



## Digitalisasi Komunikasi : Dinamika Teori dan Transformasi di Era Digital

Safutra Rantona<sup>1</sup>, Olih Solihin<sup>2</sup>, Ahmad Zakki Abdullah<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Komputer Indonesia, Bandung, Indonesia

<sup>3</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Indonesia

Korespondensi penulis : [olih.solihin@email.unikom.ac.id](mailto:olih.solihin@email.unikom.ac.id)

**Abstract.** *The transformation of media and communication in the digital era has reshaped how people interact, share information, and build social relationships. The digitalization of communication not only introduces new platforms such as social media and the internet of things (IoT) but also impacts communication culture and social relationship patterns within society. This study aims to examine the dynamics of communication theory in the context of digitalization, understand how these concepts adapt, and explain their impact on social and cultural life. The research method used is a literature review, analyzing internationally indexed journals, along with relevant national journals. The findings indicate that digitalization encourages faster interactions and wider access to information but also presents challenges, such as discrepancies between online and real identities and the erosion of local cultural values. In conclusion, a critical understanding of the dynamics of communication theory in the digital era is essential to harness this transformation positively without overlooking existing social and cultural values.*

**Keywords:** *communication, digitalization, theory, culture*

**Abstrak.** Transformasi media dan komunikasi di era digital telah mengubah cara manusia berinteraksi, menyebarkan informasi, dan membangun hubungan sosial. Digitalisasi komunikasi tidak hanya memperkenalkan platform baru seperti media sosial dan internet of things (IoT), tetapi juga mempengaruhi budaya komunikasi dan pola hubungan sosial dalam masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dinamika teori komunikasi dalam konteks digitalisasi, memahami bagaimana konsep-konsep ini beradaptasi, dan menjelaskan dampaknya terhadap kehidupan sosial dan budaya. Metode yang digunakan adalah kajian literatur dengan menganalisis jurnal-jurnal terindeks internasional serta jurnal nasional yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi mendorong interaksi yang lebih cepat dan akses informasi yang luas, tetapi juga menimbulkan tantangan dalam bentuk ketidaksesuaian antara identitas online dan identitas nyata serta pengikisan nilai budaya lokal. Kesimpulannya, pemahaman kritis terhadap dinamika teori komunikasi di era digital sangat diperlukan untuk memanfaatkan transformasi ini secara positif, tanpa mengabaikan nilai-nilai sosial dan budaya yang ada.

**Kata Kunci:** digitalisasi, komunikasi, teori, budaya

### 1. PENDAHULUAN

Digitalisasi komunikasi telah menjadi fenomena yang mengubah cara manusia berinteraksi dan menyampaikan informasi dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pendidikan, bisnis, politik, dan sosial budaya (Sukendro, 2020). Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah menciptakan lanskap komunikasi baru di mana batasan ruang dan waktu semakin menipis, memungkinkan terjadinya komunikasi instan dan berbasis data yang lebih luas (Solihin, 2021). Dalam konteks ini, teori-teori komunikasi tradisional mengalami tantangan dan perlu mengalami adaptasi untuk memahami perubahan besar dalam pola komunikasi akibat digitalisasi (Alamsyah et al., 2024). Fenomena ini mendorong para peneliti untuk mempelajari lebih dalam bagaimana digitalisasi memengaruhi aspek teori, praktik, dan pengaruh komunikasi di masyarakat.

Penelitian terdahulu mengenai digitalisasi komunikasi umumnya berfokus pada peran teknologi dalam mengubah media tradisional menjadi media baru yang lebih interaktif dan berbasis jaringan. Misalnya penelitian (Rinidji & Hidayat, 2024) tentang Difusi Inovasi memberikan landasan penting bagi pemahaman mengenai adopsi teknologi digital di masyarakat. Kemudian (Carr, 2020) yang melakukan penelitian mengenai Komunikasi Mediasi Komputer (CMC) juga menjadi relevan, khususnya dalam melihat bagaimana interaksi manusia di era digital terjadi melalui media berbasis internet. Di Indonesia, kajian lokal terkait digitalisasi komunikasi masih berkembang, tetapi telah mencakup aspek-aspek penting seperti media sosial, transformasi media massa, dan aksesibilitas digital yang memengaruhi lapisan masyarakat. Namun, sebagian besar studi ini lebih mengarah pada analisis aplikasi teknologi tanpa menguraikan secara komprehensif dinamika teori komunikasi dalam menghadapi digitalisasi.

Berbeda dari penelitian terdahulu yang cenderung fokus pada aspek praktis digitalisasi, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dinamika teori komunikasi secara mendalam dalam menghadapi perubahan era digital. Kami berupaya mengeksplorasi bagaimana teori-teori komunikasi klasik, seperti Teori Media Baru, Komunikasi Mediasi Komputer (CMC), dan Teori Difusi Inovasi, mengalami adaptasi dan perkembangan untuk menjawab tantangan digitalisasi. Dengan demikian, penelitian ini memberikan pendekatan yang lebih teoritis dan konseptual untuk memahami transformasi komunikasi. Ini diharapkan dapat mengisi kekosongan dalam kajian terdahulu yang belum banyak menyoroti adaptasi teori komunikasi secara menyeluruh.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis secara mendalam dinamika teori komunikasi di era digital, dengan menganalisa transformasi digitalisasi komunikasi serta pengaruh Digitalisasi pada Hubungan Sosial dan Budaya Komunikasi. Dengan fokus pada kajian literatur, penelitian ini berusaha untuk mengeksplorasi bagaimana teori-teori komunikasi yang ada berkembang dan relevan di tengah perubahan teknologi komunikasi yang cepat. Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan perspektif baru yang dapat diadopsi oleh akademisi dan praktisi komunikasi dalam memahami dan memanfaatkan komunikasi digital secara lebih efektif.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kajian literatur, yang mencakup analisis mendalam terhadap literatur yang relevan dalam bidang komunikasi digital. Dengan memilih jurnal yang terpercaya, penelitian ini akan didasarkan pada data dan informasi yang kredibel untuk membentuk dasar teori dan argumentasi yang kuat.

Langkah ini diharapkan dapat mengoptimalkan pemahaman tentang perkembangan teori komunikasi dalam konteks digital dan menghasilkan wawasan yang solid.

Manfaat penelitian ini terbagi dalam dua kategori utama, yakni manfaat akademis dan praktis. Dari segi akademis, penelitian ini akan memberikan kontribusi penting terhadap perkembangan literatur di bidang komunikasi, terutama dalam hal bagaimana teori komunikasi beradaptasi dan mengalami transformasi di era digital. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian lanjutan yang berfokus pada digitalisasi komunikasi dan implikasinya terhadap dinamika sosial. Secara praktis, temuan penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh para praktisi komunikasi, seperti pengelola media, ahli pemasaran digital, dan profesional lainnya yang ingin memahami lebih dalam tentang cara efektif berkomunikasi dalam era digital.

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

Digitalisasi komunikasi telah membawa perubahan besar dalam cara manusia berkomunikasi, memengaruhi saluran, pola interaksi, dan dinamika sosial yang berkembang seiring dengan kemajuan teknologi digital (Vorontsovskiy, 2020). Perkembangan ini menuntut adanya adaptasi teori-teori komunikasi agar mampu menguraikan fenomena baru yang kompleks di dunia digital. Dalam memahami transformasi ini, sejumlah teori seperti Teori Media Baru, Komunikasi Mediasi Komputer (CMC), Teori Difusi Inovasi, serta teori lainnya seperti Teori Interaksionalisme Simbolik, Teori Konvergensi Media, Teori Agenda-Setting, dan Teori Kesenjangan Pengetahuan, menjadi kerangka dasar untuk menjelaskan dampak digitalisasi pada komunikasi (Erlangga & Sos, 2020). Teori-teori ini membantu menjelaskan perubahan dalam interaksi, adopsi teknologi, serta akses informasi dalam masyarakat modern yang semakin terkoneksi (Venter, 2019).

Tabel 1 teori yang relevan dengan digitalisasi komunikasi

Teori	Deskripsi Singkat	Adaptasi Era Digital
Teori Media Baru (Berbagai pakar)	Menjelaskan pergeseran dari media tradisional ke digital yang memungkinkan interaksi lebih dinamis.	Platform interaktif seperti media sosial memungkinkan user-generated content dan komunikasi dua arah.
Komunikasi Mediasi Komputer/CMT (Berbagai pakar)	Mengkaji komunikasi melalui perangkat digital, seperti pesan teks atau platform online.	CMC meluas ke komunikasi real-time dan multimedia seperti video call dan augmented reality.
Teori Difusi Inovasi (Everett Rogers, 1962)	Menjelaskan proses adopsi inovasi di masyarakat, dari pengenalan hingga adopsi massal.	Difusi teknologi digital lebih cepat karena jaringan sosial global dan kemudahan akses teknologi.
Interaksionalisme Simbolik (George H. Mead, 1934)	Komunikasi sebagai pertukaran simbol bermakna, membangun identitas dan pemahaman.	Simbol baru seperti emoji dan meme memperkaya komunikasi digital dan media sosial.
Teori Konvergensi Media (Henry Jenkins, 2006)	Menjelaskan percampuran berbagai bentuk media di satu platform atau perangkat.	Pengguna menjadi produsen sekaligus konsumen di berbagai platform terintegrasi seperti Instagram dan YouTube.
Agenda-Setting (McCombs & Shaw, 1972)	Menyoroti peran media dalam menetapkan isu-isu penting bagi publik.	Media sosial memungkinkan pengguna membentuk opini publik dan memviralkan isu, mengurangi dominasi agenda media tradisional.
Kesenjangan Pengetahuan (Phillip Tichenor, 1970)	Menguraikan ketimpangan informasi antara kelompok sosial berbeda.	Akses digital menciptakan peluang baru, tetapi juga bisa memperlebar kesenjangan informasi antara yang memiliki akses dan yang tidak.

### 3. METODOLOGI

Metode kajian literatur dalam penelitian ini terdiri dari beberapa langkah yang sistematis untuk memastikan bahwa informasi yang dikumpulkan berasal dari sumber yang terpercaya dan relevan (Alif & Solihin, 2023). Tahap pertama adalah Identifikasi Kata Kunci yang akan digunakan untuk mencari literatur terkait topik "Digitalisasi Komunikasi: Dinamika Teori dan Transformasi di Era Digital." Kata kunci utama yang akan digunakan mencakup "digitalisasi komunikasi," "teori komunikasi," "transformasi komunikasi," dan "era digital." Kata-kata kunci ini akan membantu fokus pada artikel-artikel yang relevan dan mendalam dalam pembahasan teori komunikasi di era digital.

Langkah selanjutnya adalah melakukan Pencarian di Basis Data Terpercaya seperti SCOPUS dan Web of Science (WoS), serta Seleksi Jurnal Terpercaya yang berkualitas tinggi di bidang komunikasi. Jurnal yang terindeks di SCOPUS dan WoS menjadi prioritas untuk memastikan kualitas ilmiah yang diakui secara internasional. Setelah jurnal-jurnal

terpilih ditemukan, publikasi yang relevan akan dikumpulkan, termasuk artikel, makalah konferensi, dan tinjauan literatur tentang teori-teori komunikasi dalam konteks digital. Selain itu, Eksplorasi Jurnal Nasional juga akan dilakukan, di mana laman-laman jurnal di Indonesia diakses untuk mendapatkan perspektif lokal yang relevan.

Setelah proses pengumpulan sumber-sumber literatur ini selesai, tahap Analisis dan Penyusunan akan dilakukan. Konten dari sumber yang telah dipilih akan dianalisis secara mendalam untuk mengekstraksi informasi yang mendukung argumen penelitian. Metode ini akan memastikan penelitian memiliki dasar yang kuat dari sumber internasional dan nasional, sehingga dapat memberikan pandangan komprehensif tentang dinamika teori komunikasi di era digital

#### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **Relevansi Teori.**

Dalam konteks digitalisasi informasi di Indonesia, berbagai teori komunikasi yang diuraikan dapat diamati melalui fenomena yang terjadi di media digital dan penggunaan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Berikut adalah contoh untuk masing-masing teori:

1. Teori Media Baru: Digitalisasi informasi di Indonesia memungkinkan masyarakat mengakses berita dan konten langsung melalui media sosial, website berita, dan aplikasi khusus. Platform seperti Instagram dan YouTube menghadirkan berbagai konten buatan pengguna (user-generated content), memungkinkan publik tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga produsen. Misalnya, individu dapat membagikan pandangan dan laporan langsung di Instagram atau YouTube, menciptakan informasi independen di luar media tradisional (Utami, 2021).
2. Komunikasi Mediasi Komputer (CMC): Banyak orang di Indonesia kini lebih sering menggunakan aplikasi pesan singkat seperti WhatsApp dan Telegram untuk berkomunikasi. Fitur grup dan video call memungkinkan komunikasi jarak jauh secara real-time, yang sebelumnya sulit diakses terutama bagi mereka yang tinggal di daerah pedesaan. Media sosial juga memberi ruang bagi mereka yang lebih nyaman berbicara tanpa tatap muka, seperti komunitas penyandang disabilitas yang memanfaatkan teknologi ini untuk membangun komunitas dan berkomunikasi dengan lebih mudah (Hartanti, 2018).
3. Teori Difusi Inovasi: Penerimaan teknologi digital di Indonesia bisa dilihat dari penyebaran cepat aplikasi seperti Gojek dan Tokopedia. Awalnya, teknologi ini diadopsi di kota-kota besar seperti Jakarta dan Surabaya, namun kini berkembang ke

wilayah yang lebih terpencil. Hal ini menunjukkan bagaimana inovasi teknologi dapat menyebar dan diadopsi masyarakat luas dengan cepat, di mana faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan dan dampak ekonomis mempercepat adopsi di berbagai lapisan masyarakat(Sujatmiko & Setiawan, 2022).

4. **Interaksionalisme Simbolik:** Media sosial di Indonesia kini dipenuhi oleh penggunaan emoji, meme, dan simbol khusus yang memiliki makna tertentu bagi pengguna. Misalnya, "emoji api" atau "emoji hati" sering digunakan untuk menunjukkan dukungan atau antusiasme. Di tengah budaya media sosial Indonesia, penggunaan simbol-simbol ini menciptakan kesamaan pemahaman antar-pengguna dan memperkuat identitas komunitas tertentu(Hartanti, 2018).
5. **Teori Konvergensi Media:** Di Indonesia, aplikasi seperti Instagram dan Facebook telah menggabungkan berbagai media dalam satu platform: teks, foto, video, bahkan e-commerce. Contoh ini terlihat dari fitur belanja langsung di Instagram, yang memungkinkan pengguna menjelajahi produk sambil melihat konten visual dan video ulasan produk. Konvergensi ini memperkaya pengalaman pengguna dan mengintegrasikan fungsi-fungsi yang dulu terpisah dalam satu aplikasi.
6. **Agenda-Setting:** Media sosial memainkan peran penting dalam pembentukan isu-isu publik di Indonesia. Misalnya, isu-isu terkait lingkungan hidup seperti kebakaran hutan atau masalah sampah plastik dengan cepat viral di Twitter atau Instagram dan mendapat perhatian publik. Media tradisional kemudian mengikutinya, tetapi agenda awalnya sering kali dibentuk oleh publik atau komunitas tertentu yang mengangkat isu tersebut di media sosial(Ritonga, 2018).
7. **Kesenjangan Pengetahuan:** Meskipun digitalisasi informasi memberikan akses informasi yang lebih luas, ada kesenjangan akses di Indonesia, terutama di wilayah pedesaan dan daerah terpencil yang memiliki infrastruktur internet terbatas. Misalnya, di beberapa daerah terpencil, akses internet sangat terbatas sehingga masyarakatnya kesulitan memperoleh informasi terbaru. Kondisi ini menunjukkan bahwa digitalisasi tidak sepenuhnya menyelesaikan kesenjangan pengetahuan, melainkan bisa memperlebar jarak antara mereka yang memiliki dan yang tidak memiliki akses internet(Fadilla, 2020).

## **Transformasi media dan saluran Komunikasi**

Transformasi media dan saluran komunikasi di era digital telah membawa perubahan besar dalam cara individu dan kelompok berinteraksi, mengakses, dan menyebarkan informasi. Sebelumnya, media komunikasi didominasi oleh bentuk-bentuk tradisional seperti televisi, radio, dan surat kabar, yang bersifat satu arah dan memiliki kontrol terbatas atas penyebaran pesan (Nuryanto, 2012). Namun, dengan hadirnya media sosial dan platform komunikasi digital lainnya, seperti WhatsApp, X, dan Facebook, komunikasi menjadi lebih dinamis, dua arah, dan lebih cepat. Media sosial memungkinkan pengguna untuk tidak hanya menerima informasi, tetapi juga berpartisipasi dalam penyebaran dan penciptaan konten. Perubahan ini juga diperkuat dengan adopsi internet of things (IoT), yang menghubungkan berbagai perangkat fisik melalui internet, menciptakan ekosistem komunikasi yang lebih luas dan interaktif (Purnomo et al., 2021).

Saluran komunikasi baru yang muncul akibat digitalisasi telah mengubah cara pesan disampaikan dan diterima. Misalnya, aplikasi pesan instan seperti WhatsApp dan Telegram memungkinkan percakapan pribadi dan kelompok dalam waktu nyata, dengan berbagai fitur tambahan seperti berbagi gambar, video, dan dokumen. Hal ini menciptakan bentuk komunikasi yang lebih informal dan cepat dibandingkan dengan media tradisional. Selain itu, platform berbagi konten seperti YouTube dan Instagram menyediakan ruang bagi individu untuk berbagi konten visual dan video, memungkinkan interaksi langsung antara pengirim dan penerima melalui komentar, likes, dan shares. Keberadaan saluran-saluran komunikasi ini menunjukkan bahwa komunikasi di era digital lebih bersifat personal dan lebih terbuka bagi publik untuk berpartisipasi.

Karakteristik interaktif yang menjadi ciri khas media digital juga memungkinkan pengguna untuk lebih aktif terlibat dalam proses komunikasi. Dalam media sosial, pengguna tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga produsen pesan yang dapat memengaruhi audiens lain. Fitur komentar, voting, dan polling memberi kesempatan kepada audiens untuk memberikan feedback langsung terhadap konten yang dibagikan. Misalnya, di platform seperti TikTok, interaksi terjadi melalui video komentar atau tantangan (challenge) yang diikuti oleh banyak pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi sekarang lebih bersifat interaktif dan tidak hanya melibatkan hubungan satu arah antara media dan audiens, tetapi juga membangun ruang untuk kolaborasi dan kontribusi aktif dari audiens.

Keberadaan internet of things (IoT) juga menambah dimensi baru dalam komunikasi digital. Perangkat-perangkat yang saling terhubung seperti smart home devices, kendaraan pintar, dan alat kesehatan digital tidak hanya menciptakan kenyamanan dan efisiensi bagi penggunanya, tetapi juga mengubah cara kita berkomunikasi dengan perangkat tersebut. Misalnya, asisten virtual seperti Google Assistant atau Amazon Alexa memungkinkan pengguna untuk berinteraksi secara langsung dengan perangkat melalui perintah suara, memudahkan akses informasi atau kontrol terhadap perangkat lain. Komunikasi semacam ini lebih personal, berbasis data, dan memungkinkan respons yang lebih cepat terhadap kebutuhan pengguna (Mouha, 2021).

Salah satu perubahan signifikan dalam transformasi media adalah pergeseran kontrol atas informasi (Habibah, 2021).i. Dalam media tradisional, pengendali pesan adalah lembaga atau entitas tertentu, seperti perusahaan media atau pemerintah. Namun, di era digital, kontrol pesan beralih kepada pengguna, yang dapat membuat dan menyebarkan informasi kapan saja dan di mana saja. Hal ini menyebabkan munculnya fenomena berita palsu dan misinformasi, yang dapat dengan cepat tersebar luas di media sosial, membentuk opini publik secara masif. Oleh karena itu, penting bagi pengguna media untuk memiliki literasi digital yang memadai agar dapat memilah informasi yang benar dan bermanfaat (Habibah, 2021).

Di sisi lain, transformasi media juga membawa dampak pada komunikasi pemasaran dan bisnis digital. Brand atau perusahaan kini lebih banyak mengandalkan media sosial dan platform digital lainnya untuk berinteraksi langsung dengan konsumen. Misalnya, Facebook Ads, Instagram Shopping, dan Google Ads memanfaatkan data pengguna untuk menyediakan iklan yang lebih relevan dan dipersonalisasi. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk menyesuaikan pesan pemasaran mereka dengan preferensi dan perilaku konsumen yang teridentifikasi. Media sosial juga menciptakan bentuk komunikasi yang lebih humanis, di mana pelanggan dapat memberikan feedback secara langsung kepada perusahaan, mempercepat respons dan interaksi antara kedua belah pihak (Solihin, et al 2023).

Akhirnya, transformasi media di era digital juga membawa perubahan pada interaksi sosial dan budaya. Penggunaan media sosial tidak hanya memperluas ruang untuk berkomunikasi, tetapi juga menciptakan komunitas digital yang melintasi batasan geografis. Misalnya, komunitas global yang terbentuk melalui platform seperti Reddit atau Twitter memungkinkan individu dengan minat serupa untuk berdiskusi dan



berbagi informasi tanpa terikat oleh lokasi. Hal ini turut membentuk identitas sosial dan budaya baru yang bersifat lebih terbuka dan inklusif, namun juga menghadapi tantangan terkait dengan polarisasi dan fragmentasi informasi. Transformasi ini memperkenalkan dinamika komunikasi yang lebih kompleks, di mana pesan dan identitas sosial tidak lagi terpusat, tetapi tersebar di berbagai platform dan saluran komunikasi.

### **Pengaruh Digitalisasi pada Hubungan Sosial dan Budaya Komunikasi**

Digitalisasi telah memberikan dampak besar terhadap hubungan sosial dan budaya komunikasi, mengubah cara individu dan kelompok berinteraksi, serta membentuk ulang relasi sosial dalam masyarakat. Di masa lalu, interaksi sosial didominasi oleh pertemuan tatap muka dan komunikasi berbasis lokasi, di mana individu saling bertemu secara fisik untuk berbagi informasi atau membangun hubungan. Namun, dengan hadirnya teknologi digital, terutama media sosial dan aplikasi pesan instan, hubungan sosial kini semakin fleksibel dan tidak terbatas oleh ruang dan waktu. Di Indonesia, perubahan ini dapat terlihat jelas, dengan maraknya penggunaan platform digital seperti WhatsApp, Facebook, Instagram, dan TikTok yang memungkinkan orang untuk tetap terhubung meskipun terpisah jarak yang jauh (Fahmi, 2022).

Salah satu perubahan signifikan yang terjadi dalam hubungan sosial adalah pembentukan komunitas digital. Platform seperti Facebook dan Instagram memungkinkan individu dengan minat yang sama untuk berkumpul dalam komunitas online, yang sebelumnya mungkin tidak dapat terhubung secara fisik. Di Indonesia, komunitas-komunitas ini sering kali melibatkan anggota dari berbagai latar belakang budaya, agama, dan daerah, menciptakan ruang untuk berbagi informasi, berdiskusi, dan bahkan mengorganisasi aksi sosial. Hal ini memperluas jaringan sosial seseorang, menciptakan peluang baru untuk kolaborasi, dan membentuk dinamika sosial yang lebih terbuka serta inklusif. Sebagai contoh, komunitas-komunitas online seperti yang ada di Instagram dan Twitter sering digunakan untuk memperjuangkan isu-isu sosial, politik, dan lingkungan hidup (Armaya et al., 2023).

Namun, meskipun digitalisasi memudahkan terjalinnya hubungan sosial, ia juga membawa tantangan dalam hal keaslian dan kedalaman hubungan. Komunikasi digital, yang sebagian besar berlangsung melalui teks, gambar, atau video, sering kali mengurangi elemen non-verbal yang penting dalam berinteraksi secara langsung.

Dalam banyak kasus, interaksi online bisa terasa lebih dangkal dibandingkan dengan percakapan tatap muka, di mana individu dapat merasakan emosi, bahasa tubuh, dan intonasi suara. Di Indonesia, fenomena ini tercermin dalam hubungan yang semakin terfokus pada media sosial sebagai alat utama untuk berinteraksi, sementara interaksi tatap muka di dunia nyata terkadang mengalami penurunan. Hal ini dapat memengaruhi kualitas hubungan antar individu, mengurangi keintiman, dan meningkatkan kecenderungan untuk mengandalkan citra diri yang diperindah di dunia maya.

Selain itu, digitalisasi juga membawa perubahan dalam cara identitas sosial dibentuk dan ditampilkan. Platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan TikTok memberi individu ruang untuk mengelola citra diri mereka secara lebih terkendali, sehingga membentuk identitas yang lebih terbuka untuk dieksplorasi. Di Indonesia, hal ini sering kali menciptakan perbedaan antara identitas yang ditampilkan di dunia maya dan di dunia nyata. Banyak orang, terutama di kalangan remaja dan influencer, cenderung menampilkan kehidupan yang ideal atau lebih glamor di media sosial untuk menarik perhatian atau mendapatkan pengakuan sosial. Fenomena ini berisiko memengaruhi persepsi diri dan interaksi sosial di kehidupan nyata, yang sering kali dipengaruhi oleh norma dan standar yang dibangun secara kolektif di dunia digital.

Digitalisasi juga mengubah cara kelompok berinteraksi dalam konteks kebudayaan dan nilai-nilai sosial. Sebagai contoh, di Indonesia, digitalisasi telah mendorong percepatan penyebaran budaya pop melalui platform-platform digital. Musik, film, dan tren-tren lainnya cepat tersebar di media sosial, membawa pengaruh besar terhadap budaya lokal dan nasional. Di satu sisi, hal ini memungkinkan penyebaran budaya Indonesia ke dunia internasional, seperti fenomena K-pop yang kini sangat digemari, yang menunjukkan bahwa budaya lokal dapat bersaing di ranah global (Hilaliyah & Hendrastomo, 2021). Namun, di sisi lain, adanya kemudahan akses terhadap budaya luar dapat mengubah nilai-nilai tradisional Indonesia, dengan banyaknya generasi muda yang terpengaruh oleh gaya hidup dan norma budaya asing, menggeser sebagian dari identitas budaya asli.

Selain pengaruh terhadap budaya dan identitas sosial, digitalisasi juga memengaruhi cara kelompok berkolaborasi dan berinteraksi dalam konteks sosial-politik. Di Indonesia, platform media sosial digunakan secara luas untuk berkampanye, berdiskusi tentang isu-isu politik, dan mengorganisir pergerakan sosial. Misalnya, selama demonstrasi atau aksi protes, media sosial menjadi alat utama untuk menyebarkan informasi, menggalang dukungan, dan memperkuat solidaritas antar

kelompok. Di sisi lain, digitalisasi juga memperkenalkan tantangan baru, seperti penyebaran hoaks dan informasi yang tidak akurat, yang dapat mengganggu proses demokrasi dan merusak hubungan antar kelompok. Dalam hal ini, keberadaan literasi digital yang memadai menjadi penting untuk memastikan bahwa komunikasi dalam ranah digital membawa dampak positif bagi hubungan sosial dan politik.

Pada akhirnya, digitalisasi telah mengubah tidak hanya cara individu berkomunikasi, tetapi juga bagaimana kelompok dan masyarakat membangun relasi sosial dan budaya. Di Indonesia, digitalisasi komunikasi memberi peluang bagi keberagaman untuk lebih dihargai dan diperkenalkan ke dunia luar. Namun, ia juga membawa tantangan terkait kualitas hubungan sosial dan perubahan nilai budaya. Untuk itu, penting bagi masyarakat Indonesia untuk mengembangkan kemampuan beradaptasi dengan perubahan teknologi sambil tetap menjaga nilai-nilai sosial dan budaya yang sudah ada, memastikan bahwa hubungan sosial di dunia digital tetap membangun keharmonisan dan saling pengertian antar individu maupun kelompok.

## **5. KESIMPULAN**

Digitalisasi Komunikasi: Dinamika Teori dan Transformasi di Era Digital menunjukkan bahwa transformasi media dan saluran komunikasi melalui teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam dinamika komunikasi dan hubungan sosial-budaya di masyarakat. Kehadiran media sosial, platform komunikasi digital, dan perangkat IoT memungkinkan interaksi yang lebih cepat dan interaktif, mengubah saluran komunikasi yang sebelumnya terbatas menjadi lebih terbuka dan inklusif. Di sisi lain, pengaruh digitalisasi pada hubungan sosial dan budaya komunikasi menciptakan tantangan baru, seperti adanya identitas digital yang berbeda dari identitas nyata, terbentuknya komunitas digital yang dapat mengaburkan batasan budaya, serta perubahan nilai budaya lokal akibat paparan terhadap budaya global. Dengan memahami dan mengelola dampak digitalisasi ini, masyarakat dapat memanfaatkan transformasi era digital secara produktif sambil tetap menjaga keaslian dan keharmonisan dalam relasi sosial dan budaya mereka. dalam menghadapi tantangan bencana di masa depan, memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat yang terdampak.

## DAFTAR PUSTAKA

- 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.
- Alif, M., & Solihin, O. (2023). Kajian tinjauan literatur dalam penelitian sosial. *Jurnal Signal*, 10(2), 277–297.
- Armaya, A. A., Yasmin, A. S., Agustina, D., & Nurbaiti, N. (2023). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana pengembangan komunitas virtual. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(11).
- Carr, C. T. (2020). CMC is dead, long live CMC!: Situating computer-mediated communication scholarship beyond the digital age. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 25(1), 9–22.
- Erlangga, H., & Sos, S. (2020). The challenges of organizational communication in the digital era.
- Fadilla, N. (2020). Kesenjangan digital di era revolusi industri 4.0 dan hubungannya dengan perpustakaan sebagai penyedia informasi. *Libria*, 12(1), 1–14.
- Fahmi, R. F. (2022). Strategi komunikasi Badan Kepegawaian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia dalam digitalisasi pelayanan kenaikan pangkat pegawai negeri sipil. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 5(1), 63–100.
- Habibah, A. F. (2021). Era masyarakat informasi sebagai dampak media baru. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 350–363.
- Hartanti, L. E. P. (2018). Komunikasi orang muda di sosial media sebagai influencer. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 17(2), 152–162.
- Hilaliyah, Z., & Hendrastomo, G. (2021). Fenomena K-Pop sebagai konsumsi budaya populer di kalangan santriwati di Pondok Pesantren Al Barokah Yogyakarta. *E-Societas: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 10(2).
- Mouha, R. A. R. A. (2021). Internet of things (IoT). *Journal of Data Analysis and Information Processing*, 9(02), 77.
- Nuryanto, H. (2012). *Sejarah perkembangan teknologi informasi dan komunikasi*. PT Balai Pustaka (Persero).
- Purnomo, M., Maulina, E., Wicaksono, A. R., & Rizal, M. (2021). Adopsi teknologi Internet of Things pada startup industri F&B. *Techno. Com*, 20(3), 342–351.
- Rinidji, A. P., & Hidayat, D. (2024). Perubahan perilaku masyarakat dalam menghadapi transformasi digital dalam penyiaran televisi (Studi kasus mengenai kebiasaan baru masyarakat di Desa Cingcin dalam menyikapi digitalisasi penyiaran televisi). *Professional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 11(1), 167–176.
- Ritonga, E. Y. (2018). Teori agenda setting dalam ilmu komunikasi. *Jurnal Simbolika*:

*Research and Learning in Communication Study*, 4(1), 32–41.

- Solihin, O., Ruli, M., & Siregar, B. (2023). Transformasi budaya digital: Interaksi komunikasi interpersonal penjual dan pembeli. Perkembangan teknologi internet melahirkan masyarakat digital. *Budaya Digital*, 29, 1–8.
- Solihin, O. (2021). Implementasi big data pada sosial media sebagai strategi komunikasi krisis pemerintah. *Jurnal Common*, 5(1), 56–66.
- Sujatmiko, A., & Setiawan, H. (2022). Efek kualitas pelayanan terhadap citra Gojek pada mahasiswa Universitas Islam Riau. *Journal of Communication Management and Organization*, 1(01), 40–51.
- Sukendro, G. G. (2020). Digitalisasi komunikasi dan analog zaman. In *Digitalisasi dan humanisme dalam ekonomi kreatif* (p. 144).
- Utami, A. H. (2021). Media baru dan anak muda: Perubahan bentuk media dalam interaksi keluarga. \*Jurnal Perpustakaan Universitas Airlangga