

D. Hubungan Komunikasi Dengan Media Sosial

Pada zaman digital saat ini, warga memiliki adaptasi atau gaya hidup yang baru dimulai dengan perkembangan teknologi yang kian cepat. Teknologi menjadikan instrumen bantu kebutuhan manusia pada zaman kini. Dalam zaman digital saat ini, tantangan telah membawa sejumlah perubahan sosial, politik, ekonomi, hukum, dan kebudayaan. Ini dapat meliputi jaringan atau internet, serta bermacam jenis media digital, seperti media sosial, media elektronik, dan lainnya.

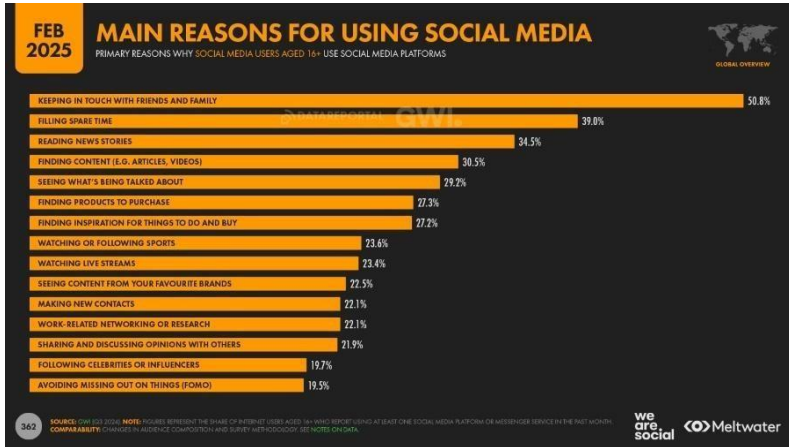
Pada era digital saat ini, masyarakat memiliki perubahan atau gaya hidup yang baru dimulai dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat. Teknologi menjadikan alat bantu kebutuhan manusia dalam era sekarang. Dalam era digital saat ini, tantangan telah membawa beberapa perubahan sosial, politik, ekonomi, hukum, dan kebudayaan. Ini dapat mencakup jaringan atau internet, serta berbagai jenis media digital, seperti media sosial, media elektronik, dan lainnya. Masyarakat lebih mudah mendapatkan berbagai informasi berkat kemampuan media modern. Munculnya internet sebagai media baru dalam kehidupan manusia tidak menghentikan digitalisasi informasi. Hampir semua kebutuhan dan pertukaran informasi saat ini dilakukan melalui internet. Digitalisasi informasi mengubah sifat

informasi dari yang dulunya bersifat komunal dan interpersonal menjadi publik. Beberapa faktor utama yang menyebabkan digitalisasi informasi terjadi adalah peningkatan jumlah pengguna internet, serta kemudahan dan kecepatan dalam memberi dan mengakses informasi.

Menurut Riyanto A.D, 2024 dalam (Nofiasari, et al., 2024) saat ini populasi, Indonesia di media sosial semakin meningkat. Berdasarkan data dari Laporan Digital Indonesia Tahun 2024, jumlah orang Indonesia yang menggunakan media sosial secara aktif mengalami peningkatan naik sekitar 5,6 persen, atau 266 juta pengguna, dari 4.76 milyar pada tahun 2023 menjadi 5.04 milyar, dengan 212.9 juta pengguna internet, atau 77% dari total populasi Indonesia. Selanjutnya, dalam laporan yang sama, dicatat bahwa WhatsApp adalah platform media sosial yang paling sering digunakan, diikuti oleh Instagram, Facebook, TikTok, Telegram, dan *Twitter* (X). Rata-rata pengguna di Indonesia menghabiskan waktu 3 jam 18 menit berselancar di internet melalui berbagai perangkat. Media sosial telah menjadi sangat populer di antara generasi. Media sosial memungkinkan aktivitas yang sebelumnya dilakukan secara konvensional secara *face-to-face* sekarang dilakukan secara virtual, dengan komunikasi yang dilakukan secara langsung atau tidak langsung. Menurut Kaplan & Haenlein, 2010 dalam (Abdillah, 2022) media sosial adalah salah satu tren utama dalam teknologi informasi (TI) di era Informasi atau Era Digital. Media sosial adalah sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas ideologi dan teknologi Web 2.0, yang memungkinkan pengguna membuat dan berbagi konten mereka sendiri.

Laporan *We Are Social* dan Meltwater terbaru, yang dirilis pada 5 Februari 2025, mengungkapkan alasan utama penggunaan media sosial oleh pengguna internet berusia 16 tahun ke atas.

Lebih dari 50,8% pengguna menggunakan media sosial untuk berhubungan dengan teman dan keluarga, menurut data dari kuartal ketiga tahun 2024.



Gambar 5. 1 Alasan Utama Warga Dunia Menggunakan Media Sosial
Sumber: We Are Social dan Meltwater (Fatoni, 2025)

Selain itu, alasan utama kedua adalah mengisi waktu luang, dengan 39,0 persen pengguna bergantung pada media sosial untuk hiburan di waktu senggang mereka. Membaca berita juga menjadi alasan utama, dengan 34,5% pengguna menggunakan platform ini untuk membaca berita dan mendapatkan informasi terbaru

Faktor lain yang menyebabkan pengguna menggunakan media sosial adalah mencari informasi seperti artikel dan video (30,5%), mengikuti tren yang sedang dibicarakan (29,2%), dan membeli barang (27,3%). Meningkatnya peran media sosial dalam olahraga dan hiburan adalah tren lain yang menarik. Sebanyak 23,6% pengguna mengikuti atau menonton acara olahraga di platform ini, sementara 23,4% menonton siaran langsung (*live streams*). Selain itu, 22,5 persen pengguna

menggunakan platform ini untuk melihat konten dari merek favorit mereka. Salah satu fungsi dari media sosial selain untuk hiburan dan informasi, tetapi juga memainkan peran penting dalam interaksi sosial dan jaringan profesional. Sebanyak 22,1 persen pengguna menggunakan media sosial untuk tujuan seperti membuat jaringan kerja atau melakukan riset. Dengan 21,9 persen, diskusi dan berbagi pendapat juga menjadi faktor penting.

Sementara FOMO (*Fear of Missing Out*) terus memengaruhi pengguna media sosial, 19,5 persen mengatakan mereka khawatir akan kehilangan informasi atau tren yang sedang berlangsung. Selain itu, popularitas mengikuti selebritas dan influencer terus meningkat, dengan 19,7 persen mengatakan mereka tertarik untuk mengetahui kehidupan dan konten orang terkenal. Menurut (Kaplan & Haenlein, 2010) media sosial adalah sekumpulan aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas ideologi dan teknologi Web 2.0, yang memungkinkan pengguna membuat dan berbagi konten yang mereka buat sendiri. Media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, dan TikTok telah menjadi cara yang sangat diminati untuk berinteraksi dengan kerabat karib, berbagi informasi, dan membangun jaringan sosial baru. (Wibowo, et al., 2024)

Pada kehidupan masyarakat, pengaruh komunikasi digital sangat luas, dan mencakup efek yang baik dan buruk. Dengan mempermudah komunikasi dan penyebaran informasi, meningkatkan efisiensi dan produktivitas, dan membuka peluang baru di bidang ekonomi dan pendidikan, ada juga efek negatifnya. Ini termasuk penurunan kualitas interaksi sosial tatap muka, risiko masalah kesehatan mental seperti kecemasan dan ketergantungan, serta ancaman kejahatan siber dan penyebaran informasi palsu.

Jenis ekspresi yang berbeda dapat dihasilkan dari perubahan dalam cara orang berkomunikasi, terutama dalam hal singkatan, bahasa media sosial, dan penggunaan emotikon. Namun, hal ini berpotensi menyebabkan kesalahpahaman dalam pemahaman pesan. Teknologi bukan hanya kekuatan yang sepenuhnya positif atau negatif; itu juga bisa dianggap sebagai alat yang dapat membentuk interaksi dan komunikasi manusia dengan cara yang tepat. Teknologi juga tetap menjadi alat yang mendukung dan meningkatkan kualitas interaksi manusia.

E. Komunikasi Digital dan Kehidupan Sosial

Digitalisasi telah mengubah teknologi media dan komunikasi. Perangkat jaringan-intelekt komputer sekarang dapat menjalankan jaringan telepon otomatis yang sebelumnya dioperasikan secara manual. Perangkat lunak ini memungkinkan pengaturan jaringan cerdas, atau jaringan pintar, yang memiliki fitur digital yang kompleks. Saat ini, harus diakui bahwa teknologi digital telah menjadi bagian penting dari kehidupan kita di manapun dan kapanpun kita berada. Teknologi digital telah menyertai setiap aspek kehidupan kita, baik di rumah, di jalan, di tempat kerja, di sekolah atau kampus, di pusat perbelanjaan, di tempat rekreasi atau hiburan, di kantor pemerintah, dan bahkan di tempat ibadah.

Ini adalah era homo digitalis, di mana manusia dibentuk oleh revolusi teknologi digital. Saat ini, setiap orang sudah akrab dengan berbagai piranti teknologi digital. Sekarang hampir setiap orang memiliki telepon seluler yang terhubung ke internet. Ponsel pintar, juga dikenal sebagai *smartphone*, telah berkembang menjadi alat yang tidak hanya berfungsi untuk berkomunikasi, tetapi juga untuk menyediakan informasi, pengetahuan, dan hiburan. Bahkan dalam kehidupan sosial, pertukaran dan digital semakin cepat. Walaupun jauh, keinginan untuk mendapatkan

informasi yang cukup tidak dibatasi. Dalam masyarakat, sistem distribusi informasi juga berubah, beralih dari cetak ke elektronik atau digital.



Gambar 5.2 Dampak Perkembangan Komunikasi Digital Pada Perubahan Sosial
Sumber: ©Ilustrasi dibuat AI

Akulturası budaya yang didorong oleh penggunaan teknologi informasi saat ini adalah salah satu fenomena yang mendorong perubahan dalam dinamika kehidupan masyarakat. Akulturası budaya ini memungkinkan individu untuk berbagi ide, kritik, saran, dan bahkan "hujatan" setiap hari melalui berbagai jenis media yang digunakan masyarakat atau individu. Pengaruh era digital atau media sosial saat ini terhadap perubahan sosial memiliki efek yang baik maupun buruk. Sebenarnya, pengaruh pengguna media sosial telah membawa perubahan sosial ke arah yang lebih baik, tetapi efek negatif dari perubahan sosial cenderung menyebabkan masyarakat kehilangan nilai dan kebiasaan yang ada. Peralihan yang mengubah tata kehidupan masyarakat disebut perubahan sosial. Ini terjadi terus menerus karena sifat sosial yang dinamis dan dapat berubah. Perubahan

sosial di era digital ini disebabkan oleh semakin berkembangnya teknologi di era saat ini. Perubahan sosial ini disebabkan oleh beberapa faktor, dimulai dari semakin pesat-nya perkembangan yang terjadi di seluruh dunia, dan semakin canggihnya teknologi. Perubahan sosial ini adalah salah satu dari banyak perubahan sosial yang terjadi di masyarakat modern.

Dimulai dengan peningkatan teknologi. Era digital ini menantang masyarakat dalam bidang sosial. Pola perubahan antara satu sama lain juga disebabkan oleh era teknologi modern. Ketika masyarakat berkumpul, mereka lebih cenderung bermain ponsel daripada berbicara dengan sesama. Namun, salah satu efeknya adalah masyarakat memiliki kemampuan untuk berinteraksi dengan dunia luar tanpa harus berinteraksi secara langsung dengan orang lain. Dalam era teknologi saat ini, kita harus mengendalikan teknologi dengan baik dan benar. Teknologi juga harus digunakan dengan cara yang positif agar tidak memberikan efek negatif. Kemajuan teknologi membawa perubahan besar terhadap dunia, tetapi juga menawarkan manfaat dalam beberapa bidang, seperti politik, ekonomi, budaya, dan hukum. Oleh karena itu, kita harus dapat memanfaatkan teknologi dengan baik agar tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan saat kita menggunakannya teknologi digital.

Perkembangan teknologi yang cukup pesat ini juga dianggap memiliki efek negatif terhadap perilaku kehidupan masyarakat. Hal ini disebabkan oleh perkembangan teknologi informasi yang cepat yang telah mengubah budaya dan pola komunikasi, baik secara sadar maupun tidak. Kemajuan ini telah mengubah pola kehidupan masyarakat secara signifikan. Kehidupan masyarakat dipengaruhi oleh perubahan dan kemajuan teknologi komunikasi, dengan efek positif atau negatif. Aspek sosial dan budaya masyarakat dapat dipengaruhi oleh

teknologi komunikasi seperti dunia maya, atau website. Seringkali, seseorang akan menghabiskan waktu berjam-jam hanya untuk berinteraksi dengan teman atau kenalan jika mereka terlalu tertarik dengan teknologi seperti dunia maya.

Teknologi tidak bisa dilihat sebagai kekuatan yang sepenuhnya positif atau negatif, melainkan sebagai alat yang dapat memengaruhi interaksi dan komunikasi antar manusia dengan cara yang sesuai. Teknologi tetap berfungsi sebagai alat yang mendukung dan meningkatkan kualitas interaksi antar manusia. Pandangan positif mendorong perkembangan manusia karena fasilitas tersebut digunakan sesuai tujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia. Kemajuan teknologi digital yang mengubah perilaku dalam masyarakat. Transformasi sosial yang muncul disebabkan oleh perkembangan teknologi yang cepat dan tak dapat dihindari. oleh masyarakat. Perkembangan teknologi yang terjadi dalam berbagai bidang mengharuskan masyarakat agar mengubah pola perilaku mereka termasuk dalam interaksi sosial. Tersadar bahwa pergeseran interaksi yang berlangsung di masyarakat mengubah dalam berbagai dimensi.

Referensi

- Abdillah, L. A. (2022). *Peranan Media Sosial Modern*. Palembang: Bening media Publishing.
- Asari, A., Syaifuddin, E. R., Ningsi, N., Sudianto, Maria, H. D., Adhicandra, I., . . . Murti, S. (2023). *Komunikasi Digital*. Klaten, Jawa Tengah: Penerbit Lakeisha.
- Fatoni. (2025, Februari 15). *Alasan Warga Global Menggunakan Media Sosial, Data Terbaru Tahun 2025l*. (R. Wiranata, Editor) Retrieved from Batam News:

<https://tagar.co/alasan-warga-global-menggunakan-media-sosial-data-terbaru-tahun-2025/>

Herlina, S., Boer, D. F., Nova Saha Fasadena, M., Adrian Kede, S., Muhammad Al-Muizul Kahfi, S., Dr. Leila Mona Ganiem, M., . . . Deryansya, A. D. (2023). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Pasuruan: CV. Basya Media Utama.

Nofiasari, W., Rusdin, F. R., Yusanto, Y., Putri, I. G., Rahmat, F. N., Yulianto, A., . . . Pratiwi, C. P. (2024). *Strategi Komunikasi Digital*. Bandung: Widina Media Utama.

Wibowo, T. S., Mamis, S., Yahya, S. R., Romadloni, N. T., Witjaksono, G., Trianti, F. A., . . . N, M. A. (2024). *Transformasi Teknologi Komunikasi*. Kuningan, Jawa Barat: Aina Media Baswara.

BAB 6

PLATFORM DIGITAL DAN POLA INTERAKSI

Oleh: Rindana Intan Emeilia, S.Sos.,M.I.Kom

A. Pemanfaatan Platform Digital dalam Komunikasi

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam cara manusia berkomunikasi. Dahulu komunikasi dilakukan dengan tatap muka, kini telah bergeser ke arah komunikasi berbasis digital yang lebih cepat, praktis, dan tanpa batas geografis. Terdapat beragam manfaat dari penerapan literasi digital, sebagaimana diungkapkan oleh Sumiati dan Wijinarko (2020). Manfaat tersebut antara lain adalah perluasan wawasan dalam penemuan dan pemahaman informasi, peningkatan keterampilan berpikir kritis, kemampuan mengembangkan ide dan berinovasi, peningkatan fokus dan konsentrasi, serta penguatan kemampuan membaca dan menulis (Sumiati & Wijinarko 2020). Platform digital seperti media sosial, aplikasi pesan instan, dan forum daring telah menjadi sarana utama dalam menjalin hubungan, menyampaikan informasi, hingga membangun identitas diri di ruang maya. Transformasi ini tidak hanya berdampak pada individu, tetapi juga pada organisasi, lembaga pendidikan, dan dunia bisnis. Dengan teknologi digital,

komunikasi menjadi lebih efisien dan fleksibel, mendukung kolaborasi lintas wilayah dan budaya. Namun, perubahan ini juga membawa tantangan tersendiri, seperti menurunnya kualitas interaksi interpersonal secara langsung dan munculnya risiko penyalahgunaan media digital.

1. Peran Teknologi Digital dalam Transformasi Komunikasi

Teknologi digital berperan sebagai katalis utama dalam evolusi komunikasi manusia. Dengan adanya konektivitas internet, individu kini dapat berinteraksi tanpa batas ruang dan waktu. Aplikasi seperti *WhatsApp*, *Telegram*, *Zoom*, dan *Google Meet* memungkinkan pertukaran pesan, suara, dan video secara real-time.



Gambar 6. 1 WhatsApp, Telegram

Sumber: <https://bit.ly/telegram-whatsapp-1miliar>



Gambar 6. 2 Zoom, dan Google Meet

Sumber: <https://bit.ly/google-meet-zoom>

Media sosial seperti *Instagram*, *TikTok*, *Facebook*, dan *X (Twitter)* menjadi wadah ekspresi diri dan diseminasi informasi

publik secara cepat. WhatsApp merupakan salah satu aplikasi yang sangat populer dan banyak dimanfaatkan oleh berbagai lapisan masyarakat di Indonesia (Sukrillah et al., 2017).



Gambar 6.3 Instagram, TikTok, Facebook, dan X (Twitter)

Sumber: <https://bit.ly/dreamstime-social-icons>

Dari perspektif sosial, komunikasi digital memperkuat keterhubungan sosial dan memperluas jaringan interaksi. Masyarakat tidak lagi terbatas pada interaksi fisik dalam komunitas lokal, tetapi dapat membangun komunitas virtual yang beranggotakan individu dengan minat yang sama dari berbagai belahan dunia. Contohnya, komunitas profesional di LinkedIn memungkinkan kolaborasi kerja lintas negara, sementara komunitas akademik di *ResearchGate* mempertemukan para peneliti global untuk berbagi temuan ilmiah.

2. Karakteristik Platform Digital

Karakteristik Platform digital yaitu aspek interaktivitas, partisipasi pengguna, personalisasi algoritma, anonimitas dan kemampuan viralitas yang membentuk dinamika komunikasi kontemporer (Suhendra & Pratiwi, 2024). Setiap karakteristik

memiliki peran krusial dalam membentuk pengalaman pengguna dan pola interaksi yang terjadi di dalamnya. Pertama, Interaktivitas memungkinkan pengguna untuk tidak hanya mengonsumsi informasi tetapi juga memproduksi, menciptakan siklus umpan balik yang berkelanjutan. Kedua, partisipasi sebagai inti dari platform digital, mendorong kontribusi konten dan diskusi, yang pada gilirannya memperkaya ekosistem digital tersebut. Ketiga, personalisasi algoritma pada platform digital menyesuaikan pengalaman setiap individu berdasarkan preferensi dan perilaku. Keempat, viralitas memungkinkan informasi menyebar dengan cepat dan luas, yang seringkali melampaui batasan geografis dan sosial. Fenomena viral ini menciptakan efek jaringan yang memungkinkan konten untuk mencapai khalayak yang jauh lebih besar daripada yang mungkin terjadi di media tradisional.

3. Peluang Komunikasi di Era Digital

Pemanfaatan platform digital membuka berbagai peluang dalam pengembangan komunikasi interpersonal maupun komunikasi massa. Beberapa peluang utama antara lain:

a. Akses Komunikasi Global.

Individu dapat berinteraksi lintas batas geografis dalam hitungan detik. Misalnya, pelajar di Indonesia dapat berdiskusi langsung dengan mahasiswa di Eropa melalui forum *daring* atau video *conference*.

b. Peningkatan Efisiensi Waktu dan Biaya.

Komunikasi digital memungkinkan pengiriman pesan dengan cepat tanpa memerlukan biaya besar. Dalam konteks organisasi, rapat daring menghemat biaya perjalanan dan waktu koordinasi.

c. Kemudahan Kolaborasi dan Inovasi.

Platform seperti *Google Workspace* atau *Microsoft Teams* memfasilitasi kerja sama jarak jauh secara efektif. Kolaborasi digital ini mendukung produktivitas dan inovasi yang tidak lagi bergantung pada pertemuan fisik.

d. Peningkatan Akses Informasi.

Melalui media digital, masyarakat dapat memperoleh informasi terkini secara cepat. Informasi yang tersebar melalui platform digital memungkinkan pengguna memperluas wawasan dan literasi digital.

Dengan demikian, teknologi digital bukan hanya alat bantu komunikasi, tetapi juga sarana pembentuk ekosistem sosial baru yang lebih terbuka dan inklusif.

4. Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal

Transformasi digital telah mengubah dinamika komunikasi interpersonal. Dalam konteks tradisional, komunikasi dilakukan secara langsung (*face-to-face*) dengan menekankan aspek verbal dan nonverbal. Kini, komunikasi lebih banyak terjadi melalui teks, emoji, atau pesan suara. Hal ini membawa konsekuensi terhadap cara manusia memahami pesan dan membangun kedekatan emosional. Sebagai contoh, dalam komunikasi daring, emosi atau maksud pembicara tidak selalu dapat ditangkap dengan baik karena tidak adanya isyarat wajah dan intonasi suara. Akibatnya, potensi miskomunikasi menjadi lebih tinggi. Meskipun demikian, komunikasi digital tetap menawarkan kenyamanan dan kecepatan, terutama dalam situasi di mana pertemuan fisik sulit dilakukan.

Selain itu, hubungan sosial di media digital sering kali bersifat *superficial* (dangkal). Banyak individu memiliki ribuan teman di media sosial, namun tidak semua hubungan tersebut

mencerminkan kedekatan nyata. Fenomena ini menunjukkan adanya perubahan makna pertemanan dan hubungan sosial dalam era digital.

5. Tantangan Komunikasi di Era Digital

Meskipun menawarkan banyak peluang, komunikasi digital juga menghadirkan sejumlah tantangan yang perlu diantisipasi (Boestam & Derivanti, 2022; Andzani & Irwansyah, 2023 Salsabila & Anshori, 2024; Utami et al., 2024).

- a. Menurunnya Kualitas Interaksi Tatap Muka.
Kecenderungan untuk lebih banyak berkomunikasi melalui pesan teks atau media sosial mengurangi intensitas interaksi langsung. Padahal, komunikasi tatap muka penting dalam membangun empati dan kepercayaan.
- b. Ketergantungan pada Teknologi.
Terlalu sering menggunakan media digital dapat menimbulkan ketergantungan psikologis. Banyak individu merasa gelisah jika tidak terhubung ke internet atau tidak menerima respons cepat dari pesan yang dikirim.
- c. Munculnya Isolasi Sosial.
Ironisnya, semakin sering seseorang berinteraksi secara digital, semakin besar kemungkinan mereka merasa terisolasi secara sosial. Komunikasi digital yang intens dapat menggantikan interaksi sosial nyata, menyebabkan kesepian dan menurunnya kemampuan sosial.
- d. Distorsi Makna Pesan.
Dalam komunikasi digital, pesan sering kali disalahartikan karena hilangnya konteks nonverbal. Misalnya, pesan singkat seperti OK dapat diartikan positif atau negatif tergantung pada intonasi yang tidak bisa ditampilkan melalui teks.

e. Keamanan dan Privasi Data.

Komunikasi digital juga rawan terhadap kebocoran informasi pribadi. Pengguna perlu memahami etika digital dan keamanan siber agar terhindar dari penyalahgunaan data.

6. Komunikasi Digital dalam Dunia Pendidikan dan Bisnis

Di dunia pendidikan, platform digital seperti Google Classroom, Zoom, dan Moodle menjadi sarana utama dalam kegiatan pembelajaran daring. Komunikasi antara pendidik dan peserta didik kini tidak terbatas oleh ruang kelas fisik. Hal ini membuka peluang pembelajaran fleksibel, namun juga menuntut keterampilan komunikasi digital yang efektif agar pesan pembelajaran tersampaikan dengan baik.

Dalam dunia bisnis, komunikasi digital menjadi tulang punggung bagi kegiatan operasional. Strategi pemasaran, layanan pelanggan, hingga koordinasi internal banyak dilakukan melalui media digital. Perusahaan memanfaatkan platform seperti Slack atau Trello untuk mempercepat pengambilan keputusan. Selain itu, media sosial digunakan sebagai alat branding dan hubungan pelanggan (*customer engagement*) yang efektif.

7. Strategi Meningkatkan Efektivitas Komunikasi Digital

Menurut Putro et al. (2020), komunikasi adalah proses pengiriman pesan yang dilakukan oleh komunikator kepada komunikan, biasanya dengan bantuan media, demi mencapai target tertentu. Kualitas penyampaian pesan dalam proses ini krusial karena menentukan kualitas hubungan yang terbentuk: komunikasi yang efektif menghasilkan hubungan yang positif, sementara komunikasi yang buruk akan berdampak negatif. Untuk mengoptimalkan manfaat platform digital dalam komunikasi, beberapa strategi dapat diterapkan, antara lain:

a. Meningkatkan Empati Digital.

Pengguna perlu memahami bahwa di balik setiap akun digital terdapat individu nyata dengan emosi dan perasaan. Empati dapat diwujudkan dengan memilih kata yang sopan dan menghormati perbedaan pendapat.

b. Memadukan Komunikasi Digital dan Tatap Muka.

Keseimbangan antara komunikasi daring dan langsung perlu dijaga agar hubungan sosial tetap hangat dan autentik.

c. Menerapkan Etika Komunikasi yang Baik.

Etika dasar seperti menghormati privasi, tidak menyebarkan informasi pribadi, dan tidak melakukan *spam* harus diterapkan dalam semua bentuk komunikasi digital.

d. Meningkatkan Literasi Teknologi.

Penguasaan teknologi digital memungkinkan seseorang berkomunikasi lebih efektif dan menghindari kesalahan teknis yang dapat menghambat interaksi.

Pemanfaatan platform digital dalam komunikasi merupakan bukti nyata dari kemajuan teknologi yang telah membawa perubahan besar dalam kehidupan manusia. Meskipun menawarkan berbagai kemudahan dan peluang, komunikasi digital juga menghadirkan tantangan yang perlu disikapi dengan bijaksana. Keseimbangan antara komunikasi digital dan tatap muka menjadi kunci dalam menjaga kualitas interaksi sosial. Ke depan, kemampuan beradaptasi terhadap perkembangan teknologi dan peningkatan literasi digital akan menjadi faktor penting dalam membangun komunikasi yang efektif, etis, dan berkelanjutan di era digital. Fokus literasi digital, menurut Sabrina (2019), adalah daya pikir kritis individu, sebuah kemampuan yang menuntut fungsi kognitif saat menggunakan media digital dan media sosial.

B. Perubahan Pola Interaksi Sosial

Era digital telah membawa perubahan besar pada pola interaksi sosial dari komunikasi linear dan terbatas menjadi bentuk interaksi yang multiraah, dinamis, dan terkadang anonim. Platform digital seperti Instagram, Facebook, TikTok, WhatsApp, dan X (Twitter) menjadi sarana utama untuk berkomunikasi, berbagi informasi, bahkan membentuk identitas sosial baru.

Perubahan ini melibatkan interaksi yang lebih cepat dan luas, memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi secara real-time dan berpartisipasi dalam berbagai komunitas virtual (Harahap, at.al., 2024). Perubahan pola interaksi sosial ini tidak hanya berdampak pada individu, tetapi juga pada struktur sosial secara keseluruhan. Pola hubungan keluarga, pertemanan, hingga hubungan kerja turut mengalami transformasi mengikuti perkembangan teknologi digital.

1. Transformasi Sosial di Era Digital

Teknologi digital telah menciptakan apa yang disebut sebagai masyarakat jaringan (*network society*), di mana interaksi manusia dimediasi oleh teknologi komunikasi berbasis internet. Dalam masyarakat jaringan, identitas sosial dan hubungan antarindividu lebih banyak dibentuk melalui media digital daripada pertemuan langsung. Platform digital menyediakan ruang bagi setiap individu untuk mengekspresikan diri, berpendapat, dan menjalin relasi sosial. Namun, komunikasi yang dimediasi teknologi sering kali mengubah kedalaman dan makna dari hubungan sosial itu sendiri. Transformasi sosial ini terlihat dari:

- a. Meningkatnya konektivitas global. Setiap individu dapat menjalin hubungan lintas negara dan budaya secara instan.
- b. Munculnya identitas virtual. Seseorang dapat menampilkan citra diri yang berbeda di dunia maya dibandingkan dunia

nyata. Perubahan nilai dan norma sosial. Etika berinteraksi di ruang

- c. Digital tidak selalu sama dengan interaksi di dunia nyata, sehingga menimbulkan adaptasi sosial baru.

Dengan demikian, kemajuan teknologi digital bukan hanya menciptakan alat komunikasi, tetapi juga membentuk cara berpikir, bersikap, dan berinteraksi antaranggota masyarakat.

2. Pola Interaksi Sosial di Ruang Digital

Di era digital, pola interaksi sosial telah mengalami transformasi signifikan dari model tradisional yang terbatas pada pertemuan fisik atau komunikasi tatap muka. Teknologi digital memungkinkan interaksi yang lebih fleksibel, melampaui batas waktu dan ruang, dengan pola yang dapat dikategorikan menjadi sinkron (*real-time*) dan asinkron (*non-real-time*). Selain itu, pola ini mencakup tiga model utama penyebaran informasi yaitu: satu-ke-banyak (penyebaran masif), banyak-ke-satu (pengumpulan umpan balik terpusat), dan banyak-ke-banyak (kolaborasi serta diskusi kelompok yang kompleks). Perubahan ini didorong oleh platform seperti media sosial, aplikasi pesan, dan alat kolaborasi online, yang memfasilitasi koneksi global

- a. Interaksi Sinkron dan Asinkron.

Interaksi sinkron terjadi secara *real-time*, memungkinkan respons langsung seperti dalam panggilan video (misalnya, *Zoom* atau *FaceTime*) atau obrolan langsung di aplikasi seperti WhatsApp. Ini menjaga elemen tatap muka virtual, memperkuat ikatan sosial melalui ekspresi nonverbal. Sebaliknya, interaksi asinkron tidak memerlukan kehadiran simultan, seperti mengirim email, posting di media sosial, atau komentar di blog, yang memungkinkan fleksibilitas jadwal. Perubahan ini telah menggeser interaksi sosial dari dominasi

tatap muka ke hibrida digital, di mana individu dapat berinteraksi kapan saja (Casey, 2016).

b. Interaksi Satu-ke-Banyak, Banyak-ke-Satu, dan Banyak-ke-Banyak

Model Interaksi satu-ke-banyak melibatkan penyebaran informasi dari satu sumber ke banyak penerima secara masif, mirip dengan broadcasting tradisional tetapi diperluas oleh internet. Contohnya, posting di Twitter atau YouTube yang dapat dilihat oleh jutaan orang dalam hitungan detik. Ini memungkinkan influencer atau organisasi menyebarkan pesan dengan cepat. Interaksi banyak-ke-satu fokus pada pengumpulan input dari banyak orang ke satu titik pusat, seperti survei online, polling di media sosial, atau sistem rating di platform e-commerce (misalnya, ulasan di Amazon). Interaksi ini memungkinkan pengumpulan data besar-besaran untuk analisis, seperti dalam riset pasar atau pengambilan keputusan kolektif. Model banyak-ke-banyak, melibatkan interaksi multidireksional di antara banyak pihak, seperti diskusi di forum online (*Reddit*), kolaborasi dokumen bersama (*Google Docs*), atau grup chat (*Discord*). Interaksi ini memungkinkan pembentukan komunitas virtual yang kompleks, di mana anggota dapat berkontribusi, berdebat, dan membangun pengetahuan bersama, seperti dalam proyek open-source atau gerakan sosial.

3. Perluasan Jaringan Sosial

Salah satu dampak positif paling nyata dari kehadiran media sosial adalah perluasan jaringan sosial. Melalui platform digital, individu dapat terhubung dengan orang-orang dari berbagai latar belakang, profesi, dan budaya. Media sosial berfungsi sebagai “jembatan sosial” yang mempertemukan individu berdasarkan kesamaan minat, tujuan, atau nilai (Salsabila & Anshori, 2025).

Contohnya, komunitas pembelajar daring, kelompok hobi, dan jaringan profesional berkembang pesat melalui media digital. Perluasan jaringan ini memberikan beberapa keuntungan:

- a. Akses terhadap informasi baru.
Individu lebih mudah memperoleh pengetahuan dan perspektif berbeda dari orang lain di seluruh dunia.
- b. Peningkatan partisipasi sosial.
Media sosial memungkinkan masyarakat untuk berpartisipasi dalam isu sosial, kampanye lingkungan, atau gerakan kemanusiaan.
- c. Penguatan solidaritas digital.
Masyarakat dapat saling mendukung dan menunjukkan empati melalui platform daring, terutama saat terjadi bencana atau krisis sosial.

Namun, perluasan jaringan sosial ini juga membawa risiko jika tidak diimbangi dengan literasi digital yang baik. Hubungan yang bersifat virtual kadang dangkal, tidak stabil, dan mudah terputus karena kurangnya keterlibatan emosional yang nyata.

4. Dampak Positif Perubahan Pola Interaksi Sosial

Selain memperluas jaringan sosial, kemajuan teknologi digital memberikan banyak dampak positif terhadap cara manusia berinteraksi:

- a. Meningkatkan Akses Komunikasi.
Individu dapat berkomunikasi kapan saja dan di mana saja, memperkuat hubungan keluarga dan pertemanan jarak jauh.
- b. Mempercepat Pertukaran Informasi.
Informasi dapat tersebar dengan cepat, mendukung kesadaran sosial dan mobilisasi kolektif.

- c. Membuka Peluang Kolaborasi Sosial dan Profesional.
Platform seperti LinkedIn atau Slack memungkinkan kolaborasi lintas sektor dan negara.
- d. Meningkatkan Keterlibatan Publik.
Warga dapat berpartisipasi dalam diskusi publik, politik, atau budaya melalui ruang digital.
- e. Mendorong Inovasi Sosial.
Media sosial sering menjadi sarana lahirnya gerakan sosial baru yang inovatif, seperti kampanye lingkungan digital dan komunitas berbasis empati.

Dari sisi ini, media sosial tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga medium pemberdayaan masyarakat dan penguatan modal sosial.

5. Dampak Negatif pada Hubungan Sosial

Di balik berbagai kemudahan yang ditawarkan media sosial, penggunaannya juga menghadirkan dampak negatif terhadap kualitas hubungan sosial

- a. Perbandingan Sosial (*Social Comparison*)
Media sosial sering kali menampilkan sisi terbaik kehidupan seseorang, yang dapat menimbulkan perasaan tidak puas, iri, atau rendah diri. Fenomena ini dikenal sebagai “kecemburuan digital”, di mana individu merasa kehidupannya tidak sebaik orang lain yang tampak sempurna di media sosial (Salsabila & Anshori, 2024; Utami et al., 2024).
- b. Kecanduan Media Sosial (*Social Media Addiction*)
Kecanduan ini terjadi ketika seseorang menghabiskan waktu berlebihan di media sosial, mengabaikan interaksi nyata. Hal ini menurunkan produktivitas, mengganggu pola tidur, dan

menurunkan kualitas hubungan keluarga (Boestam & Derivanti, 2022; Salsabila & Anshori, 2024).

c. Fenomena Kehilangan Privasi (*Privacy Loss*)

Pengguna sering kali membagikan terlalu banyak informasi pribadi tanpa menyadari risiko keamanan data. Hal ini dapat menimbulkan penyalahgunaan identitas atau *cyberbullying* (Elizamiharti & Nelfira, 2024; Isdendi, 2023).

d. Menurunnya Empati Sosial

Interaksi daring yang serba cepat dan berbasis teks cenderung mengurangi sensitivitas terhadap perasaan orang lain. Akibatnya, banyak pengguna mudah terlibat dalam perdebatan, ujaran kebencian, atau perilaku tidak sopan di dunia maya (Utami et al., 2024).

e. Hubungan yang Dangkal dan Rapuh

Hubungan sosial di media digital sering tidak berakar pada kedekatan emosional. Seseorang bisa memiliki banyak “teman” di dunia maya, tetapi sedikit yang benar-benar menjadi teman sejati di dunia nyata (Boestam & Derivanti, 2022).

6. Pergeseran Nilai dan Budaya Interaksi

Perubahan pola interaksi sosial juga mencerminkan pergeseran nilai dalam masyarakat modern. Di masa lalu, hubungan sosial menekankan keintiman, kesopanan, dan tatakrama. Namun, di era digital, nilai-nilai tersebut sering kali bergeser menjadi lebih instan dan pragmatis. Fenomena seperti *oversharing* (berbagi berlebihan), *cancel culture*, dan *viralitas* menjadi bagian dari budaya baru yang memengaruhi cara individu memandang hubungan sosial. Dalam konteks ini, eksistensi sosial sering kali diukur dari jumlah pengikut, *like*, atau komentar yang diterima. Perubahan ini menimbulkan tantangan moral dan psikologis, terutama bagi generasi muda yang membangun identitas diri

melalui validasi digital. Oleh karena itu, penting untuk menanamkan nilai-nilai literasi digital dan etika komunikasi agar interaksi di dunia maya tetap sehat dan konstruktif.

7. Strategi Menghadapi Perubahan Pola Interaksi

Agar perubahan pola interaksi sosial di era digital berdampak positif, diperlukan strategi adaptasi yang tepat. Beberapa langkah strategis yang dapat dilakukan antara lain:

- a. Menumbuhkan Literasi Digital.
Pendidikan literasi digital harus ditanamkan sejak dini agar masyarakat mampu berinteraksi secara bijak, aman, dan bertanggung jawab di dunia maya.
- b. Meningkatkan Empati Sosial.
Pengguna media digital perlu memahami bahwa komunikasi bukan hanya tentang menyampaikan pesan, tetapi juga tentang membangun hubungan yang saling menghargai.
- c. Menjaga Keseimbangan antara Dunia Nyata dan Digital.
Interaksi tatap muka tetap diperlukan untuk memperkuat ikatan emosional dan menghindari ketergantungan pada dunia maya.
- d. Memperkuat Etika Komunikasi.
Menghormati privasi, tidak menyebarkan hoaks, dan menghindari ujaran kebencian merupakan bentuk tanggung jawab sosial dalam bermedia digital.
- e. Mengembangkan Ruang Digital Positif.
Pemerintah, lembaga pendidikan, dan masyarakat dapat berkolaborasi menciptakan platform digital yang mendukung kolaborasi, pembelajaran, dan solidaritas sosial.

Kemunculan media sosial dan teknologi digital telah mengubah secara mendasar cara manusia berinteraksi. Perubahan pola interaksi sosial ini menciptakan ruang komunikasi baru yang lebih terbuka, dinamis, dan global. Namun, di balik peluang tersebut terdapat tantangan besar berupa penurunan kualitas hubungan interpersonal, meningkatnya individualisme, serta risiko kecanduan dan perbandingan sosial. Untuk itu, masyarakat modern perlu menyeimbangkan antara interaksi digital dan hubungan tatap muka. Literasi digital dan etika komunikasi menjadi kunci utama agar transformasi sosial ini berjalan sehat dan produktif. Teknologi seharusnya menjadi sarana memperkuat hubungan manusia, bukan menggantikannya. Dengan kesadaran dan tanggung jawab bersama, perubahan pola interaksi sosial di era digital dapat membawa manfaat besar bagi pembangunan sosial yang inklusif dan berkelanjutan.

C. Pengaruh Platform Digital terhadap Komunikasi Publik di Ruang Digital

Platform digital telah merevolusi cara individu berinteraksi, berbagi informasi, dan membentuk opini publik, menciptakan ruang digital baru yang memfasilitasi komunikasi massa secara instan dan luas. Perkembangan ini secara fundamental mengubah lanskap komunikasi publik, menghadirkan dinamika baru dalam partisipasi publik dan aktivisme digital. Melalui media sosial, warga dapat berkomunikasi dan menyuarakan pandangan mereka mengenai isu-isu politik secara langsung, bahkan lebih cepat dibandingkan media konvensional (Elizamiharti & Nelfira, 2023). Transformasi ini juga memengaruhi identitas individu dalam ruang digital, membuka peluang ekspresi diri yang lebih beragam sekaligus menimbulkan tantangan terkait privasi dan otentisitas. Selain itu, meskipun platform digital mempercepat

penyebaran informasi dan memungkinkan dialog yang lebih inklusif, kemudahan akses ini turut berkontribusi pada fragmentasi diskusi publik dan polarisasi ideologi.

1. Partisipasi Publik dan Aktivisme Digital

Media sosial telah menjadi salah satu instrumen paling efektif dalam memobilisasi opini publik dan mendorong partisipasi sosial-politik. Individu kini dapat menyuarakan aspirasi, mengekspresikan pandangan terhadap isu-isu sosial, hingga berpartisipasi dalam gerakan aktivisme digital yang bersifat lokal maupun global. Kampanye solidaritas digital ditingkat global misalnya #StopGenocidePalestine dan #AllEyesOnRafah. Adapun gerakan sosial di Indonesia seperti #SaveKPK, #ReformasiDikorupsi dan #IndonesiaGelap merupakan contoh nyata bagaimana platform digital menjadi ruang bagi masyarakat untuk membangun solidaritas dan menuntut perubahan sosial.

Ruang digital memperluas jangkauan partisipasi politik dengan memungkinkan keterlibatan warga negara yang sebelumnya tidak memiliki akses terhadap forum publik tradisional. Selain itu, media sosial memberi peluang bagi munculnya pemimpin opini baru atau *influencer* yang mampu memengaruhi sikap publik (Suhendra & Pratiwi, 2024). Aktivisme digital tidak lagi terbatas pada ruang akademik atau politik formal, melainkan juga pada individu yang memiliki kemampuan menggerakkan massa melalui narasi dan simbol yang disebarakan secara daring.

Fenomena ini tampak jelas dalam gerakan 17+8 Tuntutan Rakyat, di mana sejumlah aktivis dan influencer media sosial berperan besar dalam memperkuat daya jangkauan gerakan tersebut. Melalui platform seperti Instagram, X (Twitter), dan TikTok, mereka mengubah daftar tuntutan menjadi narasi visual dan emosional yang mudah dipahami publik. Unggahan berisi

poster digital, video pendek, hingga siaran langsung aksi di lapangan membuat isu ini viral dan menembus ruang publik nasional. Figur-figur populer seperti aktivis mahasiswa, jurnalis independen, hingga kreator konten turut menyuarakan solidaritas dan menyerukan keterlibatan publik secara damai.

2. Transformasi Identitas dalam Ruang Digital

Platform digital turut berperan besar dalam membentuk dan menegosiasikan identitas individu. Di dunia maya, seseorang dapat menampilkan versi terbaik dirinya melalui foto, video, atau status yang dikurasi sedemikian rupa. Identitas digital menjadi representasi sosial baru yang dapat berbeda dari identitas nyata seseorang. Fenomena ini memperlihatkan bagaimana masyarakat modern hidup dalam dua dunia dunia fisik dan dunia digital yang saling berinteraksi dan memengaruhi. Di satu sisi, hal ini membuka ruang kebebasan berekspresi; di sisi lain, dapat menimbulkan tekanan sosial akibat tuntutan untuk tampil sempurna di dunia maya. Bagi generasi muda, terutama remaja dan mahasiswa, pembentukan identitas di dunia digital sering kali menjadi bagian penting dari proses pencarian jati diri. Individu menggunakan media sosial untuk mengeksplorasi minat, pandangan politik, nilai-nilai moral, bahkan orientasi budaya. Namun, apabila tidak disertai dengan literasi digital yang baik, proses ini dapat menimbulkan kebingungan identitas dan kecenderungan meniru budaya asing tanpa pemahaman mendalam terhadap akar budaya sendiri.

3. Tantangan Fragmentasi Diskusi Publik

Salah satu dampak negatif dari interaksi sosial di ranah digital adalah munculnya fragmentasi dalam diskusi publik. Algoritma media sosial cenderung menampilkan konten yang sesuai dengan preferensi pengguna, sehingga individu sering kali hanya berinteraksi dengan mereka yang memiliki pandangan serupa.

Kondisi ini dikenal sebagai *filter bubble* atau *echo chamber*. Akibatnya, ruang publik digital kehilangan keberagaman pendapat yang sehat. Diskusi menjadi sempit, cenderung emosional, dan sering kali berujung pada polarisasi sosial. Fenomena ini memperlemah kualitas demokrasi karena masyarakat tidak lagi terbiasa mendengarkan argumen berbeda (Elizamiharti & Nelfira, 2024; Andzani & Irwansyah, 2023). Lebih jauh lagi, penyebaran informasi palsu atau hoaks memperburuk kondisi ini. Informasi yang tidak diverifikasi dapat menyulut konflik sosial, memperdalam kesalahpahaman antar kelompok, dan menurunkan kepercayaan publik terhadap lembaga sosial maupun pemerintah. Oleh karena itu, dibutuhkan kesadaran kolektif untuk membangun ruang diskusi yang inklusif, objektif, dan berbasis pada data yang valid.

Referensi

- Andzani, D., & Irwansyah. (2023). Dinamika Komunikasi Digital: Tren, Tantangan dan Prospek Masa Depan. *Jurnal Syntax Admiration*, 4(11), 1964–1976.
<https://doi.org/10.46799/jsa.v4i7.671>
- Boestam, A. B., & Derivanti, A. Des. (2022). Komunikasi Digital dan Perubahan Sosial. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)*, 6(4), 2829–2834.
- Casey, C.A. (2016). Synchrony and Asynchrony. *The International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy*.
<https://doi.org/10.1002/9781118766804.wbiect028>
- Elizamiharti, E., & Nelfira, N. (2023). Demokrasi Di Era Digital: Tantangan Dan Peluang Dalam Partisipasi Politik. *Jurnal Riset Multidisiplin Dan Inovasi Teknologi*, 2(01), 61–72.
<https://doi.org/10.59653/jimat.v2i01.342>

- Harahap, A. S., Nabila, S., Sahyati, D., Tindaon, M., & Batubara, A. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Etika Remaja Di Era Digital. *Indonesian Culture and Religion Issues*, 1(2), 9. <https://doi.org/10.47134/diksima.v1i2.19>
- Isdendi, R. R., Nanda, I., & Suganda, M. W. (2023). *The Role of Indonesia's Digital Citizenship Generation in the Realization of Ethics in Cyberspace* (pp. 514–525). https://doi.org/10.2991/978-2-38476-096-1_57
- Putro, K. Z., Amri, M. A., Wulandari, N., & Kurniawan, D. (2020). Pola interaksi anak dan orangtua selama kebijakan pembelajaran di rumah. *Fitrah: Journal of Islamic Education*, 1(1), 124-140.
- Sabrina, A.R. (2019), “Literasi Digital Sebagai Upaya Preventif Menanggulangi Hoax”, *Communicare : Journal of Communication Studies*, Vol. 5 No. 2, p. 31, doi: 10.37535/101005220183
- Salsabila, A., & Anshori, I. (2025). Dampak Digitalisasi dan Media Sosial terhadap Interaksi Sosial di Masyarakat. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 5(2), 1873–1880. <https://doi.org/10.54082/jupin.1059>
- Suhendra, S., & Pratiwi, F. S. (2024). Peran Komunikasi Digital dalam Pembentukan Opini Publik: Studi Kasus Media Sosial. *IAPA Proceedings Conference*, 293–315. <https://doi.org/10.30589/proceedings.2024.1059>
- Sukrillah, A., Ratnamulyani, I., & Kusumadinata, A. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Melalui Whatsapp Group Fei Sebagai Sarana Komunikasi. *Jurnal Komunikatio*, 3(2), 95–104. <https://doi.org/10.24036/ld.v2i2.3525>

- Sumiati, E. and Wijonarko. (2020), “Manfaat Literasi Digital Bagi Masyarakat dan Sektor Pendidikan Pada Saat Pandemi Coid-19”, Buletin Perpustakaan Universitas Islam Indonesia, Vol. 3 No. 2,
- Utami, I. N., Pranata, N. P., Syihab, N. M., & Kembara, M. D. (2024). Mengapa Etika Penting di Era Digital? *Jurnal Insan Pendidikan Dan Sosial Humaniora*, 2(3), 122–132. <https://doi.org/10.59581/jipsoshum-widyakarya.v2i3.3418>

BAB 7

LITERASI DIGITAL DAN BUDAYA SIBER

Oleh: Rosmalia Ahmad, S.I.Kom.,M.Si.

A. Pendahuluan

Abad 21 menandai hadirnya teknologi dengan cepat di era masyarakat modern. Kondisi ini menjadikan masyarakat mampu beradaptasi dengan teknologi. Adaptasi mendorong penggunaan yang harus disertai dengan tingkat kemampuan kognisi, afeksi, dan konasi yang dikenal dengan literasi digital. Literasi digital tidak hanya berbicara tentang kemampuan menggunakan teknologi, melainkan membahas kemampuan mengakses, memahami, menafsirkan, berpikir kritis, dan mampu menyampaikan pandangannya terhadap berbagai informasi digital yang diperoleh. Dengan kata lain, literasi digital tidak hanya memaksa adanya adaptasi, tetapi membuat masyarakat menjadi komunitas berdaya, etis, dan bertanggungjawab.

Literasi digital menjadi penting karena semakin banyak informasi diciptakan, dibagikan, dan dikonsumsi secara elektronik. Alat-alat baru memungkinkan informasi diproduksi dengan cara berbeda, sehingga kemampuan literasi dibutuhkan agar dapat mengelola dan memahami informasi dengan baik

(Hays & Kammer, 2021). Literasi digital dikenal dengan istilah lain "*digital fluency*" sebagai multiliterasi mencakup keterampilan konsumsi informasi, memproses, dan kemampuan kompeten menghasilkan, memanipulasi, mengedit, dan menggunakan konten atau informasi digital secara etis, tanggungjawab, dan tepat (Motley & Lackaff, 2021).

Ketika kemampuan-kemampuan dimiliki dan diterapkan oleh pengguna di ruang digital, maka akan membentuk budaya siber mulai penggunaan teknologi informasi dan komunikasi berdasarkan nilai, norma, kebiasaan, dan bentuk komunikasi baru yang berkembang dalam lingkungan digital (Thompson et al., 2014). Hal ini menunjukkan bahwa literasi digital menjadi pondasi perilaku pengguna, dan budaya siber sebagai hasil kolektif yang diperoleh dari praktik-praktik literasi digital. Dimana pengguna yang mempunyai kemampuan memahami etika dalam berbagi data, menghormati privasi antar pengguna, berinteraksi dengan sopan, dan saling menghargai. Oleh karena itu, budaya siber dianggap sebagai cerminan tingkat literasi digital sebuah masyarakat.

Penulisan ini bermaksud ingin menegaskan pentingnya literasi dalam berinteraksi di ruang digital. Artinya pengguna tidak hanya berdasarkan aspek teknis, tetapi sebagai proses komunikasi sosial yang membentuk budaya siber. Literasi digital memungkinkan pengguna memahami, menafsirkan, bahkan memproduksi pesan atau informasi di ruang digital secara etis dan kritis. Sementara itu, budaya siber menjadi manifestasi kolektif dari praktik berbasis tatanan nilai, norma, dan perilaku yang muncul dari ruang digital. Penulisan ini akan menekankan aspek teoritis literasi digital dan budaya siber yang diintegrasikan dengan komunikasi lingkungan. Artinya, literasi digital dan budaya siber dapat menjadi pedoman bagi masyarakat dalam

memahami sekaligus merespon isu-isu lingkungan ketika berada di ruang digital. Pengguna media digital dapat berpartisipasi secara etis dengan membentuk budaya komunitas yang menyadari pentingnya keberlanjutan ekologis.

B. Literasi Digital: Pengertian, Dimensi, dan Kompetensi

Literasi digital merupakan kemampuan mengevaluasi dan mengkritisi informasi yang diperoleh, dibuat, dan dibagikan dalam ruang digital. Seseorang yang melek digital harus mengembangkan kebiasaan berpikir kritis agar mampu menyesuaikan diri dengan alat dan konten digital. Literasi digital juga menggambarkan seperangkat aspek yaitu kemampuan, keterampilan, dan nilai. Aspek kemampuan menggambarkan upaya menganalisis, memproses, merancang, menghasilkan informasi secara sadar, memahami mekanisme algoritma, dan berinteraksi secara strategis di berbagai *platform* bahkan kecerdasan buatan. Aspek keterampilan berkaitan dengan upaya untuk mengembangkan dan menerapkan keterampilan berpikir kritis di tengah masifnya praktik misinformasi dan disinformasi di ruang digital. Pengguna juga harus menciptakan, berkolaborasi, berpartisipasi, dan berkomunikasi dengan cara penuh makna maupun saling menghormati. Aspek nilai berkaitan dengan perilaku menggunakan internet secara tanggung jawab, aman, dan etis dengan mempertimbangkan privasi data dan jejak digital. Serta bertanggung jawab sekaligus menyadari konsekuensi dari setiap tindakan di dunia maya (Hays & Kammer, 2021).

Di sisi lain, Radovanović (2024) memberikan pandangan dengan mengatakan literasi digital sebagai pendekatan multidimensional yang mempunyai empat dimensi yaitu teknis, kognitif, sosial, dan etika. Dimensi teknis berkaitan dengan

kemampuan atau keterampilan individu dalam menggunakan perangkat keras dan lunak, seperti komputer, *smartphone*, internet, dan aplikasi. Dimensi kognitif mencerminkan keterampilan berpikir kritis terhadap informasi yang diperoleh melalui media. Individu juga perlu mempunyai keterampilan mengevaluasi keaslian dan kredibilitas informasi dari mana asalnya. Dimensi sosial dianggap sebagai keterampilan dalam berinteraksi, berkolaborasi, bahkan berpartisipasi tidak berada di komunitas digital secara produktif dan etis. Dimensi etika menggambarkannya sebagai keterampilan yang berkaitan dengan pemahaman akan norma, nilai, maupun perilaku yang diberlakukan dalam ruang digital, misalnya bagaimana individu berkomunikasi, dan negosiasi, dan berpartisipasi di ruang siber.

Pada era disrupsi informasi saat ini membuat literasi digital sangat dibutuhkan untuk menekankan individu dalam memahami bagaimana mengelola arus informasi. Pengguna yang sebelumnya hanya memiliki satu peran dan terbatas, kini mengalami pergeseran peran sebagai konsumen sekaligus produsen informasi di ruang digital. Dimana kompetensi yang dibutuhkan bersifat integratif antara keterampilan teknis dan kapasitas reflektif guna menilai validitas, reliabilitas, kredibilitas, dan dampak komunikasi digital terhadap masyarakat (Radovanović, 2024). Selain itu, literasi digital berlaku pada multi-level yang terbentuk dari kemampuan interaksi individu, kolaborasi komunitas, maupun dukungan organisasi melalui kebijakan. Dengan demikian, kemampuan digital tidak hanya kapasitas personal, tetapi kapabilitas sosial yang muncul dan tumbuh dengan mediasi komunikasi dengan praktik bersama di ruang digital.

Tuntutan literasi digital menjadi dilema bagi masyarakat yang termasuk dalam kelompok dengan kemampuan sumber daya terbatas, sehingga memunculkan kesenjangan digital. Kesenjangan digital tidak hanya merujuk pada perbedaan akses teknologi, tetapi juga mencakup ketimpangan kemampuan, pemanfaatan, dan hasil yang didapatkan dari penggunaan teknologi. Hal ini dipicu dengan berbagai faktor seperti konektivitas, keterampilan, manfaat dan peluang yang diperoleh ketika menggunakan teknologi. Beberapa wilayah di Indonesia masih mengalami keterbatasan terutama dalam fasilitas jaringan internet memicu keterlambatan penerimaan informasi. Serta kebermanfaatan teknologi memunculkan motivasi apakah teknologi menguntungkan secara ekonomi, sosial, dan budaya. Kondisi tersebut menyebabkan masyarakat cenderung kurang terdorong untuk mengembangkan kemampuan digitalnya.

C. Budaya Siber: Konsep dan Karakteristik

Budaya siber (*cyberculture*) lahir dari keyakinan kolektif bahwa teknologi digital menciptakan media yang berbeda secara mendasar dengan media konvensional. *Cyberculture* menjadi fenomena sosial yang terbentuk dari praktik partisipatif di *platform digital* yang membuat individu ataupun kelompok dapat berperan sebagai pengguna dan produsen informasi digital. Budaya siber adalah ranah untuk mempromosikan nilai kolaboratif, keterbukaan, partisipasi, kebebasan, dan konektivitas jaringan sebagai sebuah ideologi yang menolak hierarki komunikasi konvensional (Stevenson, 2016). Budaya siber merupakan bentuk ekspresi sosial yang muncul dari penerapan literasi digital dalam berinteraksi di ruang virtual (Thompson et al., 2014). Dengan demikian, budaya siber (*cyberculture*) dapat dianggap sebagai kebudayaan yang lahir dari interaksi manusia dengan teknologi, dan juga sebagai lingkungan komunikasi baru

di mana batas antara manusia dan teknologi menjadi semakin kabur. *Cyberculture* juga dianggap sebagai ekosistem afektif yang memengaruhi cara manusia berpikir, berinteraksi, dan memahami realitas melalui teknologi.

Russel (2024) menyoroti bagaimana *cyberculture* memunculkan bentuk-bentuk baru partisipasi sosial dan produksi makna. Praktik digital menciptakan *collective sense making* sebagai proses sosial di mana individu dan kelompok secara bersama-sama membangun narasi maupun keyakinan melalui interaksi di ruang daring. Konsep "*produsage*" atau *production* dan *usage* menggambarkan dalam budaya siber yang mana pengguna tidak lagi sebagai penerima pasif, melainkan berperan sebagai produsen konten untuk memelihara sirkulasi ide dan emosi dalam *platform* digital. Secara tidak langsung, *cyberculture* menjadi ruang terapi, atensi, dan pengalaman digital yang saling terhubung untuk membentuk tatanan baru yang lebih cair dan interkonektif.

Budaya siber membentuk struktur kekuasaan baru melalui algoritma, media sosial, dan *platform* yang mengatur arus informasi dan menentukan siapa yang mempunyai visibilitas di ruang publik virtual (Bennis, 2024). Karakteristik seperti jejaring dan interaktivitas menjadi pembeda utama dalam budaya siber dibandingkan budaya media tradisional yang bersifat terpusat dan hierarkies (Stevenson, 2016). Aspek anonimitas sebagai identitas pengguna di ruang siber yang cair dan fleksibel, karena pengguna dapat bertransformasi, menyembunyikan, atau menampilkan diri sesuai dengan konteks komunikasi yang diinginkan. Kecepatan menggambarkan sirkulasi instan informasi dan ide di ruang digital yang membuat budaya siber bersifat dinamis dan berubah-ubah. Aspek jejaring memungkinkan pertukaran lintas budaya dan lintas batas geografis sehingga

komunikasi tidak lagi bergantung pada ruang fisik pada konektivitas digital global (Bennis, 2024).

Budaya siber dalam media digital menciptakan lingkungan komunikasi lebih terbuka, cepat, dan partisipatif. Pengguna tidak lagi terikat ruang dan waktu sehingga memudahkannya berbicara, menanggapi, dan membentuk relasi sosial kapan saja dan di mana saja. Perubahan ini juga berdampak pada cara orang membangun keintiman, membentuk opini publik, dan mengeosiasikan makna dalam hubungan sosial. Ruang siber memungkinkan individu menampilkan berbagai versi identitas diri yang lebih cair sehingga dapat memodifikasi, menyembunyikan, dan menonjolkan aspek berbeda dalam dirinya sesuai konteks komunikasi. Kondisi tersebut memengaruhi perubahan perilaku komunikasi karena individu dapat berkomunikasi lebih dari satu identitas dan membentuk persona digital. Selain itu, ruang siber menggeser norma dan etika komunikasi masyarakat. Nilai seperti privasi, keaslian, dan sopan santun mengalami redefinisi dalam interaksi digital. Ruang siber juga memperluas kesempatan komunikasi lintas budaya baik skala nasional maupun global.

D. Hubungan Literasi Digital dan Budaya Siber

Teknologi telah mentransformasi perilaku komunikasi masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini secara tidak langsung menuntut literasi digital yang diharapkan dapat membangun budaya siber untuk saling terhubung dan berjalan baik sesuai norma, nilai, dan etika. Literasi digital menyediakan seperangkat keterampilan yang memungkinkan individu berpartisipasi aktif dan kritis ketika berada di ruang siber, mulai dari mengakses, memahami, menilai, menciptakan, hingga berbagi informasi (Leaning, 2019; Mensonides et al., 2024).

Sementara itu, budaya siber merupakan ranah untuk keterampilan digital dipraktikkan, dinegosiasikan, dan dikembangkan. Ekosistem digital yang serba cepat dan saling terhubung mendorong kompetensi digital individu untuk berinteraksi dengan informasi dan membangun makna sosial di tengah derasnya arus komunikasi (Yue et al., 2019).

Kemampuan literasi digital dapat meningkatkan efisiensi penggunaan teknologi yang membentuk perilaku etis dan tanggung jawab ketika di duni maya. Individu dengan literasi digital yang baik cenderung lebih berhati-hati dalam menyebarkan informasi, memverifikasi keaslian sumber, dan memahami konsekuensi akibat tindakan digital yang merugikan (Cho et al., 2024; Hoppe et al., 2024). Etika tidak muncul secara spontan, melainkan terbentuk dalam komunitas dari dimana nilai-nilai seperti kejujuran, keterbukaan, dan penghormatan terhadap privasi menjadi bagian dari budaya bersama. Dengan kata lain, literasi digital tidak hanya melatih keterampilan teknis, tetapi juga menumbuhkan kesadaran moral dalam berkomunikasi di dunia maya (Godhe, 2019).

Namun, budaya siber memperluas peluang untuk belajar dan berbagi. Individu dapat dengan mudah menemukan pengetahuan baru, membangun jaringan profesional, atau berkolaborasi lintas negara melalui *platform* digital. Di sisi lain, sifat budaya yang sangat kompetitif dan serba cepat seringkali membatasi praktik literasi digital yang sehat. Logika algoritmik, tekanan untuk viral, dan budaya *clickbait* membuat pengguna lebih mengutamakan kecepatan daripada akurasi, ataupun popularitas daripada keaslian (Moreno-Cabanillas et al., 2024; Sutton, 2017). Seiring ruang siber didominasi oleh lingkungan serba cepat dan kaya akan informasi, keterampilan berpikir kritis

dan kebiasaan verifikasi menjadi semakin penting agar memastikan literasi digital tetap utuh (Cho et al., 2024).

Fenomena viral dan penyebaran hoaks menunjukkan hubungan erat antara literasi digital dan budaya siber. Di satu sisi, fenomena viral dapat menjadi kekuatan positif, mempercepat penyebaran ide, pengetahuan, dan aksi sosial. Sebaliknya, tingkat budaya berbagi informasi memperkuat misinformasi dan menciptakan polarisasi dalam masyarakat. Hal ini semakin diperparah dengan literasi digital masyarakat rendah, sehingga dunia siber mudah didominasi oleh informasi palsu, kampanye manipulatif, dan narasi ekstrem (Liu & Lee, 2025). Sebaliknya, ketika masyarakat mempunyai kesadaran literasi yang kuat, budaya siber dapat menjadi ruang belajar kolektif yang memperkaya wawasan dan menumbuhkan solidaritas (Hoppe et al., 2024).

Dengan demikian, hubungan antara literasi digital dengan budaya siber harus dipahami sebagai relasi yang saling membentuk. Literasi menjadi fondasi perilaku komunikasi yang cerdas, kritis, dan bertanggungjawab untuk budaya siber yang menyediakan ruang sosial dimana nilai-nilai dijalankan. Ketika keduanya berkembang secara seimbang, masyarakat digital tidak hanya menjadi pengguna teknologi, tetapi pengelola makna, penjaga etika, dan pembangunan ekosistem komunikasi yang lebih manusiawi (Mensonides et al., 2024; Yue et al., 2019). Sebaliknya, jika literasi tertinggal dari kecepatan budaya siber, maka ruang digital berisiko menjadi ranah kebisingan informasi yang melemahkan kualitas komunikasi publik (Hoppe et al., 2024; Moreno-Cabanillas et al., 2024).

E. Literasi Digital dan Budaya Siber dalam Komunikasi Lingkungan

Teknologi digital membuka ruang baru bagi praktik komunikasi lingkungan. Isu-isu ekologis disuarakan melalui berbagai *platform* merupakan bukti nyata penggunaan media digital guna membangun kesadaran kolektif dan partisipasi publik. Penggunaan tagar, visual, dan kreasi konten kreatif mendorong para aktivis lingkungan memanfaatkan media digital sebagai alat untuk memobilisasi opini publik dan aksi digital di ruang digital. Ittefaq (2024) menggambarkan media digital memungkinkan pembentukan gerakan ekologis digital dengan memanfaatkan kekuatan jaringan digital dalam memperluas jangkauan pesan dan mendorong keterlibatan generasi muda.

Pola penyebaran pesan lingkungan dalam budaya siber sangat dipengaruhi oleh sifat ruang digital yang serba cepat, interaktif, dan berjejaring. Budaya siber mendorong viralitas dimana pesan mudah dibagikan yang secara emosional cenderung menyebar lebih cepat dibandingkan pesan berbasis data. Hal ini menunjukkan kampanye lingkungan seringkali menyeimbangkan antara pesan edukatif dan pesan afektif untuk mendapatkan empati publik. Allgaier (2019) mencatat di platform media sosial misalnya YouTube memungkinkan isu lingkungan berkembang dengan cepat menjadi diskursus luas, tetapi rentan terhadap simplifikasi atau bahkan disinformasi. Budaya siber memainkan peran ganda yaitu memperluas penyebaran pesan lingkungan, sekaligus mendistorsi substansinya ketika perhatian pengguna tertuju pada tren viral.

Literasi digital berperan sebagai faktor krusial yang mendorong individu secara terampil mampu memahami dan menanggapi dengan kritis. Dimana keterampilan literasi digital individu yang tinggi membuat terampil dalam memilah,

mendeteksi, memahami, dan mengkritisi pesan atau informasi lingkungan. Sedangkan, literasi digital individu yang rendah membuat diseminasi pesan atau informasi lingkungan menjadi tidak akurat. Hoppe et al., (2024) menyarankan literasi digital harus berjalan dengan literasi ilmiah agar individu dapat berkembang dengan cara mampu menilai kredibilitas sumber informasi lingkungan secara bertanggung jawab.

F. Tantangan dan Peluang di Era Digital

Literasi digital dan budaya siber menghadirkan serangkaian tantangan struktural dan perilaku. Ketimpangan akses seperti infrastruktur, perangkat, dan biaya data membuat sebagian komunitas mengalami ketertinggalan. Sementara itu, algoritma dalam *platform* dengan logika kecepatan, viralitas, dan ekonomi sering mendorong praktik membaca cepat, bias konfirmasi, dan *clickbait* (Cho et al., 2024; Sutton, 2017). Arus informasi yang deras memperbesar risiko mis/disinformasi, *deepfake*, dan polarisasi, terutama ketika kebiasaan verifikasi belum mengakar. Selain itu, isu privasi dan keamanan data menuntut kehati-hatian etis. Hal ini dikarenakan jejak digital dan model bisnis berbasis pelacakan dapat membatasi otonomi pengguna. Pada konteks budaya, hambatan bahasa dan literasi sains atau lingkungan memperberat pemahaman isu kompleks, sehingga pesan publik kerap disederhanakan secara berlebihan atau disalahgunakan. Semua ini menjadikan literasi digital tidak sekadar keterampilan teknis, tetapi kapasitas kritis yang harus dibangun melalui kebiasaan, komunitas, dan tata kelola *platform* yang lebih akuntabel (Moreno-Cabanillas et al., 2024).

Di sisi lain, relasi literasi digital dan budaya siber membuka peluang transformatif. Dimana ruang jejaring memungkinkan *co-creation* pengetahuan, *peer learning*, dan mobilisasi komunitas

lintas batas dengan biaya rendah (Mensonides et al., 2024). Praktik kurasi kolektif, *fact-checking*, dan *open data* memberi jalan bagi partisipasi publik yang lebih bermakna, termasuk isu lingkungan, mulai dari kampanye perubahan perilaku sampai dengan *citizen science*. Estetika narasi digital (visual, pendek, dan interaktif) dapat menjadi jembatan edukasi inklusif ketika diintegrasikan dengan standar etis berbagi, atribusi yang benar, dan transparansi sumber. Dengan penguatan literasi evaluatif, etika digital, dan sensitivitas konteks misalnya budaya, bahasa, lokalitas, budaya siber justru dapat berfungsi sebagai ekosistem pembelajaran yang memperluas akses pengetahuan, mempercepat, kolaborasi, dan menumbuhkan solidaritas sosial (Allgaier, 2019). Pada akhirnya, peluang besar muncul ketika kompetensi individu, norma komunitas, dan desain *platform* bergerak seirama menciptakan ruang digital yang tidak hanya cepat dan ramai, tetapi juga terpercaya, adil, dan berdaya guna bagi publik.

G. Penutup

Literasi digital dan budaya siber saling terintegrasi dalam memahami pola komunikasi masyarakat di era digital. Literasi digital berperan sebagai fondasi keterampilan, pengetahuan, dan nilai yang membuat seseorang atau komunitas mempunyai kemampuan berpartisipasi aktif, kritis, dan etis di ruang digital. Sementara itu, budaya siber menjadi hasil kolektif penerapan literasi digital diimplementasikan dengan menekankan norma, nilai, dan perilaku di dunia maya. Hubungan literasi digital dan budaya siber tidak hanya membentuk cara manusia berkomunikasi, sekaligus memengaruhi bagaimana isu-isu sosial dan lingkungan dipahami serta disebarluaskan di ruang digital. Ketika literasi tumbuh secara seimbang dengan budaya siber inklusif, masyarakat digital dapat menjadi komunitas pembelajar

yang mempunyai kesadaran, bertanggungjawab, dan berdaya dalam mengelola informasi serta menjaga keberlanjutan ekologis.

Keterkaitan antara literasi digital, budaya siber, dan komunikasi lingkungan memberikan kontribusi besar terhadap pengembangan studi komunikasi di era digital. Secara teoritis, hubungan tersebut memperluas perspektif komunikasi menjadi lebih partisipatif dan kolaboratif, dimana pengguna media bukan sekedar penerima pesan, tetapi juga produsen sekaligus penjaga etika informasi. Secara praktis, literasi digital dan budaya siber dapat dijadikan sebagai strategi komunikasi yang berorientasi pada pembangunan kesadaran ekologis dan perubahan perilaku publik. Dengan memperkuat literasi digital, masyarakat tidak hanya mampu menghadapi arus informasi yang cepat dan kompleks, tetapi juga dapat berperan aktif dalam menjaga ruang digital yang sehat, aman, dan produktif.

Rederensi

- Allgaier, J. (2019). Science and Environmental Communication on YouTube: Strategically Distorted Communications in Online Videos on Climate Change and Climate Engineering. *Frontiers in Communication*, 4. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2019.00036>
- Bennis, M. (2024). Cyberculture/Cyberspace as a Mode Transmission of Culture, Identities, and Power Relations: A Theoretical Perspective. *Journal of Humanities and Social Science Studies*, 6(6).
- Cho, H., Cannon, J., Lopez, R., & Li, W. (2024). Social Media Literacy: A Conceptual Framework. *New Media & Society*, 26(2), 941–960. <https://doi.org/10.1177/14614448211068530>

- Godhe, A.-L. (2019). Digital Literacies or Digital Competence: Conceptualizations in Nordic Curricula. *Media and Communication*, 7(2), 25–35.
<https://doi.org/10.17645/mac.v7i2.1888>
- Hays, L., & Kammer, J. (2021). Introduction. In L. Hays & J. Kammer (Eds.), *Integrating Digital Literacy in The Disciplines* (First). Stylus Publishing, LLC.
- Hoppe, I., Reif, A., Taddicken, M., & Neverla, I. (2024). Editorial: Rethinking the Role of (Scientific) Knowledge in Climate Communication. *Frontiers in Communication*, 9.
<https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1358274>
- Ittefaq, M. (2024). Climate Communication, Public Health, and Social Media: Examining the Role of Health Agencies in Addressing the Impacts of Climate Change on Human Health. *Journal of Health Communication*, 29(sup1), 68–76.
<https://doi.org/10.1080/10810730.2024.2360021>
- Leaning, M. (2019). An Approach to Digital Literacy through the Integration of Media and Information Literacy. *Media and Communication*, 7(2), 4–13.
<https://doi.org/10.17645/mac.v7i2.1931>
- Liu, J. C.-E., & Lee, C.-F. (2025). Climate and Energy Misinformation in Taiwan. *Frontiers in Communication*, 9.
<https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1531126>
- Mensonides, D., Smit, A., Talsma, I., Swart, J., & Broersma, M. (2024). Digital Literacies as Socially Situated Pedagogical Processes: Genealogically Understanding Media, Information, and Digital Literacies. *Media and Communication*, 12. <https://doi.org/10.17645/mac.8174>

- Moreno-Cabanillas, A., Castellero-Ostio, E., & Serna-Ortega, Á. (2024). Digital Disinformation Strategies of European Climate Change Obstructionist Think Tanks. *Frontiers in Communication*, 9. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1470343>
- Motley, P., & Lackaff, D. (2021). Digital Literacy in Design, Media, and Communications Disciplines: Fluency is the New Literacy. In L. Hays & J. Kammer (Eds.), *Integrating Digital Literacy in The Disciplines* (First). Stylus Publishing, LLC.
- Radovanović, D. (2024). Rethinking Digital Literacy. In D. Radovanović (Ed.), *Digital Literacy and Inclusion Stories, Platforms, Communities*. Springer.
- Russel, F. (2024). *Digital Media as Ambient Therapy: The Ecological Self Between Resonance and Alienation*. Routledge.
- Stevenson, M. (2016). The Cybercultural Moment and the New Media Field. *New Media & Society*, 18(7), 1088–1102. <https://doi.org/10.1177/1461444816643789>
- Sutton, T. (2017). Disconnect to Reconnect: The Food/Technology Metaphor in Digital Detoxing. *First Monday*. <https://doi.org/10.5210/fm.v22i6.7561>
- Thompson, K. M., Jaeger, P. T., Taylor, N. G., Subramaniam, M., & Bertot, J. C. (2014). *Digital Literacy and Digital Inclusion: Information Policy and the Public Library*. Rowman & Littlefield Publishers.
- Yue, A., Nekmat, E., & Beta, A. R. (2019). Digital Literacy Through Digital Citizenship: Online Civic Participation and Public Opinion Evaluation of Youth Minorities in Southeast Asia.

Media and Communication, 7(2), 100–114.
<https://doi.org/10.17645/mac.v7i2.1899>

BAB 8

ETIKA DAN REGULASI KOMUNIKASI DIGITAL

Oleh: Arina Muntazah, S.Pd., M.I. Kom.

A. Kesadaran Etika dalam Berkomunikasi Digital

Komunikasi digital telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari, baik dalam konteks personal, profesional, maupun bisnis. Kesadaran etika dalam berkomunikasi digital mengacu pada kemampuan individu untuk memahami batasan moral, norma sosial, dan nilai-nilai yang berlaku saat berinteraksi melalui media digital. Kesadaran ini menjadi landasan agar interaksi daring tetap positif, saling menghargai, dan tidak merugikan pihak lain. Etika dalam komunikasi digital mencakup berbagai aspek, mulai dari penggunaan bahasa yang sopan, menghormati hak orang lain, hingga kejujuran dalam menyampaikan informasi. Misalnya, menyebarkan informasi yang tidak diverifikasi dapat menimbulkan hoaks atau misinformasi, yang dampaknya bisa merusak reputasi individu maupun kelompok.

Kita berkomunikasi untuk mencapai sesuatu, dan bagaimana pesan itu dipahami serta direspons akan membentuk interaksi kita di masyarakat dan budaya. Jadi, saat mempelajari komunikasi, filsafat komunikasi akan selalu mempertimbangkan

konteks sosial, budaya, dan sejarah yang melingkupinya (Ayuna, 2023).

Selain itu, kesadaran etika juga berarti memahami konsekuensi dari setiap tindakan digital. Misalnya, unggahan di media sosial dapat dibaca oleh audiens global, dan apa yang dianggap wajar di satu komunitas bisa menimbulkan masalah di komunitas lain. Dengan memahami etika digital, setiap pengguna akan lebih bijak dalam menilai konten sebelum membagikan, menulis komentar, atau berpartisipasi dalam diskusi online. Penerapan kesadaran etika juga penting di dunia profesional. Dalam lingkungan kerja digital, kesalahan komunikasi dapat memengaruhi citra perusahaan, kerjasama tim, hingga keputusan bisnis. Oleh karena itu, pengembangan kompetensi etika digital harus menjadi bagian dari pendidikan komunikasi dan pelatihan professional (Dono, 2025).

Etika komunikasi bermula dari tanggung jawab kita terhadap akurasi informasi. Di dunia yang dipenuhi konten, ingatlah: tidak semua yang cepat menyebar (*viral*) itu benar, dan tidak semua yang terkenal itu layak kita yakini.

Sebagai masyarakat digital, kita dituntut untuk lebih kritis dalam memeriksa kebenaran informasi sebelum memutuskan untuk membagikannya. Prinsip "berpikir sebelum membagikan" menjadi sangat penting. Tidak semua konten harus disebar, apalagi jika berpotensi menyesatkan, memecah belah, atau memperkuat prasangka sosial yang tidak berdasar.

Etika komunikasi pada dasarnya adalah telaah tentang nilai-nilai dan prinsip moral yang mendasari cara kita berkomunikasi, termasuk di dalamnya nilai kejujuran, keadilan, integritas, dan tanggung jawab.

Untuk memperkaya pemahaman kita tentang bagaimana etika diterapkan dalam praktik komunikasi, kita dapat mulai dengan membaca berbagai literatur dan bahan bacaan yang membahas etika komunikasi secara mendalam (Ginting dkk, 2021).

Kejujuran saat menyajikan data, mencantumkan sumber, dan menyampaikan fakta adalah elemen kunci dari etika komunikasi digital yang sehat (Wardle & Derakhshan, 2021). Oleh karena itu, menjaga integritas dalam setiap interaksi *online* bukan sekadar mengikuti aturan platform, tetapi juga mencerminkan tanggung jawab moral kita terhadap komunitas digital yang lebih besar (Floridi, 2020).

Menjadi jujur saat menyajikan fakta, mencantumkan data, dan mengutip sumber adalah elemen kunci untuk menciptakan komunikasi digital yang sehat dan beretika (Wardle & Derakhshan, 2021).

B. Perlindungan Privasi dan Data Pribadi

Privasi dan keamanan data pribadi menjadi isu krusial dalam era digital. Setiap individu berhak menjaga informasi pribadinya agar tidak disalahgunakan oleh pihak lain. Perlindungan privasi bukan hanya soal keamanan teknis, tetapi juga tentang etika dalam mengakses, menyimpan, dan membagikan data. Pengumpulan data harus dilakukan dengan transparan dan dengan persetujuan pemilik data. Contohnya, saat mendaftar akun di platform digital, pengguna sebaiknya diberi penjelasan jelas mengenai data apa yang dikumpulkan, tujuan penggunaannya, dan siapa yang dapat mengaksesnya. Dengan begitu, pengguna dapat membuat keputusan yang sadar mengenai informasi pribadi yang dibagikan. Selain itu, menjaga privasi berarti menahan diri dari penyebaran informasi orang lain tanpa izin. Misalnya,

mengunggah foto atau alamat seseorang tanpa persetujuan bisa melanggar hak privasi dan menimbulkan risiko sosial atau hukum. Perusahaan dan individu harus memahami prinsip-prinsip dasar perlindungan data, seperti enkripsi, penggunaan kata sandi yang kuat, dan pembatasan akses terhadap informasi sensitif.

Perlindungan data pribadi juga terkait dengan keamanan digital. Ancaman seperti pencurian identitas, phishing, dan kebocoran data semakin meningkat. Oleh karena itu, kesadaran akan pentingnya privasi dan keamanan data harus menjadi bagian dari perilaku digital sehari-hari, baik secara pribadi maupun profesional (Dono, 2025).

Hak seseorang atas privasi adalah fondasi utama yang harus dipertahankan dalam segala bentuk interaksi *online*. Di zaman data besar (*big data*), informasi pribadi Andamulai dari lokasi, kebiasaan belanja, hingga riwayat mencari sesuatu—bisa dikumpulkan oleh perusahaan dengan sangat mudah. Walaupun data ini sangat berharga bagi perusahaan untuk membuat iklan atau konten yang lebih personal, Anda sebagai pengguna tetap berhak penuh untuk tahu bagaimana data itu diambil, dipakai, dan disimpan. Etika berinteraksi di ruang digital menuntut adanya keterbukaan (*transparansi*) dari pengelola data, termasuk memberi Anda pilihan yang jelas untuk mengizinkan atau menolak pelacakan aktivitas digital (Solove & Schwartz, 2022). Ingat, mengunggah atau menyebarkan informasi pribadi seseorang tanpa izin tegas dari pemiliknya merupakan bentuk pelanggaran privasi yang sangat fatal. Menghormati privasi di dunia maya bukan hanya sekadar mematuhi aturan hukum seperti GDPR, tetapi juga bagian dari kewajiban moral kita bersama untuk membangun ekosistem digital yang sehat dan saling percaya.

C. Kepatuhan terhadap Regulasi dan Perundang-undangan

Penggunaan teknologi digital tidak bisa lepas dari aturan hukum. Kepatuhan terhadap regulasi dan perundang-undangan menjadi indikator penting dalam komunikasi digital. Setiap pengguna atau organisasi wajib memahami hukum yang berlaku untuk melindungi diri dan pihak lain dari risiko hukum. Regulasi digital dapat meliputi hak cipta, perlindungan data pribadi, transaksi elektronik, hingga larangan penyebaran konten negatif. Misalnya, menyebarkan materi berhak cipta tanpa izin merupakan pelanggaran hukum yang dapat berujung pada sanksi. Dengan memahami regulasi, individu dapat menghindari pelanggaran dan tetap berpartisipasi secara aman di ekosistem digital.

Kepatuhan terhadap perundang-undangan juga mencakup tanggung jawab perusahaan. Organisasi harus memastikan semua karyawan memahami aturan terkait data, konten digital, dan komunikasi elektronik. Hal ini tidak hanya mencegah risiko hukum, tetapi juga membangun kepercayaan konsumen dan mitra bisnis. Selain itu, regulasi digital terus berkembang mengikuti perkembangan teknologi. Oleh karena itu, kesadaran hukum harus selalu diperbarui. Misalnya, undang-undang mengenai perlindungan data pribadi mungkin diperketat untuk menanggapi peningkatan risiko kebocoran informasi. Dengan demikian, kepatuhan terhadap regulasi menjadi indikator utama perilaku bertanggung jawab dalam komunikasi digital (Dono, 2025).

Di Indonesia, aturan utama yang mengelola ruang digital adalah Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), yang kemudian diperbarui pada tahun 2016. Peraturan ini mencakup segala hal, mulai dari transaksi dan tanda tangan yang dilakukan secara elektronik,

hingga jenis konten yang dianggap ilegal atau melanggar hukum. Salah satu bagian yang paling sering disorot adalah pasal yang mengatur soal pencemaran nama baik di dunia maya. Selain itu, UU ITE juga menetapkan bagaimana data pribadi masyarakat harus dikelola dengan aman agar tidak disalahgunakan. Meskipun kita belum memiliki regulasi khusus yang setara dengan *General Data Protection Regulation* (GDPR) di Eropa, adanya Rancangan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (RUU PDP) yang mulai diaktifkan sejak tahun 2022 menjadi langkah maju yang signifikan dalam mengamankan hak-hak digital warga negara

D. Penggunaan Media Digital Secara Bertanggung Jawab

Penggunaan media digital secara bertanggung jawab berarti memanfaatkan teknologi komunikasi dengan cara yang aman, sopan, dan produktif. Setiap pengguna harus memahami dampak sosial dan psikologis dari interaksi digital terhadap diri sendiri dan orang lain. Media digital menyediakan platform untuk berbagi informasi, berkolaborasi, dan membangun jaringan profesional maupun sosial. Namun, penggunaan yang tidak bertanggung jawab bisa menimbulkan konflik, misinformasi, atau *cyberbullying*. Oleh karena itu, pengendalian diri, etika dalam berbagi konten, dan sikap kritis terhadap informasi yang diterima menjadi sangat penting. Penggunaan bertanggung jawab juga mencakup manajemen waktu dan kesehatan digital. Misalnya, mengatur durasi penggunaan media sosial, membatasi paparan konten negatif, dan menggunakan platform digital untuk tujuan yang produktif dapat meningkatkan kesejahteraan digital.

Dalam konteks profesional, bertanggung jawab berarti memastikan komunikasi digital mendukung tujuan organisasi, menjaga reputasi, dan mematuhi standar etika. Dengan demikian,

pengguna media digital dapat memaksimalkan manfaat teknologi sambil meminimalkan risiko sosial, psikologis, dan hukum (Dono, 2025).

Pentingnya Tanggung Jawab dalam Berkomunikasi Digital karena komunikasi digital menyebar dengan cepat dan sangat luas, dampak pesannya terhadap masyarakat tidak boleh dianggap remeh. Oleh karena itu, semua orang yang terlibat dalam dunia digital wajib sadar bahwa setiap pesan yang mereka sampaikan dapat memengaruhi pendapat, tingkah laku, bahkan kesehatan mental (kesejahteraan psikologis) audiens.

Tanggung jawab dalam hal ini berarti kita harus merancang pesan dengan penuh pertimbangan. Kita harus menghindari penyebaran ujaran kebencian, informasi palsu (*hoaks*), atau konten apa pun yang berpotensi merugikan pihak lain. Komunikasi yang beretika harus selalu mempertimbangkan keragaman orang yang membaca pesan kita, serta dampak sosial yang ditimbulkan. Tidaklah cukup hanya memikirkan seberapa besar keuntungan instan atau tingginya interaksi (*engagement*) komunikasi yang bertanggung jawab harus dilandasi oleh kesadaran moral atas pengaruhnya terhadap masyarakat luas (Ward, 2020).

BAB 9

TANTANGAN DAN PERMASALAHAN KOMUNIKASI DIGITAL

Oleh: Novalia, M.I. Kom.

A. Perubahan Paradigma Komunikasi di Era Digital

Kehadiran teknologi digital telah mengubah wajah komunikasi manusia secara menyeluruh. Komunikasi hanya bisa dilakukan melalui tatap muka atau surat yang membutuhkan waktu lama untuk sampai kepada penerima. Sekarang, hanya dengan satu ketukan pada layar, pesan dapat melintasi ribuan kilometer dalam hitungan detik. Perubahan besar ini menandai lahirnya sebuah era baru era komunikasi digital yang menghapus batas ruang dan waktu dalam interaksi manusia.

Kemudahan tersebut membuat dunia terasa lebih kecil dan lebih terhubung. Setiap individu kini memiliki “panggung” sendiri untuk berbicara, berpendapat, dan memengaruhi orang lain melalui media sosial, blog, atau video pendek. Percakapan yang dahulu berlangsung di ruang tamu kini berpindah ke ruang virtual

yang tidak lagi mengenal jarak. Komunikasi menjadi lebih cepat, interaktif, dan sering kali spontan.

Era digital juga mengubah cara manusia menilai informasi. Jika dulu kita bergantung pada media massa dan jurnalis profesional untuk mendapatkan berita, kini siapa pun bisa menjadi “penyampai kabar.” Cukup dengan akun media sosial dan koneksi internet, seseorang dapat menyebarkan informasi ke ribuan orang dalam waktu singkat. Kondisi ini menciptakan pergeseran kekuasaan dalam komunikasi: dari media besar kepada masyarakat umum. Setiap orang menjadi produsen sekaligus konsumen informasi.

Komunikasi digital menumbuhkan budaya baru yang serba instan. Banyak orang lebih memilih membaca ringkasan singkat daripada artikel panjang. Simbol, emoji, dan video pendek sering menggantikan kata-kata panjang dan kalimat mendalam. Komunikasi tidak selalu memperdalam makna, melainkan lebih mengejar perhatian dan kecepatan. Budaya instan ini membuat banyak pesan kehilangan konteks dan nuansa emosional yang dulu hadir dalam percakapan langsung.

Perubahan ini tidak hanya membawa sisi negatif. Teknologi digital membuka ruang kolaborasi yang luas. Orang dapat bekerja bersama tanpa harus berada di tempat yang sama. Ide-ide bisa disebarkan dengan cepat dan diterima oleh banyak kalangan. Guru dapat mengajar murid dari jarak jauh, pengusaha bisa bertransaksi lintas negara, dan masyarakat bisa saling belajar melalui komunitas daring. Semua ini menunjukkan bahwa komunikasi digital memiliki potensi luar biasa untuk mempercepat pertukaran ilmu, memperluas jaringan sosial, dan memperkuat solidaritas global.

Penting untuk diingat bahwa komunikasi digital bukan sekadar soal teknologi, tetapi juga soal nilai dan kebijaksanaan dalam menggunakannya. Di tengah derasnya arus pesan, manusia perlu belajar menahan diri, memilih kata dengan bijak, dan memastikan bahwa komunikasi tetap membangun, bukan merusak. Paradigma baru ini menuntut kemampuan baru: kemampuan mendengar dengan empati, memahami dengan hati, dan berbicara dengan tanggung jawab. Di era digital, satu kalimat bisa menjangkau ribuan telinga, dan satu pesan bisa memengaruhi cara berpikir banyak orang.



Gambar 9. 1 Perubahan Globalisasi Bidang Komunikasi dalam Kehidupan
Sumber: (<https://www.merdeka.com>, n. d)

B. Isu Keaslian dan Kepercayaan Informasi

Salah satu tantangan terbesar di era komunikasi digital adalah menjaga keaslian informasi di tengah derasnya arus data yang beredar. Dunia maya kini menjadi ladang subur bagi penyebaran berita palsu, misinformasi, dan manipulasi konten yang sering kali sulit dibedakan dari kenyataan. Informasi tidak lagi melewati proses penyuntingan dan verifikasi yang ketat sebagaimana pada media konvensional. Siapa pun dengan gawai dan koneksi

internet dapat menjadi “pemberita”, tanpa harus memiliki tanggung jawab jurnalistik.

Banyak orang dengan mudah membagikan berita yang belum tentu benar hanya karena terlihat menarik atau sesuai dengan opini pribadi. Pola seperti ini menimbulkan fenomena *hoaks* informasi palsu yang sengaja disebarkan untuk memengaruhi opini publik, meraih keuntungan, atau bahkan menciptakan kekacauan sosial.

Perkembangan teknologi kecerdasan buatan (AI) menghadirkan ancaman baru melalui fenomena *deepfake* rekayasa visual yang mampu menampilkan wajah seseorang sedang mengucapkan atau melakukan sesuatu yang sama sekali tidak nyata. Kecanggihan teknologi menjadikan perbedaan antara nyata dan semu semakin tipis. Jika dulu “melihat adalah percaya”, kini pepatah itu kehilangan maknanya. Citra dan video bisa direkayasa, suara bisa dipalsukan, dan narasi bisa dimanipulasi seolah-olah benar adanya.

Kepercayaan publik terhadap informasi di dunia digital mengalami erosi. Masyarakat semakin sulit membedakan mana sumber yang valid dan mana yang tidak. Media arus utama pun ikut terimbas karena kredibilitasnya ikut diragukan di tengah banjir informasi. Muncul istilah *information disorder* kekacauan informasi yang menggambarkan keadaan ketika masyarakat banjir data tanpa mampu memilah yang benar dari yang salah.

Untuk menghadapi tantangan tersebut, masyarakat perlu mengembangkan literasi digital, yaitu kemampuan memahami, menilai, dan menggunakan informasi dengan bijak. Literasi digital bukan sekadar kemampuan mengoperasikan teknologi, tetapi juga kemampuan berpikir kritis terhadap isi pesan yang diterima. Sebelum membagikan sesuatu, seseorang perlu menanyakan

pada dirinya sendiri: Apakah informasi ini benar? Siapa sumbernya? Apa niat di baliknya?

Platform digital dan pemerintah juga harus berperan aktif dalam menegakkan keamanan informasi. Media sosial perlu memiliki sistem pelaporan dan penyaringan konten yang kuat, sementara pemerintah dapat memperkuat regulasi untuk melindungi masyarakat dari penyalahgunaan teknologi. Setiap pengguna internet perlu belajar untuk *saring* sebelum *sharing* memilah sebelum menyebar, agar komunikasi digital tetap sehat, terpercaya, dan membangun.

Tabel 9. 1 Jenis Isu dan Dampak Terhadap Kepercayaan Informasi di Era Digital

Jenis Isu	Deskripsi Singkat	Dampak Utama terhadap Kepercayaan Publik	Contoh Kasus
Hoaks (Fake News)	Informasi palsu yang dibuat untuk menyesatkan atau memprovokasi masyarakat.	Menurunkan kepercayaan terhadap media dan lembaga resmi; menciptakan konflik sosial.	Berita palsu terkait politik atau kesehatan publik.
Disinformasi	Informasi salah yang disebarkan secara sengaja untuk memanipulasi opini publik.	Terjadi polarisasi masyarakat dan penyebaran kebencian berbasis kelompok.	Kampanye hitam di media sosial.
Misinformasi	Informasi salah yang	Meningkatkan kebingungan	Penyebaran tips

Jenis Isu	Deskripsi Singkat	Dampak Utama terhadap Kepercayaan Publik	Contoh Kasus
	disebarkan tanpa niat jahat, sering karena ketidaktahuan.	publik dan memperkuat persepsi keliru.	kesehatan palsu.
<i>Deepfake</i>	Manipulasi visual (foto/video) menggunakan kecerdasan buatan sehingga tampak nyata.	Hilangnya kepercayaan pada bukti visual; ancaman terhadap reputasi individu dan institusi.	Video politikus dengan wajah hasil rekayasa.
<i>Clickbait</i>	Judul atau isi berita yang menyesatkan demi menarik perhatian pengguna.	Menurunkan kredibilitas media <i>online</i> dan melemahkan kepercayaan publik.	Berita dengan judul sensasional tanpa isi relevan.

Tabel 9.1 menggambarkan lima bentuk utama isu yang mengganggu keaslian dan kredibilitas informasi di ruang digital. *Hoaks* dan disinformasi menjadi tantangan paling berbahaya karena secara sengaja dimanfaatkan untuk memecah belah opini publik. Misinformasi, tidak selalu bermaksud jahat, tetap memberi dampak negatif karena memperkuat bias informasi di masyarakat. Fenomena *deepfake* memperparah kondisi ini dengan memalsukan bukti visual sesuatu yang dahulu dianggap

paling dapat dipercaya. Sedangkan *clickbait* memperlihatkan sisi komersial dari degradasi informasi, di mana kebenaran sering dikorbankan demi jumlah klik dan interaksi.

C. Etika dan Privasi dalam Komunikasi Digital

Ekosistem komunikasi digital yang serba cepat dan terbuka, isu keamanan dan privasi menjadi salah satu perhatian utama. Setiap pesan, data, maupun aktivitas digital yang dilakukan seseorang meninggalkan jejak elektronik (*digital footprint*) yang dapat dimanfaatkan oleh pihak lain baik untuk tujuan positif seperti analisis perilaku konsumen, maupun untuk kepentingan negatif seperti pencurian data dan penyebaran *hoaks*. Kesadaran terhadap pentingnya menjaga keamanan informasi pribadi menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari etika berkomunikasi di era digital.

Menurut Yusuf (2023), keamanan digital mencakup upaya melindungi data dan sistem komunikasi dari akses, perubahan, atau penyalahgunaan oleh pihak yang tidak berwenang. Privasi berkaitan dengan hak individu untuk mengontrol informasi pribadinya dan menentukan sejauh mana informasi tersebut dapat diakses oleh orang lain. Dua aspek ini saling berhubungan, sebab pelanggaran keamanan hampir selalu berdampak pada hilangnya privasi.

Beberapa dimensi utama yang perlu diperhatikan untuk menjaga keamanan dan privasi dalam komunikasi digital:

1. Keamanan Data (*Data Security*)

Keamanan data menekankan pada perlindungan informasi dari serangan siber, peretasan, atau kebocoran data. Contohnya, penggunaan *enkripsi end-to-end* pada aplikasi pesan instan seperti WhatsApp dan Signal merupakan salah satu bentuk penerapan keamanan data yang baik.

Perlindungan Identitas Digital (*Digital Identity Protection*)

Identitas digital seseorang dapat mencakup nama pengguna, alamat email, kata sandi, hingga aktivitas media sosial. Melalui teknik *phishing* atau *social engineering*, identitas digital ini sering menjadi sasaran pihak tidak bertanggung jawab. Pengguna harus berhati-hati dalam membagikan data pribadi di ruang digital dan menggunakan autentikasi berlapis (*multi-factor authentication*) sebagai bentuk perlindungan tambahan.

2. Kebijakan Privasi dan Literasi Digital

Banyak pengguna internet yang tidak membaca atau memahami kebijakan privasi dari platform digital yang mereka gunakan. Padahal, di dalamnya terkandung informasi penting mengenai bagaimana data dikumpulkan, disimpan, dan dibagikan. Meningkatkan literasi digital berarti juga menumbuhkan kesadaran untuk memahami hak dan tanggung jawab dalam dunia digital. Seorang pengguna yang cerdas tidak hanya tahu cara berkomunikasi, tetapi juga paham cara melindungi dirinya di dunia maya.

3. Etika dan Tanggung Jawab Pengguna

Aspek etika juga memainkan peran penting dalam menjaga privasi dan keamanan komunikasi digital. Tidak menyebarkan data pribadi orang lain, tidak mengakses informasi tanpa izin, serta tidak memanipulasi pesan merupakan bentuk tanggung jawab etis yang perlu ditanamkan sejak dini. Etika digital menjadi pondasi moral bagi masyarakat yang semakin terhubung secara virtual.

Komunikasi digital yang aman tidak hanya bergantung pada teknologi, tetapi juga pada perilaku pengguna. Sebuah sistem yang canggih sekalipun akan sia-sia apabila tidak disertai kesadaran kolektif untuk menjaga keamanan dan privasi. Pendidikan keamanan digital perlu ditanamkan tidak hanya di

lingkungan kerja, tetapi juga di sekolah dan rumah tangga, agar tercipta budaya komunikasi yang aman, beretika, dan bertanggung jawab di dunia digital.

D. Kesenjangan Digital dan Akses Informasi

Kemajuan teknologi komunikasi digital telah memudahkan masyarakat untuk mengakses, membuat, dan membagikan informasi dalam waktu yang sangat singkat. Kemudahan tersebut juga membawa konsekuensi serius, yakni maraknya penyebaran misinformasi (informasi yang salah tanpa niat menipu) dan disinformasi (informasi salah yang disebar dengan sengaja untuk menyesatkan). Fenomena ini menjadi salah satu tantangan terbesar dalam ekosistem komunikasi modern.

Menurut Rakhman (2024), penyebaran misinformasi sering kali terjadi karena rendahnya literasi digital masyarakat. Banyak pengguna media sosial membagikan informasi yang belum diverifikasi, hanya karena terlihat menarik atau sesuai dengan pandangan pribadi mereka. Sementara disinformasi biasanya dirancang secara sistematis untuk mencapai tujuan tertentu misalnya politik, ekonomi, atau ideologis. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi digital tidak selalu netral, melainkan dapat menjadi alat manipulasi opini publik.

Berikut beberapa bentuk umum misinformasi dan disinformasi yang sering dijumpai di ruang digital:

1. Berita Palsu (*Fake News*)

Merupakan informasi yang sengaja dibuat menyerupai berita resmi, tetapi berisi fakta palsu atau menyesatkan. Contohnya adalah berita tentang tokoh publik atau peristiwa nasional yang diubah narasinya untuk menciptakan sensasi. Bentuk ini sangat berbahaya karena dapat membentuk opini publik yang salah dan memicu konflik sosial.

2. Manipulasi Visual (*Edited Image/Video*)

Teknologi *deepfake* memungkinkan seseorang mengubah wajah, suara, atau gerak seseorang di video secara realistis. Meski kadang digunakan untuk hiburan, teknologi ini dapat menjadi alat propaganda atau fitnah digital jika disalahgunakan.

3. *Clickbait* dan Judul Provokatif

Banyak situs atau akun media sosial menggunakan judul yang berlebihan agar menarik klik dan perhatian. Judulnya sengaja menimbulkan emosi marah, sedih, atau penasaran namun isinya sering tidak sesuai dengan fakta sebenarnya. Tujuannya bukan menyebarkan informasi, melainkan mendapatkan keuntungan dari jumlah klik dan iklan.

4. Informasi Keliru dari Sumber Tidak Kredibel

Banyak orang mengandalkan media sosial sebagai sumber utama berita tanpa memeriksa keaslian sumbernya. Akibatnya, informasi dari akun anonim atau situs abal-abal cepat menyebar dan dianggap kebenaran. Fenomena ini memperlihatkan lemahnya kebiasaan *fact-checking* di kalangan pengguna internet.

Misinformasi dan disinformasi dapat berdampak luas, mulai dari hilangnya kepercayaan masyarakat terhadap media, meningkatnya polarisasi sosial, hingga kekacauan informasi dalam situasi krisis. Pada masa pandemi COVID-19, banyak *hoaks* yang beredar tentang vaksin dan pengobatan alternatif, sehingga menghambat upaya pemerintah dalam mengendalikan penyebaran penyakit.

Untuk mengatasi hal ini, diperlukan pendekatan multidimensi, yang melibatkan:

1. Pendidikan Literasi Digital: Meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengenali sumber informasi yang kredibel, memahami bias media, serta memverifikasi fakta sebelum membagikan sesuatu.
2. Peran Media dan Pemerintah: Lembaga media perlu menegakkan prinsip jurnalisme etis, sementara pemerintah dapat memperkuat regulasi untuk menindak penyebaran hoaks tanpa membatasi kebebasan berekspresi.
3. Kecerdasan Kolektif Pengguna Internet: Masyarakat harus menjadi “penyaring informasi” bukan “penyebarkan impulsif.” Menggunakan logika, berpikir kritis, dan tidak langsung mempercayai semua yang muncul di layar menjadi sikap yang penting di era banjir informasi.

Keberhasilan menghadapi misinformasi dan disinformasi tidak hanya bergantung pada teknologi, tetapi juga pada kesadaran manusia yang menggunakannya. Komunikasi digital yang sehat harus dibangun di atas kejujuran, tanggung jawab, dan komitmen terhadap kebenaran.

E. Gangguan Psikologis dan Sosial di Dunia Digital

Perkembangan teknologi digital yang semakin cepat telah mengubah cara manusia berkomunikasi, berinteraksi, dan berbagi informasi. Kemudahan ini juga membawa tantangan besar terhadap etika dan privasi. Batas antara kehidupan pribadi dan publik menjadi sangat tipis, sehingga perilaku dan keputusan individu di ruang maya dapat berdampak luas. Etika dan privasi tidak lagi menjadi isu sampingan, tetapi menjadi fondasi penting

dalam menjaga keseimbangan antara kebebasan berekspresi dan tanggung jawab sosial.

Perilaku pengguna digital saat ini sering kali dipengaruhi oleh budaya instan dan kebutuhan untuk diakui secara sosial. Banyak orang tergoda untuk membagikan informasi pribadi secara terbuka tanpa mempertimbangkan risiko yang mungkin muncul. Etika digital dan perlindungan privasi menjadi dua hal yang saling melengkapi etika menjadi pedoman moral, sementara privasi menjadi perlindungan hukum dan sosial atas diri individu di dunia maya.

1. Kesadaran Etika Digital

Kesadaran etika digital adalah pondasi utama dalam menciptakan lingkungan komunikasi yang sehat dan bertanggung jawab. Etika digital mencakup pemahaman bahwa segala tindakan di dunia maya memiliki konsekuensi nyata, baik bagi diri sendiri maupun orang lain. Banyak pengguna media sosial yang tidak menyadari bahwa unggahan, komentar, atau pesan yang tampak sepele dapat menimbulkan dampak psikologis, sosial, bahkan hukum.

Etika digital melibatkan aspek moral seperti kejujuran, tanggung jawab, empati, dan rasa hormat terhadap privasi serta hak orang lain. Menyebarkan foto seseorang tanpa izin atau menulis komentar negatif dapat dianggap sebagai pelanggaran etika digital. Etika digital juga berkaitan dengan keaslian karya, penghormatan terhadap hak cipta, serta transparansi dalam menyampaikan informasi.

Membangun kesadaran etika digital membutuhkan peran aktif berbagai pihak. Pendidikan formal dapat memasukkan literasi digital sebagai bagian dari kurikulum, sementara lembaga pemerintah dan organisasi sosial perlu melakukan kampanye publik yang menekankan pentingnya perilaku santun di dunia

maya. Etika digital yang kuat akan menciptakan masyarakat yang tidak hanya melek teknologi, tetapi juga berbudaya dan beradab secara digital.

2. Perlindungan Data Pribadi

Data pribadi merupakan aset berharga di era digital. Informasi seperti nama, alamat, nomor telepon, hingga kebiasaan pencarian internet memiliki nilai ekonomi dan strategis yang tinggi. Sayangnya, kesadaran masyarakat terhadap pentingnya menjaga data pribadi masih rendah. Banyak pengguna yang dengan mudah memberikan akses kepada aplikasi atau situs tanpa membaca syarat dan ketentuan yang berlaku. Kebocoran data pribadi dapat berdampak serius, mulai dari pencurian identitas, penipuan daring, hingga penyalahgunaan untuk tujuan politik dan komersial. Perlindungan data pribadi menjadi tanggung jawab bersama antara pengguna, penyedia layanan, dan pemerintah.

Pemerintah Indonesia telah merespons masalah ini dengan lahirnya Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP) yang mengatur hak dan kewajiban pengguna serta tanggung jawab perusahaan pengelola data. Efektivitas regulasi ini tetap bergantung pada kesadaran masyarakat untuk lebih berhati-hati dalam membagikan informasi pribadi. Perusahaan teknologi juga perlu menerapkan sistem keamanan siber yang kuat dan transparan dalam penggunaan data pengguna.

3. Transparansi dan Akuntabilitas Platform Digital

Platform digital seperti media sosial, mesin pencari, dan aplikasi komunikasi memiliki kekuasaan besar terhadap aliran informasi publik. Mereka mengelola data jutaan pengguna dan menentukan konten apa yang muncul di linimasa. Karena itu, transparansi dan akuntabilitas menjadi aspek krusial. Perusahaan digital perlu menjelaskan secara terbuka bagaimana data pengguna

dikumpulkan, disimpan, dan digunakan. Ketika terjadi pelanggaran privasi atau penyalahgunaan data, mereka harus bertanggung jawab secara moral dan hukum. Kejelasan kebijakan privasi dan keterbukaan terhadap publik menjadi bentuk akuntabilitas yang memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap platform tersebut.

Platform digital juga perlu berperan aktif dalam menegakkan etika komunikasi, seperti mencegah penyebaran ujaran kebencian, hoaks, dan konten yang melanggar norma sosial. Mekanisme pelaporan konten bermasalah dan sistem moderasi berbasis kecerdasan buatan harus disertai dengan pengawasan manusia agar tidak menimbulkan bias atau diskriminasi.

4. Fenomena *Oversharing* dan Eksploitasi Diri di Media Sosial

Salah satu fenomena yang paling menonjol dalam komunikasi digital masa kini adalah *oversharing*, yaitu kecenderungan membagikan terlalu banyak informasi pribadi di media sosial. Dalam upaya membangun citra atau mendapatkan perhatian, individu sering kali mengabaikan batas privasi dan keamanan diri. *Oversharing* tidak hanya berisiko membuka peluang kejahatan siber, tetapi juga dapat berdampak pada kesehatan mental. Ketika seseorang membandingkan kehidupannya dengan kehidupan orang lain di media sosial, muncul perasaan cemburu sosial, kecemasan, dan ketidakpuasan diri. Fenomena ini sering kali berujung pada eksploitasi diri di mana individu menampilkan citra tertentu demi memperoleh pengakuan publik, meskipun itu tidak mencerminkan kehidupan sebenarnya.

Individu perlu belajar membedakan antara hal yang layak dibagikan dengan hal yang sebaiknya disimpan secara pribadi. Budaya menghargai privasi juga perlu diperkuat agar masyarakat

tidak terjebak dalam budaya pamer dan persaingan citra di dunia maya.

5. Regulasi dan Penegakan Hukum

Regulasi menjadi elemen penting dalam menjaga keseimbangan antara kebebasan digital dan perlindungan privasi. Pemerintah telah mengeluarkan berbagai kebijakan seperti Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) serta UU Perlindungan Data Pribadi (UU PDP) untuk mengatur perilaku digital. Penegakan hukum sering kali masih lemah, baik karena kurangnya pemahaman masyarakat maupun keterbatasan aparat penegak hukum.

Regulasi yang baik harus adaptif terhadap perubahan teknologi. Dunia digital berkembang begitu cepat, dan aturan hukum harus mampu mengikuti perkembangan seperti munculnya kecerdasan buatan, big data, dan *Internet of Things* (IoT). Penegakan hukum yang adil dan tegas juga menjadi faktor penting untuk memberikan efek jera terhadap pelanggar privasi serta membangun rasa aman bagi pengguna digital.

Pemerintah, lembaga penegak hukum, dan penyedia platform digital perlu bekerja sama menciptakan mekanisme perlindungan hukum yang responsif, humanis, dan berpihak pada kepentingan publik.

6. Tanggung Jawab Kolektif dalam Ruang Digital

Etika dan privasi bukan hanya tanggung jawab individu, melainkan juga tanggung jawab kolektif seluruh masyarakat digital. Dunia maya merupakan ruang sosial yang hidup karena interaksi manusia di dalamnya. Membangun budaya digital yang sehat membutuhkan kolaborasi antara individu, komunitas, pemerintah, lembaga pendidikan, dan sektor swasta.

Komunitas pengguna dapat berperan aktif melalui gerakan literasi digital, kampanye anti-hoaks, atau inisiatif berbasis masyarakat untuk membangun kesadaran etika bersama. Lembaga pendidikan dapat mengintegrasikan pendidikan karakter dan etika digital dalam kurikulum sekolah. Perusahaan teknologi dapat menyediakan fitur keamanan, pengaturan privasi yang mudah diakses, serta panduan penggunaan yang edukatif bagi penggunanya.

Hanya dengan kolaborasi yang kuat, nilai-nilai etika seperti kejujuran, tanggung jawab, empati, dan keadilan dapat tertanam dalam perilaku digital masyarakat. Komunikasi digital bukan hanya sarana pertukaran informasi, tetapi juga cermin dari peradaban manusia yang menjunjung tinggi nilai moral dan kemanusiaan.

F. Strategi Menghadapi Tantangan Komunikasi Digital

Komunikasi digital telah menjadi urat nadi kehidupan manusia modern. Hampir semua aktivitas sosial, ekonomi, pendidikan, hingga politik kini bergantung pada teknologi digital yang menghubungkan manusia di seluruh penjuru dunia. Di balik kemudahan dan kecepatan komunikasi digital, tersembunyi berbagai tantangan yang kompleks mulai dari penyebaran informasi palsu, penyalahgunaan data pribadi, hingga dampak psikologis akibat penggunaan media sosial yang berlebihan. Diperlukan strategi komprehensif untuk menghadapi berbagai permasalahan tersebut, agar komunikasi digital dapat menjadi sarana pemberdayaan, bukan sumber kehancuran sosial dan moral.

1. Penguatan Literasi Digital sebagai Fondasi Masyarakat Cerdas

Langkah pertama dalam menghadapi tantangan komunikasi digital adalah membangun masyarakat yang melek digital secara menyeluruh. Literasi digital bukan sekadar kemampuan teknis dalam mengoperasikan perangkat atau aplikasi, tetapi mencakup pemahaman kritis terhadap konten, konteks, dan konsekuensi dari setiap pesan yang disampaikan dan diterima. Menurut Andzani (2023), era digital telah memunculkan demokratisasi informasi, di mana siapa pun dapat menjadi produsen sekaligus konsumen pesan. Tanpa literasi yang baik, masyarakat mudah terseret dalam arus disinformasi dan manipulasi opini.

Pendidikan literasi digital harus dimulai sejak usia dini, dengan mengajarkan cara memverifikasi sumber, mengenali bias informasi, memahami privasi digital, serta menyadari etika dalam berbagi konten. Pemerintah dan lembaga pendidikan dapat berperan aktif melalui pelatihan publik, kurikulum digital, serta kolaborasi dengan media dan komunitas teknologi. Literasi digital yang kuat tidak hanya memperkuat kemampuan berpikir kritis, tetapi juga menciptakan budaya komunikasi yang sehat dan bertanggung jawab.

2. Menanamkan Etika dan Moralitas dalam Ruang Digital

Etika digital menjadi kunci untuk menciptakan ekosistem komunikasi yang harmonis. Kehadiran media sosial sering kali melunturkan batas moral dan sopan santun, karena interaksi yang terjadi tidak langsung dan minim kontrol sosial. Dharmajaya & Minangkabawi (2024), menegaskan bahwa komunikasi digital yang beretika akan membangun kepercayaan yang berkelanjutan antara individu, lembaga, dan masyarakat. Penting untuk menginternalisasi nilai-nilai seperti kejujuran, empati, dan tanggung jawab dalam setiap tindakan di dunia maya. Etika digital

meliputi sikap menghargai privasi orang lain, menghindari penyebaran ujaran kebencian, tidak melakukan plagiarisme digital, serta menjaga keamanan data pribadi. Dengan kata lain, komunikasi digital yang etis merupakan cerminan karakter bangsa di ruang virtual.

3. Menjaga Keseimbangan Psikologis dan Sosial di Tengah Dunia Digital

Salah satu dampak serius dari perkembangan komunikasi digital adalah gangguan kesejahteraan psikologis. Penggunaan media sosial yang berlebihan dapat menyebabkan kecemasan, kesepian, dan depresi, terutama di kalangan remaja (Krisdayanti, 2024). Fenomena *digital addiction* membuat individu terjebak dalam lingkaran *fear of missing out* (FOMO) dan pencarian validasi sosial yang tidak sehat.

Untuk mengatasi hal ini, diperlukan kesadaran diri kolektif tentang pentingnya keseimbangan antara dunia digital dan kehidupan nyata. Upaya seperti *digital detox*, manajemen waktu penggunaan gadget, serta meningkatkan interaksi sosial langsung perlu digalakkan. Keluarga dan lembaga pendidikan juga berperan penting dalam membentuk pola komunikasi yang sehat dengan memberikan contoh nyata penggunaan teknologi secara bijak. Komunikasi digital tidak akan menenggelamkan nilai-nilai kemanusiaan, melainkan memperkuatnya.

4. Membangun Kolaborasi Lintas Sektor untuk Inklusi Digital

Tantangan komunikasi digital tidak dapat diatasi oleh satu pihak saja. Diperlukan kolaborasi lintas sektor antara pemerintah, akademisi, pelaku industri, media, dan masyarakat sipil. Pemerintah berperan dalam merumuskan regulasi yang adil dan melindungi privasi warga digital, sementara akademisi dapat

melakukan riset untuk memahami dampak sosial dan psikologis komunikasi digital.

Haniko et al. (2023) menyoroti pentingnya program pelatihan, penyediaan akses teknologi, dan pemberdayaan masyarakat dalam mengatasi kesenjangan digital. Di banyak daerah, akses terhadap teknologi masih terbatas, sehingga informasi dan peluang digital belum merata. Dengan kolaborasi lintas sektor, transformasi digital dapat berjalan secara inklusif, tidak hanya untuk kelompok berpendidikan tinggi, tetapi juga bagi masyarakat di daerah pedesaan dan tertinggal.

Kolaborasi ini juga penting untuk membangun ekosistem komunikasi yang aman, di mana pengguna dapat berinteraksi tanpa rasa takut terhadap pencurian data atau penyalahgunaan informasi pribadi. Inklusi digital yang sejati berarti tidak hanya menyediakan akses, tetapi juga memastikan kemampuan, kesadaran, dan perlindungan bagi setiap pengguna teknologi.

5. Inovasi Teknologi Berbasis Nilai Kemanusiaan

Di tengah derasnya arus teknologi baru seperti kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*), *deepfake*, dan *big data*, manusia harus tetap menjadi pusat dari segala inovasi. Teknologi seharusnya diciptakan bukan untuk menggantikan manusia, melainkan untuk memperkuat nilai kemanusiaan. Azka et al. (2025), menekankan bahwa inovasi digital yang tidak disertai tanggung jawab etis dapat mengikis kepercayaan publik dan memicu krisis moral.

Pengembang aplikasi, kreator konten, dan perusahaan teknologi perlu diarahkan untuk menciptakan sistem komunikasi yang transparan, aman, dan ramah pengguna. Inovasi berbasis nilai kemanusiaan akan menciptakan komunikasi digital yang lebih empatik, kolaboratif, dan inklusif, serta mendorong

masyarakat untuk menggunakan teknologi sebagai sarana kebaikan bersama.

6. Penguatan Regulasi dan Kebijakan Komunikasi Digital

Strategi terakhir yang tidak kalah penting adalah pembentukan regulasi yang tegas dan berpihak pada kepentingan publik. Dunia digital membutuhkan tata kelola yang jelas untuk mencegah penyalahgunaan data, penyebaran hoaks, dan pelanggaran privasi. Pemerintah perlu menegakkan hukum secara konsisten terhadap tindak kejahatan digital seperti penipuan daring, ujaran kebencian, dan manipulasi informasi politik.

Regulasi tidak boleh bersifat represif. Kebijakan komunikasi digital yang efektif adalah yang mendorong keseimbangan antara kebebasan berekspresi dan tanggung jawab sosial. Di sinilah peran lembaga pengawas media, organisasi masyarakat sipil, dan platform teknologi menjadi penting untuk memastikan transparansi, akuntabilitas, dan perlindungan terhadap hak-hak pengguna.

Tabel 9. 2 Strategi Menghadapi Tantangan Komunikasi Digital Secara Komprehensif

Bidang Strategis	Langkah Implementatif	Tujuan Utama	Dampak Positif
Literasi Digital	Edukasi publik, pelatihan berpikir kritis, verifikasi sumber	Meningkatkan kesadaran dan ketahanan informasi	Masyarakat mampu memilah konten berkualitas
Etika Digital	Sosialisasi nilai moral, sopan santun digital, anti hoaks	Membentuk perilaku komunikasi yang beradab	Ruang digital menjadi tempat yang aman dan produktif
Keseimbangan Psikologis	Digital detox, edukasi mental health,	Mengurangi stres dan	Tercipta keseimbangan antara dunia

Bidang Strategis	Langkah Implementatif	Tujuan Utama	Dampak Positif
	kegiatan sosial offline	ketergantungan media	nyata dan maya
Kolaborasi Lintas Sektor	Sinergi pemerintah, akademisi, dan pelaku industri	Menjamin inklusi digital dan kesetaraan akses	Masyarakat lebih partisipatif dan berdaya digital
Inovasi Berbasis Kemanusiaan	Pengembangan AI etis, perlindungan privasi pengguna	Menjaga kepercayaan publik terhadap teknologi	Teknologi menjadi alat pemberdayaan sosial
Regulasi dan Kebijakan	Undang-undang perlindungan data dan anti hoaks	Menegakkan keadilan dan keamanan digital	Terbangunnya ekosistem komunikasi digital yang adil

Strategi menghadapi tantangan komunikasi digital bukan sekadar upaya teknis, tetapi juga transformasi nilai dan budaya. Dunia digital membutuhkan manusia yang tidak hanya cerdas secara teknologi, tetapi juga matang secara moral, sosial, dan emosional. Ketika literasi, etika, dan kemanusiaan bersinergi, komunikasi digital akan menjadi kekuatan besar dalam membangun masyarakat yang lebih beradab, inklusif, dan berkeadilan.

Era digital bukanlah ancaman jika dihadapi dengan kesadaran dan kebijaksanaan. Ia justru bisa menjadi panggung baru bagi lahirnya peradaban yang lebih terbuka, kritis, dan berakar pada nilai kemanusiaan universal.

Referensi

- Alamsyah, I. L., Aulya, N., & Satriya, S. H. (2024). Transformasi media dan dinamika komunikasi dalam era digital: Tantangan dan peluang ilmu komunikasi. *Jurnal Ilmiah Research Student*, 1(3), 168-181.
- Andzani, D. (2023). Dinamika komunikasi digital: Tren, tantangan, dan prospek masa depan. *Jurnal Syntax Admiration*, 4(11), 1964-1976.
- Azka, M. D. A., Aulia, N. F., Ananda, F., & Putra, P. (2025). Pengaruh Deepfake terhadap Kepercayaan Publik pada Informasi Visual di Media Sosial. *Kajian Administrasi Publik dan ilmu Komunikasi*, 2(2), 286-301.
- Batoebara, M. U., & Hasugian, B. S. (2023). Isu hoaks meningkat menjadi potensi kekacauan informasi. *Device: Journal of Information System, Computer Science and Information Technology*, 4(2), 64-79.
- Dharmajaya, A., & Minangkabawi, H. (2024). Membangun Kepercayaan yang Berkelanjutan di Era Disruptif Komunikasi: Perspektif Media dan Komunikasi Digital. *Jurnal Komunikasi*, 18(2).
- Haniko, P., Sappaile, B. I., Gani, I. P., Sitopu, J. W., Junaidi, A., & Cahyono, D. (2023). Menjembatani Kesenjangan Digital: Memberikan Akses ke Teknologi, Pelatihan, Dukungan, dan Peluang untuk Inklusi Digital. *Jurnal Pengabdian West Science*, 2(05), 306-315.
- Herman, H. (2024). Perubahan Paradigma Komunikasi Di Era Digital: Dampak Dan Tantangannya. *Journal of Mandalika Literature*, 5(2), 151-155.

- Jayanthi, R., & Dinaseviani, A. (2022). Kesenjangan digital dan solusi yang diterapkan di Indonesia selama pandemi COVID-19. *Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi*, 24(2), 187-200.
- Krisdayanti, S. (2024). Pengaruh media sosial terhadap kesehatan mental remaja. *literacy notes*, 2(1).
- Simaremare, W. L., Panjaitan, H., & Napitupulu, R. (2025). Dampak Teknologi Digital Terhadap Proses Pembelajaran Dan Kesejahteraan Psikologis. *Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora*, 4(1), 243-252.
- Sinaga, W. M. B. B., & Firmansyah, A. (2024). Perubahan paradigma pendidikan di era digital. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 1(4), 10-10.
- Wardani, S. (2023). Transformasi Interaksi Bisnis dan Konsumen dalam Era Komunikasi Digital. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 3(2), 26-35.

BAB 10

MASA DEPAN KOMUNIKASI DIGITAL

Oleh: Jaqualine Pramanta Putra, M.M, M.I. Kom.

A. Apa Itu Komunikasi Digital?

Komunikasi digital adalah pertukaran informasi, data, atau pesan secara elektronik. Bentuknya bermacam-macam dan telah menjadi standar komunikasi bagi individu dan organisasi selama beberapa dekade terakhir. Saat dahulu mengirim email, mengirim SMS ke teman, atau memposting di media sosial, Anda menggunakan komunikasi digital. Dan dengan diperkenalkannya teknologi baru, ini menjadi andalan dalam interaksi kita sehari-hari.

1. Evolusi Komunikasi Digital

Komunikasi melalui alat digital telah berkembang pesat sejak diperkenalkannya telegraf pada awal abad ke-19. Berikut ini beberapa momen penting dalam evolusi komunikasi digital:

a. Telegraf

Telegraf merevolusi komunikasi, memungkinkan pengiriman pesan lintas benua dalam hitungan jam.

b. Telepon

Awal abad ke-20 adalah saat diperkenalkannya telepon, yang memungkinkan orang untuk berbicara secara langsung dalam

jarak jauh. Pada pertengahan abad ke-20, ini menjadi perlengkapan rutin di rumah dan kantor di seluruh dunia.

c. Internet

Internet mulai muncul pada tahun 1983, memungkinkan pertukaran informasi dan komunikasi dengan orang lain secara instan dan di seluruh dunia.

d. Email, Pesan Instan, dan Media Sosial

Internet membuka jalan bagi email, pesan instan, dan forum *online*. Platform media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram memudahkan komunikasi dengan teman dan keluarga di seluruh dunia.

e. Ponsel

Panggilan pertama dari perangkat seluler dilakukan pada tahun 1973. Dikenal sebagai "batu bata", ponsel Motorola DynaTAC 8000x memiliki berat hampir dua pon!

f. Kecerdasan Buatan (AI)

Munculnya AI dan chatbot juga telah mengubah permainan komunikasi, terutama cara perusahaan berinteraksi dengan pelanggan.

2. Jenis Komunikasi Digital

Kami berkomunikasi melalui media digital setiap hari. Berikut adalah beberapa jenis komunikasi digital yang paling umum Anda pasti mengenali sebagian besar (jika tidak semuanya).

a. Surel

Kami akan menebak dengan pasti bahwa Anda familiar dengan email. Ini adalah salah satu media komunikasi digital terpopuler, memungkinkan anda mengirim dan menerima pesan, dokumen, dan file lainnya melalui internet. Bahkan jika Anda tidak menggunakan email dalam

kehidupan pribadi Anda, itu mungkin salah satu cara utama Anda berkomunikasi di tempat kerja.

b. Pesan singkat

Anda mungkin juga menerima satu atau dua pesan instan. Pesan instan memungkinkan anda mengirim dan menerima pesan melalui internet menggunakan aplikasi seperti WhatsApp, Facebook Messenger, dan Message.

c. Konferensi video

Dengan maraknya pekerjaan jarak jauh, alat konferensi video menjadi sangat penting. Pekerja jarak jauh, bisnis, Lembaga pendidikan, dan lainnya menggunakan konferensi video untuk berkolaborasi dan berkomunikasi lintas zona waktu.

d. Media sosial

Data pada angka 59% populasi dunia menggunakan media sosial. Facebook, Instagram, dan Twitter hanyalah beberapa contoh platform media sosial tempat pengguna berbagi informasi, foto, dan video dengan teman dan pengikut

e. SMS (Layanan Pesan Teks Singkat)

Kita semua pernah mengirim satu SMS (atau seratus) dan itulah arti SMS. Perbedaan teknis antara SMS dan pesan instan adalah SMS menggunakan data seluler Anda, bukan internet, untuk mengirim dan menerima pesan. Komunikasi digital adalah salah satu fenomena paling berpengaruh dalam peradaban modern. Kehadirannya telah mengubah cara manusia bekerja, belajar, dan berinteraksi dalam kehidupan sehari-hari. Transformasi ini ditandai oleh pergeseran dari komunikasi tatap muka menuju komunikasi berbasis teknologi yang mengandalkan jaringan internet dan perangkat pintar. Di masa depan, komunikasi digital akan terus berevolusi

mengikuti perkembangan teknologi, kebutuhan manusia, dan dinamika sosial global. Manuel Castells (2010) dalam *The Rise of the Network Society* menegaskan bahwa masyarakat modern telah berubah menjadi masyarakat jaringan, di mana arus informasi menjadi kekuatan utama pembentuk struktur sosial. Dengan demikian, memahami arah dan makna masa depan komunikasi digital menjadi penting untuk mempersiapkan diri menghadapi revolusi informasi yang tak terhindarkan. Masa depan komunikasi digital akan semakin ditentukan oleh integrasi antara manusia dan teknologi. *Artificial Intelligence* (AI) menjadi motor utama perubahan ini. AI memungkinkan interaksi yang lebih personal dan kontekstual, karena sistem mampu memahami pola komunikasi manusia, baik dalam bentuk bahasa, emosi, maupun perilaku digital. Asisten digital generatif, seperti ChatGPT, menjadi contoh nyata bagaimana AI mengubah cara manusia berkomunikasi dengan mesin maupun sesama manusia. Dalam konteks jaringan, kemunculan teknologi 6G akan membawa perubahan besar.

Dengan kecepatan dan kapasitas yang jauh lebih tinggi, komunikasi masa depan akan memungkinkan pengalaman holografis yang interaktif. Menurut Saad et al. (2021), komunikasi masa depan akan bersifat semantic yakni sistem tidak hanya mengirim data, tetapi juga memahami makna informasi yang dikirim. Selain AI dan 6G, *Virtual Reality* (VR) dan *Augmented Reality* (AR) akan memainkan peran penting dalam dunia komunikasi. Ketika kita berbicara tentang inovasi di sekitar meja makan dengan teman dan keluarga, percakapan sering berkisar pada gadget dan perangkat keras iPhone baru yang baru saja keluar, kebanyakan mobil listrik baru di pasaran, atau mungkin jam tangan baru yang melacak tidur Anda. dan sinkronkan dengan

aplikasi di ponsel Anda. Ketika manusia mendorong maju dengan inovasi, titik kontak dan media interaksi kita juga telah maju, bahkan ketika kita tidak berada di ruang fisik yang sama. Kemajuan dalam komunikasi digital telah menyatu begitu cepat dan mulus ke dalam kehidupan kita sehari-hari sehingga kita bahkan tidak berpikir untuk membatalkannya.

Kategori	Old Media (Media Lama)	New Media (Media Baru)
Berita & Informasi	Surat kabar <i>Kompas</i> , <i>Republika</i> , <i>Media Indonesia</i>	Portal online seperti <i>Detik.com</i> , <i>Kompas.com</i> , <i>CNN Indonesia</i>
Televisi	RCTI, SCTV, TVRI, ANTV	YouTube, Netflix, Vidio, TikTok Live
Radio & Musik	Prambors FM, RRI, Elshinta	Spotify, Joox, Apple Music, Podcast di YouTube/Spotify
Komunikasi Pribadi	Surat pos, telepon rumah	WhatsApp, Telegram, Line, Messenger
Iklan & Promosi	Iklan cetak di koran/majalah, billboard jalan raya	Instagram Ads, Facebook Ads, Google Ads, TikTok Ads
Hiburan	Bioskop konvensional, VCD/DVD	Streaming film di Disney+ Hotstar, WeTV, iQIYI, YouTube Shorts

Kategori	Old Media (Media Lama)	New Media (Media Baru)
Belanja	Pasar tradisional, katalog cetak	E-commerce seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada
Politik	Kampanye melalui baliho, televisi, dan rapat umum	Kampanye digital di Twitter, Instagram, TikTok, YouTube
Edukasi	Buku cetak, modul kertas	E-learning via Ruangguru, Zenius, Google Classroom, Coursera
Komunitas	Arisan, organisasi sosial tatap muka	Grup Facebook, forum Kaskus, komunitas Telegram/Discord

Teknologi tersebut akan menghadirkan bentuk komunikasi imersif yang memungkinkan pengguna “merasakan” kehadiran meskipun berada di lokasi berbeda. *Ericsson Mobility Report* (2024) memprediksi bahwa penggunaan teknologi realitas campuran akan meningkat pesat dalam bidang pendidikan, bisnis, dan hiburan. Komunikasi digital pada masa depan tidak lagi terbatas pada media teks atau suara, tetapi mencakup seluruh pengalaman multisensori manusia. Perubahan ini menjadikan komunikasi digital lebih interaktif, realistis, dan personal dibandingkan era sebelumnya.

Namun, kemajuan tersebut membawa tantangan besar dalam hal keamanan dan privasi data. Ketika hampir seluruh aktivitas manusia terekam secara digital, ancaman terhadap

kerahasiaan informasi menjadi semakin kompleks. *World Economic Forum* (2023) menyebut bahwa pelanggaran data pribadi dan penyalahgunaan informasi menjadi salah satu risiko global paling signifikan di era digital. Karena itu, komunikasi digital masa depan harus berlandaskan pada etika, keamanan siber, dan transparansi dalam penggunaan data pribadi. Regulasi seperti *General Data Protection Regulation* (GDPR) di Uni Eropa menjadi contoh penting dalam membangun sistem komunikasi yang etis dan berkeadilan.

Tantangan lain adalah menjaga sisi kemanusiaan di tengah dominasi teknologi. Sherry Turkle (2011) dalam *Alone Together* menyoroti paradoks digital: manusia semakin terkoneksi secara virtual tetapi semakin terasing secara emosional. Oleh karena itu, komunikasi digital di masa depan harus menekankan empati, keaslian, dan nilai-nilai sosial sebagai pondasi utama. Pendidikan literasi digital menjadi sangat penting agar masyarakat mampu berkomunikasi secara bertanggung jawab dan etis di ruang siber. Tanpa pemahaman kritis, masyarakat mudah terjebak dalam disinformasi, polarisasi, dan manipulasi algoritmik.

Selain komunikasi antarmanusia, masa depan juga akan menyaksikan komunikasi antar mesin melalui *Internet of Things* (IoT). IoT memungkinkan objek fisik seperti kendaraan, rumah, atau infrastruktur saling bertukar data dan informasi secara otomatis. Riset Gubbi et al. (2013) dalam *Internet of Things: A Vision, Architectural Elements, and Future Directions* menunjukkan bahwa IoT akan menjadi tulang punggung komunikasi global di berbagai sektor. Dengan demikian, komunikasi digital tidak lagi hanya melibatkan manusia, tetapi juga perangkat dan sistem yang berinteraksi secara mandiri. Ini menandai era baru di mana komunikasi digital membentuk ekosistem cerdas yang menghubungkan dunia fisik dan virtual secara menyeluruh.

Namun, keberhasilan komunikasi digital di masa depan tidak hanya bergantung pada kemajuan teknologi, tetapi juga pada kesiapan manusia mengelolanya secara etis dan bijaksana. Komunikasi masa depan harus mampu menjaga keseimbangan antara efisiensi teknologi dan nilai-nilai kemanusiaan. Dunia akan semakin terhubung, tetapi manusia tetap harus menjadi pusat dari setiap bentuk komunikasi. Seperti diungkapkan Eric Schmidt dan Jared Cohen (2013) dalam *The New Digital Age*, teknologi digital memiliki potensi besar untuk memberdayakan mereka yang sebelumnya tidak memiliki suara. Oleh karena itu, masa depan komunikasi digital harus diarahkan pada tujuan mulia: menciptakan dunia yang lebih inklusif, transparan, dan manusiawi.

Komunikasi digital kini tidak lagi sekadar media penyampaian informasi, melainkan ruang baru bagi konstruksi identitas, makna, dan relasi sosial. Seiring kemajuan teknologi, muncul pula tantangan baru terkait privasi, etika, serta dampak sosial dari interaksi berbasis algoritma. Oleh karena itu, kajian mengenai masa depan komunikasi digital menjadi penting untuk memahami bagaimana teknologi baru membentuk dinamika sosial manusia (Fuchs, 2021).

3. Evolusi Komunikasi Digital

Komunikasi digital berawal dari integrasi teknologi komputer dan jaringan telekomunikasi pada akhir abad ke-20. Menurut McQuail (2010), kemunculan internet menandai revolusi komunikasi global yang memungkinkan penyebaran pesan dalam skala besar dengan kecepatan tinggi. Pada awalnya, komunikasi digital berfokus pada teks dan email, namun kini telah berkembang menjadi media sosial, platform video, hingga realitas virtual. Transformasi ini tidak hanya mengubah media, tetapi juga perilaku komunikasi masyarakat. Generasi *digital native* tumbuh

dalam lingkungan yang menjadikan komunikasi daring sebagai bagian dari identitas diri. Media sosial seperti Facebook, Instagram, dan TikTok menjadi medium utama ekspresi diri dan komunikasi massa (boyd, 2014). Perubahan paradigma ini melahirkan konsep *networked society* masyarakat yang terhubung secara global melalui jaringan digital (Castells, 2010). Dalam masyarakat semacam ini, batas antara ruang publik dan privat semakin kabur, dan komunikasi menjadi lebih horizontal serta berbasis partisipasi.

Aspek	Old Media (Media Lama)	New Media (Media Baru)
Teknologi	Analog (cetak, radio, televisi, film)	Digital (internet, media sosial, aplikasi online)
Arah Komunikasi	Satu arah (<i>one-way communication</i>)	Dua arah / interaktif (<i>two-way & participatory</i>)
Peran Audiens	Pasif (hanya menerima pesan)	Aktif (memilih, memilah, dan membuat konten)
Distribusi	Terbatas, bergantung pada institusi besar	Tidak terbatas, dapat dilakukan individu
Waktu & Ruang	Terikat ruang dan waktu (siaran terjadwal)	Fleksibel, bisa diakses kapan saja dan di mana saja
Kontrol Informasi	Dikuasai oleh media mainstream	Terbuka, siapa saja bisa memproduksi dan menyebarkan
Bentuk Konten	Linear (dari awal ke akhir, satu format)	Non-linear, hipertekstual, multi-

Aspek	Old Media (Media Lama)	New Media (Media Baru)
		format (teks, video, audio)
Keterlibatan Sosial	Terbatas (diskusi tatap muka, surat pembaca)	Tinggi (komentar, like, share, komunitas online)
Konvergensi	Terpisah (TV untuk menonton, radio untuk mendengar)	Terintegrasi (smartphone dapat digunakan untuk semua fungsi)
Kecepatan Informasi	Lambat, tergantung jadwal produksi	Real-time, informasi menyebar sangat cepat

B. Peran Kecerdasan Buatan (AI) dalam Komunikasi

Kecerdasan buatan menjadi salah satu faktor paling berpengaruh dalam membentuk masa depan komunikasi digital. AI mampu mengolah data dalam jumlah besar dan mempersonalisasi pesan sesuai preferensi pengguna. Menurut Kaplan dan Haenlein (2019), AI berperan sebagai agen yang mampu berpikir dan bertindak layaknya manusia dalam konteks komunikasi digital.

Contoh penerapan AI dapat ditemukan pada algoritma media sosial yang mengatur konten apa saja yang pengguna lihat setiap hari. Mesin rekomendasi YouTube atau TikTok, misalnya, memengaruhi pola konsumsi informasi dan budaya populer secara global. Dalam bidang jurnalistik, AI juga digunakan untuk penulisan berita otomatis (*automated journalism*), analisis

sentimen publik, hingga pengelolaan hubungan pelanggan melalui *chatbots*.

Namun, personalisasi informasi berbasis AI menimbulkan fenomena *filter bubble* (Pariser, 2011), yaitu kondisi ketika pengguna hanya menerima informasi yang memperkuat sudut pandang mereka sendiri. Situasi ini berpotensi meningkatkan polarisasi sosial dan melemahkan kualitas ruang publik yang sehat.

1. Metaverse dan Transformasi Interaksi Digital

Konsep metaverse muncul sebagai wujud lanjutan dari internet, yaitu ruang digital tiga dimensi yang imersif dan interaktif. Menurut Ball (2022), metaverse merupakan dunia virtual tempat pengguna dapat berinteraksi melalui avatar dan mengalami komunikasi real-time dalam lingkungan yang menyerupai dunia nyata.

Dalam konteks komunikasi, metaverse membuka peluang baru untuk menghadirkan interaksi sosial yang lebih mendalam. Pertemuan virtual, konferensi digital, dan pendidikan jarak jauh kini dapat dilakukan dalam lingkungan 3D yang realistis. Perusahaan besar seperti Meta (Facebook) dan Microsoft mulai mengembangkan ruang metaverse sebagai sarana komunikasi bisnis dan sosial di masa depan.

Namun demikian, muncul pula persoalan seperti ketimpangan akses teknologi, privasi data pengguna, dan potensi kecanduan dunia virtual. Semakin tinggi ketergantungan pada ruang virtual, semakin besar pula risiko hilangnya empati dan keterhubungan emosional manusia di dunia nyata.

C. Teknologi Pendukung Komunikasi Masa Depan

Selain AI dan metaverse, sejumlah teknologi lain turut memperkuat infrastruktur komunikasi digital masa depan. *Internet of Things* (IoT), jaringan 5G, dan *blockchain* menjadi fondasi sistem komunikasi yang lebih cepat, aman, dan cerdas.

IoT memungkinkan benda-benda fisik saling berkomunikasi secara otomatis. Menurut Evans (2011), IoT akan menghubungkan miliaran perangkat pada tahun 2030, menciptakan ekosistem komunikasi yang melampaui interaksi manusia.

Jaringan 5G menghadirkan kecepatan transmisi data yang sangat tinggi, memungkinkan komunikasi video real-time berkualitas tinggi serta pengoperasian sistem otomatis jarak jauh. Sementara itu, *blockchain* memainkan peran penting dalam keamanan komunikasi digital melalui sistem desentralisasi dan enkripsi data yang kuat (Tapscott & Tapscott, 2016). Teknologi ini mampu mengurangi risiko penyalahgunaan data dan manipulasi informasi.

D. Dampak Sosial dan Budaya dalam Komunikasi

Perubahan teknologi komunikasi selalu diikuti oleh perubahan budaya. Komunikasi digital membentuk pola pikir baru tentang waktu, ruang, dan identitas. Manusia kini hidup dalam budaya konektivitas, di mana eksistensi sosial sering kali diukur melalui kehadiran daring. Budaya komunikasi digital juga menciptakan bentuk baru partisipasi sosial. Munculnya *citizen journalism* dan *digital activism* memperkuat suara masyarakat dalam isu-isu politik dan sosial. Namun, banjir informasi dan maraknya berita

palsu (*hoaks*) menjadi tantangan serius bagi literasi digital. Fenomena *cancel culture* dan *digital surveillance* menunjukkan bagaimana teknologi dapat memperkuat kontrol sosial dalam ruang maya. Dengan demikian, masa depan komunikasi digital memerlukan keseimbangan antara kebebasan berekspresi dan tanggung jawab etis.

E. Tantangan Etika, Privasi, dan Regulasi

Kemajuan teknologi komunikasi membawa berbagai persoalan etika dan privasi yang kompleks. Data pribadi menjadi komoditas utama dalam ekonomi digital. Menurut Zuboff (2019), kapitalisme pengawasan (*surveillance capitalism*) menjadikan perilaku manusia sebagai bahan mentah untuk keuntungan perusahaan teknologi. Pelanggaran privasi, manipulasi algoritma, dan penyebaran disinformasi menjadi ancaman nyata terhadap kualitas komunikasi digital. Regulasi seperti *General Data Protection Regulation* (GDPR) di Eropa merupakan upaya penting untuk melindungi hak digital pengguna. Di Indonesia, tantangan serupa muncul melalui penyalahgunaan data pengguna dan rendahnya kesadaran privasi. Oleh karena itu, masa depan komunikasi digital harus dibangun di atas prinsip transparansi, keamanan, dan tanggung jawab sosial.

F. Masa Depan Profesi dan Literasi Digital

Perkembangan teknologi komunikasi digital tidak hanya mengubah cara manusia berinteraksi, tetapi juga menciptakan profesi baru di bidang media, pemasaran, dan analisis data. Jurnalis kini dituntut memahami algoritma, analisis komunikasi memanfaatkan *big data*, dan humas digital harus mampu beradaptasi dengan teknologi AI (Flew, 2022). Selain itu, literasi digital menjadi kompetensi utama bagi masyarakat masa depan.

Menurut Hobbs (2010), literasi digital bukan hanya kemampuan teknis menggunakan media, tetapi juga kemampuan kritis untuk memahami, mengevaluasi, dan menciptakan pesan digital secara etis. Melihat tren saat ini, komunikasi digital akan semakin terpersonalisasi, imersif, dan berbasis data. AI akan berperan sebagai mediator komunikasi yang mampu menerjemahkan emosi dan konteks budaya lintas bahasa. Metaverse juga akan berkembang sebagai ruang sosial alternatif yang menggabungkan hiburan, pekerjaan, dan pendidikan dalam satu ekosistem digital.

Namun, manusia tetap memegang peran sentral. Teknologi hanyalah alat, sedangkan nilai-nilai kemanusiaan seperti empati, kejujuran, dan kolaborasi tetap menjadi fondasi komunikasi yang bermakna. Oleh karena itu, masa depan komunikasi digital bukan hanya tentang inovasi teknologi, tetapi juga tentang membangun ekosistem komunikasi yang inklusif, etis, dan berorientasi pada kemanusiaan.

Referensi

- Ball, M. (2022). *The metaverse: And how it will revolutionize everything*. Liveright.
- boyd, d. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press.
- Castells, M. (2010). *The rise of the network society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.
- Ericsson. (2024). *Ericsson mobility report: On the pulse of the networked society*. Ericsson AB.
- European Parliament. (2018). *General data protection regulation (GDPR)*. Official Journal of the European Union.

- Evans, D. (2011). *The internet of things: How the next evolution of the internet is changing everything*. Cisco Internet Business Solutions Group.
- Flew, T. (2022). *Understanding global media*. Palgrave Macmillan.
- Fuchs, C. (2021). *Social media: A critical introduction*. Sage.
- Gubbi, J., Buyya, R., Marusic, S., & Palaniswami, M. (2013). Internet of Things (IoT): A vision, architectural elements, and future directions. *Future Generation Computer Systems*, 29(7), 1645–1660.
- Hobbs, R. (2010). *Digital and media literacy: A plan of action*. Aspen Institute.
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2019). Siri, Siri, in my hand: Who's the fairest in the land? *Business Horizons*, 62(1), 15–25.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). Sage Publications.
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the internet is hiding from you*. Penguin Press.
- Saad, W., Bennis, M., Chen, M., & Poor, H. V. (2021). A vision of 6G wireless systems: Applications, trends, technologies, and open research problems. *IEEE Network*, 35(3), 134–142.
- Schmidt, E., & Cohen, J. (2013). *The new digital age: Reshaping the future of people, nations and business*. Knopf.
- Tapscott, D., & Tapscott, A. (2016). *Blockchain revolution*. Penguin.
- Turkle, S. (2011). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. Basic Books.
- van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.

World Economic Forum. (2023). *Global risks report 2023*. WEF Publications.

Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism*. PublicAffairs.

BIOGRAFI PENULIS



Dr. Maharani Imran, S.Sos., M.Si.

Dr. Maharani Imran, S.Sos., M.Si. lahir di Jakarta pada 3 Oktober 1981. Beliau dikenal sebagai akademisi yang berkiprah di bidang Ilmu Komunikasi. Pendidikan sarjana ditempuh di Universitas Padjadjaran, Bandung, dengan konsentrasi pada Ilmu Komunikasi. Usai menamatkan pendidikan sarjananya, beliau melanjutkan studi magister dan doktoral di Program Studi Komunikasi Pembangunan, IPB University, Bogor. Fokus penelitian yang digelutinya berkaitan erat dengan strategi komunikasi dalam konteks pembangunan sosial.

Kecintaannya terhadap dunia akademik tercermin dari dedikasinya dalam pengajaran, riset, pengabdian dan pengembangan ilmu komunikasi. Sejak tahun 2025, Dr. Maharani mengabdikan diri sebagai dosen tetap di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bina Sarana Informatika (UBSI). Sebelumnya, beliau mengajar di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Persada Indonesia YAI sejak tahun 2005 hingga 2025.

Selain aktif di dunia pendidikan, beliau memiliki pengalaman sebagai Manajer Humas dan Pemasaran Universitas Islam “45” pada periode 2007–2021. Dengan kemampuannya mengintegrasikan teori dan praktik, beliau memberikan kontribusi penting bagi pengembangan dunia akademik dan perguruan tinggi di Indonesia.

BIOGRAFI PENULIS



Mike Indarsih, M.I.Kom.

Mike Indarsih, M.I.Kom., adalah dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bina Sarana Informatika yang sedang menempuh pendidikan doktoral di IPB University dengan konsentrasi Komunikasi Pembangunan Pertanian dan Pedesaan. Fokus risetnya meliputi komunikasi media, penyiaran, dan partisipasi sosial dalam transformasi budaya, dengan salah satu penelitian berjudul “Proses Komunikasi Transformasi Identitas pada Komunitas Punk Muslim.” Selain mengajar dan meneliti, ia aktif menjadi pembicara di berbagai forum akademik tentang komunikasi publik dan penyiaran digital. Di luar profesinya, ia adalah ibu dari tiga anak yang menjadi sumber inspirasi dalam perjalanan akademik dan karya ilmiahnya. Alamat email : mike.mih@bsi.ac.id

BIOGRAFI PENULIS



Nabilah, M.Sos

Nabilah, M.Sos lahir di Bogor, 07 Januari 1998. Lulusan S1 dan S2 UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dengan program studi Komunikasi Penyiaran Islam sebagai lulusan tercepat sekaligus terbaik dengan masa tempuh studi S1 (7 semester 3.5 tahun) dan S2 (3 Semester 1.5 tahun). Konsentrasi saya dibidang komunikasi penyiaran dan *New Media*. Dengan pengalaman mengajar di PTS dan PTN. Tidak hanya mengajar saya juga aktif mengelola jurnal S2 Komunikasi Penyiaran Islam UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dan Editor Jurnal S1 Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.

BIOGRAFI PENULIS



Siti Qona'ah S.Sos. MM. M. I. Kom.

Siti Qona'ah S.Sos. MM. M. I. Kom., lahir di Bandung, 26 Maret 1973 adalah dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bahasa di Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta, sejak bulan Mei 2007. Pendidikan S1 yang ditempuh di Fakultas komunikasi Jurusan Public Relations di Institut Ilmu Sosial dan Politik (IISIP) Jakarta selesai tahun 1997. Pendidikan S2, Magister Manajemen Universitas BSI Bandung tahun 2012. Dan S2 Magister Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Jakarta tahun 2022. Sebelum aktif di dunia pendidikan bekerja pada bidang Penelitian, Penyiaran dan Perbankan.

BIOGRAFI PENULIS



Gan Gan Giantika,S.Sos.,M.M.,M.I.Kom

Gan Gan Giantika,S.Sos.,M.M.,M.I.Kom., Lulus Program Studi Ilmu Hubungan Masyarakat Jurusan Ilmu Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Komunikasi Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jakarta tahun 2002. Lulus S2 Program Studi Magister Manajemen Universitas BSI Bandung tahun 2012. Lulus S2 Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Sahid tahun 2021. Sejak tahun 2008 sampai sekarang adalah Dosen di Universitas Bina Sarana Informatika Fakultas Komunikasi dan Bahasa.

BIOGRAFI PENULIS



Rindana Intan Emeilia, S.Sos., M.I.Kom

Rindana Intan Emeilia, lahir di Tangerang 22 Mei 1990. Gelar Sarjana Sosial (S.Sos.) diraih dari Program Studi Ilmu Politik, FISIP-UIN Syarif Hidayatullah Jakarta (2008-2013). Sementara Gelar Magister Ilmu Komunikasi (M.I.Kom) diraihnya dari Program S-2 Ilmu Komunikasi, FISIP-Universitas Muhammadiyah Jakarta (2016-2019).

Saat ini berprofesi sebagai dosen di Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Komunikasi dan Bahasa, Universitas Bina Sarana Informatika. Beberapa artikel ilmiah di bidang ilmu komunikasi yang pernah ditulisnya berjudul: *The Symbolic Convergence of Crowdfunding in Political Campaigns*; Hambatan Komunikasi dalam Pembelajaran Online di Masa Pandemi Covid-19; Bauran Komunikasi Pemasaran Produk UMKM Aprilia Mahar Design Pada Masa Pandemi Covid-19 dan New Normal; Strategi Komunikasi Dinas Sosial Tangerang Selatan dalam Program Pelayanan Penyaluran Alat Bantu Disabilitas; *The Image of The General Elections Commission (KPU) in The 2024 Presidential*

Elections; Lobi dan Negosiasi dalam Komunikasi Bisnis (Studi Kasus Talent Agency Rens Management).

BIOGRAFI PENULIS



Rosmalia Ahmad, S.I.Kom.,M.Si.

Rosmalia Ahmad, S.I.Kom.,M.Si., Ahmad lahir di Desa Waara, Kabupaten Buton Tengah, Provinsi Sulawesi Tenggara pada tanggal 19 Mei 1993. Ia menempuh pendidikan sarjana di Universitas Pancasila pada Tahun 2012 dan meraih gelar S1 pada Tahun 2018. Kecintaanya terhadap bidang komunikasi khususnya yang berkaitan dengan isu sosial dan lingkungan mendorongnya untuk melanjutkan studi magister di Program Studi Komunikasi Pembangunan Pertanian dan Pedesaan, IPB University pada Tahun 2021, dan berhasil menyelesaikannya pada Tahun 2024.

Sejak Tahun 2024 bekerja dan mulai aktif sebagai dosen di Universitas Bina Saran Informatika (UBSI) Jakarta, dengan mengajar berbagai mata kuliah yang berfokus pada *public relations*, komunikasi pemasaran, komunikasi pembangunan, dan komunikasi lingkungan. Dalam kegiatan akademiknya, berbagai aktivitas lain juga dijalankan seperti menulis dan mempublikasikan beberapa artikel ilmiah di jurnal bereputasi

nasional dengan menyoroti tema-tema seperti komunikasi lingkungan di media digital, hubungan masyarakat, dan komunikasi pemasaran. Selain itu, penulis kerap membagikan gagasan tentang pentingnya komunikasi sebagai sarana membangun kesadaran ekologi di kalangan generasi muda.

BIOGRAFI PENULIS



Arina Muntazah, S.Pd., M.I.Kom.

Arina Muntazah, S.Pd., M.I.Kom., adalah seorang akademisi dan praktisi komunikasi yang aktif sebagai dosen pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bahasa, Universitas Bina Sarana Informatika. Lahir di Brebes pada 26 Agustus 1990, Arina menempuh pendidikan tinggi di bidang pendidikan dan komunikasi. Ia meraih gelar Sarjana Pendidikan Bahasa Inggris dari UIN Syarif Hidayatullah Jakarta pada tahun 2015, kemudian melanjutkan studi dan menyelesaikan gelar Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Jakarta pada tahun 2019.

Dalam karier akademiknya, Arina memiliki kepakaran pada bidang komunikasi strategis, komunikasi digital, komunikasi pemasaran, serta pengembangan media dan materi pembelajaran. Di lingkungan kampus, ia mengampu berbagai mata kuliah yang berkaitan dengan teori dan praktik komunikasi, seperti Sosiologi Komunikasi, Psikologi Komunikasi, Digital Communication

Strategy, dan Digital Marketing Communication. Kompetensi dan kontribusinya mengantarkan Arina memperoleh jabatan fungsional akademik sebagai **Lektor** dengan angka kredit 200.

Selain kegiatan mengajar, Arina juga aktif dalam pengembangan keilmuan melalui keanggotaan di Asosiasi Dosen Ilmu Komunikasi Indonesia (ADIKOM). Ia terlibat dalam berbagai penelitian dan publikasi ilmiah, terutama yang berfokus pada media digital, strategi komunikasi pemasaran, serta dinamika komunikasi di era teknologi. Beberapa karya ilmiahnya membahas pemanfaatan Instagram sebagai media informasi, hambatan komunikasi dalam pembelajaran daring, peran media digital dalam lembaga filantropi Islam, hingga analisis gaya komunikasi pada kanal YouTube edukatif untuk anak.

Dengan dedikasi pada dunia pendidikan dan riset, Arina terus berupaya mengembangkan kompetensi mahasiswa serta memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu komunikasi di Indonesia. Jika Anda ingin mengembangkan biografi ini ke versi yang lebih panjang atau versi narasi formal untuk buku/laporan, saya bisa membantu menyempurnakannya.

BIOGRAFI PENULIS



Novalia, M.I.Kom.

Novalia, M.I.Kom. Lulus S1 Program Studi Komunikasi Jurusan *Public Relations* Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Jakarta (UMJ) tahun 2012, lulus S2 Jurusan Komunikasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Jakarta (UMJ) tahun 2019. Saat ini berprofesi dosen di Universitas Bina Sarana Informatika (UBSI) pada Fakultas Komunikasi dan Bahasa, program studi Ilmu Komunikasi. Penulis telah menulis beberapa artikel ilmiah di bidang komunikasi diantaranya berjudul: The Image of the General Elections Commission (KPU) in the 2024 Presidential Election, Strategi Komunikasi Dinas Sosial Tangerang Selatan dalam Program Pelayanan Penyaluran Alat Bantu Disabilitas, Desakralisasi Upacara 17 Agustus di Istana Merdeka Pada Masa Pemerintahan Joko Widodo: dalam Tinjauan Analisis Wacana Kritis, Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Brand Awareness (Studi Kasus pada PT. ES Teh Indonesia), dll.

BIOGRAFI PENULIS



Jaqualine Pramanta Putra, M.M, M.I.Kom.

Jaqualine Pramanta Putra, M.M, M.I.Kom lahir di Jakarta pada 8 Januari 1987, adalah seorang dosen di Universitas Bina Sarana Informatika (UBSI) yang dikenal atas dedikasinya dalam bidang pendidikan dan karya kreatif di dunia film dokumenter. Jaqualine Pramanta Putra, M.M, M.I.Kom merupakan pembuat film *Sajadah Jimbarwana*, sebuah dokumenter yang mengangkat nilai spiritualitas dan budaya lokal dengan pendekatan visual yang humanis dan reflektif. Melalui kiprahnya, Jaqualine Pramanta Putra berupaya menggabungkan dunia akademik dengan seni visual sebagai sarana pembelajaran, inspirasi, dan refleksi sosial bagi generasi muda. Dengan pengalaman akademik dan karya kreatif yang berpadu, Jaqualine Pramanta Putra, M.M, M.I.Kom terus meneguhkan langkahnya sebagai figur yang menginspirasi di dunia pendidikan dan perfilman. Di tengah kesibukan sebagai dosen dan peneliti, serta tetap menjaga semangatnya untuk berkarya, mengajar, dan menulis menjadikan ilmu dan seni sebagai dua sayap yang membawa dirinya, dan para mahasiswanya, menuju makna yang lebih luas tentang kehidupan.