

# Pengantar Ilmu Komunikasi Di Era Digital.

Haryati, S.I.Kom, M.I.Kom
Dr. Said Nuwrun Thasimmim, M.Si

**Sanksi Pelanggaran Pasal 113**

**Undang-undang Nomor 28 Tahun 2014**

**tentang Hak Cipta**

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 Rp 100.000.000,00 (seratus juta rupiah).

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 Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin pencipta atau pemegang hak 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 Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

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 Rp 4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

**BUKU AJAR**

# PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI DI ERA DIGITAL

*Mata Kuliah: Pengantar Ilmu Komunikasi Di Era Digital.*
*Program Studi Ilmu Komunikasi*

**Penulis:**
Haryati, S.I.Kom, M.I.Kom
Dr. Said Nuwrun Thasimmin, M.Si

# PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI DI ERA DIGITAL

Haryati, S.I.Kom, M.I.Kom

Dr. Said Nuwrun Thasimmin, M.Si

Copyright@2026

Penata Letak : Alcearose

Pendesain Sampul :Tim Madani

Diterbitkan oleh : Yayasan Marwah Madani Riau

Alamat :Dusun IV Kasang Kulim Desa Kubang Jaya, Kec. Suak Hulu Kabupaten Kampar, Riau Indonesia, Kp. 28452

ISBN:

Telp. 0851-1720-7375

Email: admin@madanipublisher.id

Cetakan Pertama November 2026
363 Halaman, Ukuran Unisco 15,5 cm x 23 cm

**Hak cipta dilindungi oleh undang-undang**
**Dilarang memperbanyak atau mengutip sebagian atau seluruh ini buku ini tanpa izin tertulis dan Penerbit.**

# KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas terbitnya buku ajar *Pengantar Ilmu Komunikasi Di Era Digital*. Kehadirannya relevan bagi pembelajaran Ilmu Komunikasi ketika perubahan teknologi turut mengubah cara manusia memproduksi, menyebarkan, dan memaknai pesan. Media sosial, platform digital, kecerdasan buatan, serta arus informasi yang berlangsung nyaris tanpa jeda menghadirkan peluang sekaligus persoalan baru. Mahasiswa perlu memahami perkembangan tersebut tanpa kehilangan pijakan pada konsep dasar komunikasi. Buku ini hadir untuk mempertemukan kebutuhan akan landasan akademik dengan pembacaan kritis atas praktik komunikasi masa kini.

Sumbangan buku ini terhadap khazanah literatur Ilmu Komunikasi terletak pada upayanya menyajikan pengantar yang menghubungkan gagasan-gagasan dasar dengan konteks digital. Susunan pembahasan yang bergerak dari pemahaman konseptual menuju dinamika komunikasi kontemporer memberi pembaca jalur belajar yang terarah. Keunggulan pendekatan semacam ini bukan sekadar memperkenalkan istilah dan teori, melainkan juga membantu pembaca melihat hubungan antara proses komunikasi, lingkungan media, dan kehidupan sosial. Pada saat yang sama, keluasan isu digital menuntut pembacaan yang terus diperbarui; buku ini dapat menjadi pijakan awal untuk menelaah persoalan yang berkembang lebih jauh.

Kualitas pendekatan penulis tampak pada usaha menjelaskan materi secara runtut dan mengaitkannya dengan pengalaman komunikasi yang dekat dengan kehidupan mahasiswa. Gaya pembahasan yang terukur memberi ruang bagi pembaca untuk memahami konsep tanpa mengabaikan kompleksitasnya. Isu seperti partisipasi pengguna, penyebaran misinformasi, privasi, dan pengaruh algoritma dapat mendorong mahasiswa menguji teori melalui pengamatan terhadap praktik sehari-hari, bukan hanya menghafal definisi. Dengan demikian, buku ini mendukung proses pembelajaran yang dialogis: konsep menjadi alat untuk bertanya, menilai bukti, dan menyusun argumen secara bertanggung jawab.

Buku ini layak dimanfaatkan terutama oleh mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi yang sedang membangun dasar pemahaman keilmuan, baik dalam perkuliahan pengantar maupun sebagai bacaan pendamping untuk mata kuliah terkait. Dosen dapat menggunakannya sebagai salah satu rujukan dalam merancang diskusi, tugas analitis, dan pembelajaran berbasis kasus. Bagi praktisi komunikasi, uraian mengenai perubahan media dan perilaku khalayak dapat menjadi bahan refleksi atas keputusan profesional. Sementara itu, peneliti dapat menemukan titik berangkat untuk merumuskan pertanyaan kajian mengenai hubungan komunikasi, teknologi, dan masyarakat.

Harapan besar menyertai penerbitan buku ini: semoga ia menjadi rujukan yang bermanfaat, sekaligus mengundang pembaca untuk terus memperdalam dan memperbarui pengetahuan. Pemahaman komunikasi digital memerlukan keterbukaan terhadap perubahan, ketelitian dalam menilai informasi, serta perhatian pada tanggung jawab etis. Buku ini diharapkan membantu menumbuhkan sikap tersebut di lingkungan akademik dan praktik. Dengan pembacaan kritis dan dialog yang berkelanjutan, kontribusinya akan semakin berarti bagi perkembangan studi Ilmu Komunikasi.

Kota, Bulan 2026

[Nama Pemberi Kata Pengantar]

# PRAKATA

Perubahan teknologi digital telah memperluas cara manusia berhubungan, berbagi informasi, membentuk identitas, dan memahami dunia. Komunikasi berlangsung melalui percakapan tatap muka sekaligus melalui jaringan platform yang dimediasi algoritma, data, dan kecerdasan artifisial. Perubahan tersebut menjadikan ilmu komunikasi kian dekat dengan pengalaman sehari-hari, tetapi juga menghadirkan persoalan baru: bagaimana pesan dimaknai, siapa yang mengendalikan arus informasi, bagaimana kepercayaan publik dibangun, dan sejauh mana teknologi memengaruhi pilihan manusia. Berangkat dari kebutuhan untuk memahami dinamika itu secara mendasar dan kritis, buku *Pengantar Ilmu Komunikasi Di Era Digital* disusun sebagai bahan ajar bagi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, khususnya dalam mata kuliah Pengantar Ilmu Komunikasi Di Era Digital. Buku ini berupaya mempertemukan konsep-konsep dasar ilmu komunikasi dengan perkembangan yang membentuk kehidupan digital masa kini.

Pembahasan disusun dalam empat belas bab, bergerak dari konsep, unsur, proses, dan teori komunikasi menuju berbagai ranah penerapannya. Pembaca diajak menelaah komunikasi intrapersonal, interpersonal, kelompok, organisasi, dan massa sebelum memasuki pembahasan tentang media sosial, algoritma, budaya digital, persuasi, komunikasi publik, serta literasi dan keamanan informasi. Bagian akhir mengangkat kecerdasan artifisial, etika, privasi, tanggung jawab komunikasi, dan kompetensi komunikator pada masa depan. Susunan ini menghubungkan landasan teoretis dengan konteks yang dijumpai mahasiswa dalam kehidupan akademik, sosial, dan profesional. Pendekatannya tidak menempatkan teknologi sekadar sebagai alat atau tren, melainkan sebagai bagian dari lingkungan komunikasi yang membentuk relasi, praktik, dan makna. Dengan demikian, pembaca diharapkan tidak hanya mengenali istilah dan teori, tetapi juga mampu menggunakannya untuk membaca fenomena, mempertimbangkan bukti, dan menilai konsekuensi komunikasi secara bertanggung jawab.

Penyusunan buku ini mendapat dukungan dari banyak pihak. Saya menyampaikan terima kasih kepada para kolega yang berbagi gagasan dan memberikan masukan, kepada mahasiswa yang melalui pertanyaan dan pengalaman belajarnya membantu memperkaya perspektif, serta kepada keluarga atas kesabaran dan dukungan selama proses penulisan. Terima kasih juga saya sampaikan kepada penerbit yang mendampingi naskah ini hingga siap hadir sebagai bahan pembelajaran. Setiap kontribusi tersebut turut membentuk buku ini, baik melalui percakapan akademik maupun dukungan yang diberikan dalam keseharian.

Ilmu komunikasi terus berkembang seiring perubahan teknologi dan masyarakat; karena itu, buku pengantar ini bukanlah jawaban akhir, melainkan pijakan untuk belajar lebih jauh. Saya berharap buku ini dapat mendorong pembaca untuk bersikap terbuka terhadap perubahan, cermat dalam mengolah informasi, serta peka terhadap dampak pesan dan teknologi bagi sesama. Kritik dan masukan dari pembaca sangat diharapkan agar edisi mendatang dapat menjadi lebih relevan, jernih, dan bermanfaat bagi pembelajaran ilmu komunikasi.

2026

Penulis

# DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR ..... iv
PRAKATA ..... vii
DAFTAR ISI ..... viiii
DAFTAR TABEL ..... xv
BAB 1 KONSEP DASAR DAN PERKEMBANGAN ILMU KOMUNIKASI ..... 1
A. Tujuan Pembelajaran ..... 1
B. Pendahuluan ..... 1
C. Pengertian dan Hakikat Komunikasi ..... 3
D. Unsur dan Proses Komunikasi ..... 5
E. Fungsi dan Tujuan Komunikasi ..... 7
F. Model-Model Komunikasi ..... 9
G. Perkembangan Ilmu Komunikasi di Era Digital ..... 12
H. Rangkuman ..... 14
I. Latihan Mahasiswa ..... 15
BAB 2 TEORI DAN PERSPEKTIF DALAM ILMU KOMUNIKASI ..... 21
A. Tujuan Pembelajaran ..... 21
B. Pendahuluan ..... 21
C. Konsep dan Fungsi Teori Komunikasi ..... 23
D. Perspektif Psikologis dalam Komunikasi ..... 25
E. Perspektif Sosiologis dan Kultural ..... 27
F. Teori Komunikasi Media dan Khalayak ..... 29
G. Relevansi Teori Komunikasi pada Masyarakat Digital .. 31
H. Rangkuman ..... 33
I. Latihan Mahasiswa ..... 34
BAB 3 KOMUNIKASI INTRAPERSONAL DAN PERSEPSI .. 41
A. Tujuan Pembelajaran ..... 41
B. Pendahuluan ..... 41

C. Konsep Komunikasi Intrapersonal ..... 43
Dialog batin sebagai proses komunikasi ..... 43
Penerapan dalam lingkungan digital ..... 44
D. Persepsi dan Pemaknaan Pesan ..... 45
Tahapan persepsi ..... 45
Menerapkan analisis pada pesan digital ..... 46
E. Konsep Diri dan Identitas ..... 47
Memahami diri dalam komunikasi ..... 47
Menerapkan konsep diri pada situasi digital ..... 48
F. Emosi dalam Proses Komunikasi ..... 50
Emosi dan respons terhadap pesan ..... 50
Menyesuaikan strategi dengan konteks ..... 51
G. Pengambilan Keputusan dan Bias Kognitif ..... 52
Memilih tindakan komunikasi ..... 52
Menerapkan pemeriksaan sebelum bertindak ..... 53
H. Rangkuman ..... 54
I. Latihan Mahasiswa ..... 55
BAB 4 KOMUNIKASI INTERPERSONAL ..... 61
A. Tujuan Pembelajaran ..... 61
B. Pendahuluan ..... 61
C. Konsep dan Karakteristik Komunikasi Interpersonal ..... 63
D. Hubungan Interpersonal dan Kedekatan ..... 65
E. Komunikasi Verbal dan Nonverbal ..... 68
F. Mendengarkan Aktif dan Empati ..... 70
G. Konflik dan Manajemen Hubungan ..... 72
H. Rangkuman ..... 74
I. Latihan Mahasiswa ..... 75
BAB 5 KOMUNIKASI KELOMPOK DAN KOMUNITAS ..... 81
A. Tujuan Pembelajaran ..... 81

B. Pendahuluan ..... 81
C. Konsep dan Karakteristik Komunikasi Kelompok ..... 83
D. Dinamika dan Struktur Kelompok ..... 85
E. Kepemimpinan dan Pengambilan Keputusan ..... 87
F. Konflik dan Kolaborasi dalam Kelompok ..... 89
G. Komunitas Virtual dan Jejaring Digital ..... 91
H. Rangkuman ..... 94
I. Latihan Mahasiswa ..... 95
BAB 6 KOMUNIKASI ORGANISASI ..... 101
A. Tujuan Pembelajaran ..... 101
B. Pendahuluan ..... 101
C. Konsep dan Fungsi Komunikasi Organisasi ..... 103
D. Struktur dan Jaringan Komunikasi Organisasi ..... 105
E. Budaya Organisasi dan Komunikasi Internal ..... 107
F. Kepemimpinan dan Perubahan Organisasi ..... 110
G. Transformasi Komunikasi di Lingkungan Kerja Digital ..... 112
H. Rangkuman ..... 114
I. Latihan Mahasiswa ..... 115
BAB 7 KOMUNIKASI MASSA DAN TRANSFORMASI MEDIA ..... 121
A. Tujuan Pembelajaran ..... 121
B. Pendahuluan ..... 121
C. Konsep dan Karakteristik Komunikasi Massa ..... 123
D. Fungsi Media dalam Masyarakat ..... 125
E. Industri dan Ekosistem Media ..... 127
F. Konvergensi Media dan Jurnalisme Digital ..... 129
G. Perubahan Perilaku Khalayak di Era Platform ..... 131
H. Rangkuman ..... 133
I. Latihan Mahasiswa ..... 135

BAB 8 MEDIA SOSIAL, ALGORITMA, DAN BUDAYA DIGITAL ..... 141
A. Tujuan Pembelajaran ..... 141
B. Pendahuluan ..... 141
C. Evolusi Media Sosial dan Platform Digital ..... 143
1. Dari ruang berbagi menuju ekosistem platform ..... 143
2. Perubahan pola produksi dan konsumsi pesan ..... 144
3. Menerapkan kerangka evolusi pada kasus ..... 145
D. Algoritma dan Distribusi Informasi ..... 145
1. Menelusuri proses kurasi ..... 146
2. Keterlihatan dan jangkauan ..... 147
E. Filter Bubble dan Echo Chamber ..... 148
1. Menggunakan indikator pengamatan ..... 148
2. Memisahkan rekomendasi dan pilihan pengguna ..... 149
3. Menerapkan pembacaan yang seimbang ..... 149
F. Viralitas, Influencer, dan Ekonomi Atensi ..... 150
1. Mengukur keterlibatan dan penyebaran ..... 150
2. Peran influencer dalam sirkulasi pesan ..... 151
3. Memahami ekonomi atensi ..... 152
G. Budaya Partisipatif dan Identitas Digital ..... 152
1. Menerapkan analisis partisipasi ..... 152
2. Membaca identitas digital ..... 153
3. Menilai ruang partisipasi ..... 154
H. Rangkuman ..... 154
I. Latihan Mahasiswa ..... 155
BAB 9 KOMUNIKASI PERSUASIF DAN STRATEGI PESAN ..... 161
A. Tujuan Pembelajaran ..... 161
B. Pendahuluan ..... 161
C. Konsep dan Prinsip Komunikasi Persuasif ..... 163

D. Sikap, Motivasi, dan Perubahan Perilaku ..... 165
E. Kredibilitas Komunikator dan Daya Tarik Pesan..... 168
F. Storytelling dan Framing Pesan ..... 170
G. Strategi Persuasi pada Media Digital .....172
H. Rangkuman.....174
I. Latihan Mahasiswa.....175
BAB 10 KOMUNIKASI PUBLIK DAN HUBUNGAN MASYARAKAT .....181
A. Tujuan Pembelajaran .....181
B. Pendahuluan.....181
C. Konsep Komunikasi Publik ..... 183
D. Prinsip dan Strategi Hubungan Masyarakat..... 185
E. Manajemen Reputasi dan Kepercayaan Publik..... 187
F. Komunikasi Krisis dan Manajemen Isu ..... 190
G. Strategi Komunikasi Publik Berbasis Digital ..... 192
H. Rangkuman..... 194
I. Latihan Mahasiswa..... 196
BAB 11 LITERASI DIGITAL, DISINFORMASI, DAN KEAMANAN INFORMASI..... 201
A. Tujuan Pembelajaran ..... 201
B. Pendahuluan..... 201
C. Konsep Literasi Media dan Literasi Digital.....203
D. Misinformasi, Disinformasi, dan Malinformasi .....205
E. Hoaks, Manipulasi Visual, dan Konten Menyesatkan..207
F. Verifikasi Informasi dan Berpikir Kritis.....209
G. Ketahanan Informasi dalam Masyarakat Digital.....211
H. Rangkuman..... 214
I. Latihan Mahasiswa..... 215
BAB 12 KECERDASAN ARTIFISIAL DALAM KOMUNIKASI ..... 221

A. Tujuan Pembelajaran ..... 221
B. Pendahuluan..... 221
C. Konsep AI dan AI Generatif dalam Komunikasi .....223
D. AI dalam Produksi Konten Komunikasi .....225
E. Personalisasi Pesan dan Analisis Audiens Berbasis AI 227
F. Deepfake, Synthetic Media, dan Risiko Manipulasi.....230
G. Kolaborasi Manusia dan AI dalam Profesi Komunikasi .....232
H. Rangkuman.....234
I. Latihan Mahasiswa.....235
BAB 13 ETIKA, PRIVASI, DAN TANGGUNG JAWAB KOMUNIKASI..... 241
A. Tujuan Pembelajaran ..... 241
B. Pendahuluan..... 241
C. Prinsip dan Landasan Etika Komunikasi.....243
D. Etika Komunikasi di Media Sosial .....245
E. Privasi dan Perlindungan Data Pribadi.....248
F. Etika Penggunaan AI dan Konten Digital.....250
G. Kebebasan Berekspresi dan Tanggung Jawab Digital .252
H. Rangkuman..... 255
I. Latihan Mahasiswa.....256
BAB 14 MASA DEPAN KOMUNIKASI DAN KOMPETENSI KOMUNIKATOR.....263
A. Tujuan Pembelajaran .....263
B. Pendahuluan.....263
C. Transformasi Ekosistem Komunikasi .....265
D. Human–AI Communication .....267
E. Komunikasi Berbasis Data dan Analitik.....270
F. Kompetensi Komunikator di Era AI..... 272
G. Tren dan Masa Depan Ilmu Komunikasi..... 274

H. Rangkuman ..... 276
I. Latihan Mahasiswa ..... 278
DAFTAR PUSTAKA ..... 284
LAMPIRAN: KUNCI JAWABAN ..... 293
Kunci Jawaban BAB 1 ..... 293
Kunci Jawaban BAB 2 ..... 294
Kunci Jawaban BAB 3 ..... 296
Kunci Jawaban BAB 4 ..... 298
Kunci Jawaban BAB 5 ..... 300
Kunci Jawaban BAB 6 ..... 302
Kunci Jawaban BAB 7 ..... 304
Kunci Jawaban BAB 8 ..... 306
Kunci Jawaban BAB 9 ..... 307
Kunci Jawaban BAB 10 ..... 309
Kunci Jawaban BAB 11 ..... 311
Kunci Jawaban BAB 12 ..... 313
Kunci Jawaban BAB 13 ..... 314
Kunci Jawaban BAB 14 ..... 316
GLOSARIUM ..... 319
INDEKS ..... 335
TENTANG PENULIS ..... 340
SINOPSIS BUKU ..... 346

# DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Unsur Komunikasi dalam Pengumuman Perubahan Jadwal ..... 6
Tabel 1.2 Pemilihan Model Komunikasi untuk Menganalisis Kasus ..... 11
Tabel 2.1 Langkah Penerapan Teori Komunikasi..... 24
Tabel 3.1 Penerapan Tahapan Persepsi pada Pesan Digital ..... 46
Tabel 4.1 Penerapan Ciri Komunikasi Interpersonal ..... 65
Tabel 5.1 Pemetaan Struktur dan Pola Interaksi Kelompok..... 86
Tabel 6.1 Jalur Komunikasi Berdasarkan Kebutuhan Kerja ..... 106
Tabel 7.1 Pelaku dan hubungan dalam ekosistem media..... 128
Tabel 8.1 Contoh Pengamatan Rekomendasi Konten ..... 146
Tabel 9.1 Pertimbangan Kredibilitas dan Daya Tarik Pesan..... 169
Tabel 9.2 Rancangan Persuasi Digital Pengurangan Plastik ..... 173
Tabel 10.1 Pemetaan Publik dan Kebutuhan Komunikasi ... 184
Tabel 11.1 Tahapan Verifikasi Informasi ..... 210
Tabel 12.1 Tahapan Produksi Konten dengan Dukungan AI ..... 226
Tabel 13.1 Langkah Pertimbangan Etis dalam Keputusan Komunikasi..... 244
Tabel 13.2 Praktik Perlindungan Data dalam Kegiatan Komunikasi..... 249
Tabel 14.1 Contoh Penghitungan Indikator Komunikasi ..... 270

# BAB 1
# KONSEP DASAR DAN PERKEMBANGAN ILMU KOMUNIKASI

## A. Tujuan Pembelajaran

Setelah menyelesaikan pembahasan pada bab ini, mahasiswa diharapkan mampu:

1. Menerapkan konsep pengertian dan hakikat komunikasi untuk menganalisis peristiwa komunikasi dalam konteks interpersonal, kelompok, organisasi, dan media.
2. Menggunakan unsur-unsur komunikasi untuk menguraikan proses komunikasi serta mengidentifikasi peran pengirim, pesan, saluran, penerima, umpan balik, dan gangguan dalam suatu kasus.
3. Menentukan fungsi dan tujuan komunikasi yang sesuai dengan kebutuhan serta konteks interaksi tertentu.
4. Memilih dan menerapkan model komunikasi yang relevan untuk menjelaskan alur dan karakteristik suatu peristiwa komunikasi.
5. Menerapkan konsep dasar ilmu komunikasi untuk mengkaji perubahan praktik komunikasi dan perkembangan kajiannya dalam lingkungan digital.

## B. Pendahuluan

Arus pesan yang bergerak cepat melalui media sosial, aplikasi percakapan, dan platform berbasis algoritma membuat komunikasi semakin mudah dilakukan, tetapi tidak selalu mudah dipahami. Informasi dapat berpindah dari satu pengguna ke banyak orang dalam waktu singkat, sementara konteks, ketepatan, dan maksud pesan kerap berubah selama proses penyebaran. Situasi ini tampak, misalnya, ketika potongan video dibagikan tanpa keterangan yang memadai

atau ketika pesan kampanye publik memperoleh tanggapan yang berbeda dari beragam kelompok pengguna. Karena itu, komunikasi tidak cukup dipandang sebagai kegiatan menyampaikan informasi dari satu pihak kepada pihak lain. Lasswell (1948) menunjukkan bahwa analisis komunikasi melibatkan pertanyaan tentang siapa yang menyampaikan apa, melalui saluran apa, kepada siapa, dan dengan dampak apa. Kerangka tersebut membantu mengarahkan perhatian pada hubungan antara pesan, medium, khalayak, dan akibat komunikasi, termasuk dalam lingkungan digital yang terus berubah.

Penguasaan konsep dasar komunikasi diperlukan agar mahasiswa Ilmu Komunikasi dapat menelaah peristiwa komunikasi secara terstruktur, bukan sekadar mengandalkan kesan atau pengalaman pribadi. Pemahaman tentang unsur dan proses komunikasi, misalnya, memungkinkan analisis terhadap peran umpan balik dan gangguan ketika sebuah pesan tidak menghasilkan pemaknaan yang diharapkan. Shannon dan Weaver (1949) menempatkan gangguan sebagai faktor yang dapat memengaruhi transmisi pesan, sedangkan perkembangan pemikiran komunikasi menegaskan bahwa penerima juga menafsirkan pesan berdasarkan konteks dan pengalaman sosialnya. Kerangka konseptual tersebut dapat diterapkan pada berbagai persoalan praktis, seperti merancang pesan layanan masyarakat, mengevaluasi komunikasi organisasi, atau mengidentifikasi penyebab kesalahpahaman dalam interaksi daring. Pemahaman mengenai fungsi dan tujuan komunikasi selanjutnya membantu menentukan apakah suatu tindakan komunikasi dimaksudkan untuk memberi informasi, membujuk, membangun hubungan, atau mengoordinasikan tindakan. Dengan demikian, konsep-konsep dasar menyediakan perangkat analitis sekaligus landasan untuk mengambil keputusan komunikasi secara bertanggung jawab.

Perubahan teknologi juga mendorong perkembangan ilmu komunikasi dari kajian yang banyak berpusat pada media massa menuju perhatian yang lebih luas terhadap komunikasi berjaringan, partisipasi pengguna, dan peran platform digital. Castells (2010) menjelaskan bahwa jaringan informasi menjadi ciri penting masyarakat kontemporer, sementara kajian tentang masyarakat platform menunjukkan bahwa platform turut membentuk cara interaksi dan distribusi informasi berlangsung (van Dijck, Poell, dan de Waal, 2018). Perubahan ini tidak berarti bahwa konsep-konsep terdahulu kehilangan kegunaan; sebaliknya, konsep tersebut perlu diterapkan dengan mempertimbangkan karakter medium, pola keterhubungan, dan posisi pengguna dalam ekosistem digital. Bab ini membahas pengertian dan hakikat komunikasi, unsur dan proses komunikasi, fungsi dan tujuan komunikasi, model-model komunikasi, serta perkembangan ilmu komunikasi di era digital sebagai landasan untuk menerapkan perspektif komunikasi pada beragam fenomena.

## C. Pengertian dan Hakikat Komunikasi

Komunikasi merupakan proses ketika manusia membentuk, menyampaikan, menerima, dan menafsirkan pesan dalam hubungan dengan orang lain. Proses ini tidak terbatas pada pertukaran kata-kata. Isyarat tubuh, gambar, bunyi, tulisan, dan tindakan juga dapat menyampaikan makna apabila dipahami dalam konteks tertentu. Karena itu, komunikasi perlu dipahami sebagai kegiatan yang melibatkan pesan sekaligus pemaknaan, bukan sekadar pemindahan informasi dari satu pihak ke pihak lain. Pengantar ilmu komunikasi memberi perhatian pada proses tersebut dalam beragam konteks, mulai dari interaksi antarindividu hingga penggunaan media (Hariyanto, 2021).

Hakikat komunikasi dapat dijelaskan melalui beberapa ciri yang saling berkaitan. Pertama, komunikasi bersifat simbolik: manusia menggunakan simbol, seperti bahasa dan gestur,

untuk mewakili gagasan atau pengalaman. Kedua, komunikasi bersifat kontekstual. Makna sebuah ujaran dapat berubah bergantung pada hubungan para pelaku, situasi, budaya, dan medium yang digunakan. Ketiga, komunikasi bersifat dinamis karena pesan dan pemaknaannya dapat berubah sepanjang interaksi berlangsung. Keempat, komunikasi memiliki dimensi relasional; cara seseorang menyampaikan pesan dapat menunjukkan sikap terhadap lawan bicara, seperti hormat, akrab, atau berjarak. Dalam komunikasi interpersonal, dimensi pesan dan hubungan tersebut hadir secara bersamaan (Aestetika, 2018; Rahmi, 2021).

Sifat komunikasi yang melibatkan penafsiran menjelaskan mengapa pesan yang sama tidak selalu menghasilkan pemahaman yang sama. Penerima menghubungkan pesan dengan pengetahuan, pengalaman, dan keadaan saat pesan diterima. Kalimat singkat seperti “nanti dibahas” dapat dipahami sebagai penundaan netral, penolakan halus, atau ajakan untuk menunggu, bergantung pada hubungan dan situasinya. Komunikator tidak sepenuhnya mengendalikan makna yang terbentuk pada penerima, tetapi dapat mengurangi ketidakjelasan dengan memilih kata, medium, dan konteks yang sesuai. Dalam percakapan digital, ketiadaan intonasi atau ekspresi wajah dapat membuat pesan tertulis lebih mudah ditafsirkan secara berbeda.

Contoh penerapannya dapat dilihat pada komunikasi antara mahasiswa di Bandung dan dosen yang sedang mengatur konsultasi melalui aplikasi percakapan. Mahasiswa yang menulis “Saya kirim revisi malam ini” telah menyampaikan informasi tentang tindakan dan waktu. Namun, dosen mungkin belum mengetahui apakah mahasiswa mengharapkan tanggapan pada malam yang sama atau hanya mengabarkan rencana pengiriman. Mahasiswa dapat memperjelas maksudnya dengan menambahkan permintaan yang spesifik, misalnya bahwa naskah dikirim malam itu dan

tanggapan diharapkan pada hari berikutnya. Dalam konteks komunikasi digital, perubahan kecil tersebut membuat maksud dan harapan lebih terarah. Penggunaan medium digital dalam komunikasi sehari-hari juga memengaruhi bentuk bahasa dan kebiasaan berinteraksi (Fahyuni, 2017; "Dampak Perkembangan Teknologi Komunikasi terhadap Bahasa Indonesia," 2021).

Untuk menerapkan konsep hakikat komunikasi, mahasiswa dapat menguraikan suatu peristiwa dengan menanyakan siapa yang terlibat, simbol atau pesan apa yang digunakan, bagaimana pesan ditafsirkan, serta konteks apa yang memengaruhi pemaknaan. Pertanyaan itu dapat digunakan untuk membaca percakapan keluarga, rapat organisasi kampus, atau unggahan media sosial. Dalam setiap kasus, tujuan analisis bukan semata-mata memastikan pesan telah dikirim, melainkan memahami bagaimana makna dibentuk dan apa akibatnya bagi hubungan maupun tindakan para pelaku. Dengan cara tersebut, komunikasi dapat dipelajari sebagai kegiatan sosial yang berlangsung melalui simbol, penafsiran, dan hubungan.

## D. Unsur dan Proses Komunikasi

Suatu peristiwa komunikasi dapat diuraikan melalui unsur-unsur yang menjelaskan siapa yang berkomunikasi, apa yang disampaikan, melalui media apa, kepada siapa, dan bagaimana tanggapannya. Unsur utama yang digunakan dalam pembahasan dasar meliputi komunikator, pesan, saluran komunikasi, komunikan, umpan balik, konteks, dan gangguan. Unsur-unsur tersebut saling memengaruhi; kualitas pesan, misalnya, tidak dapat dipisahkan dari pemilihan saluran komunikasi dan kondisi penerima. Kerangka unsur komunikasi membantu mahasiswa mengidentifikasi bagian-bagian yang perlu diperhatikan ketika suatu pesan tidak menghasilkan tanggapan yang diharapkan (Hariyanto, 2021).

Komunikator adalah pihak yang menyusun dan menyampaikan pesan. Pesan mencakup gagasan, informasi, perasaan, atau ajakan yang diungkapkan melalui simbol verbal maupun nonverbal. Saluran komunikasi menjadi perantara bagi pesan, seperti percakapan langsung, surat elektronik, telepon, atau media sosial. Komunikan menerima dan menafsirkan pesan, sedangkan umpan balik menunjukkan tanggapan yang diberikan, baik secara langsung maupun tertunda. Gangguan dapat muncul sebagai hambatan teknis, gangguan lingkungan, atau ketidakjelasan bahasa. Perhatian terhadap media dan teknologi membantu menjelaskan bagaimana saluran komunikasi ikut membentuk penyampaian serta penerimaan informasi (Fahyuni, 2017).

Proses komunikasi dapat dimulai ketika komunikator membentuk gagasan, mengubahnya menjadi pesan, lalu memilih saluran komunikasi. Penerima menangkap pesan dan menafsirkannya berdasarkan konteks serta pengalaman. Setelah itu, penerima dapat memberikan umpan balik, sehingga peran pengirim dan penerima berganti. Proses ini tidak selalu berlangsung secara berurutan dan rapi. Dalam rapat daring, misalnya, peserta dapat menyela, meminta klarifikasi, atau menyampaikan tanggapan melalui kolom percakapan sementara pembicara masih berbicara. Gangguan teknis seperti suara terputus dapat menghambat proses tersebut, tetapi hambatan pemahaman juga dapat timbul ketika istilah yang digunakan tidak dikenal oleh peserta.

Ilustrasi berikut menunjukkan penerapan unsur komunikasi pada pengumuman perubahan jadwal kegiatan organisasi mahasiswa di Yogyakarta.

**Tabel 1.1 Unsur Komunikasi dalam Pengumuman Perubahan Jadwal**

| Unsur | Penerapan | Risiko hambatan |
|---|---|---|
| Komunikator | Pengurus kegiatan | Wewenang tidak jelas |
| Pesan | Jadwal dan alasan perubahan | Tanggal tidak dicantumkan |

| | | |
|---|---|---|
| Saluran komunikasi | Grup aplikasi percakapan | Pesan tertumpuk |
| Komunikan | Anggota organisasi | Tidak semua membaca |
| Umpan balik | Konfirmasi kehadiran | Respons terlambat |
| Gangguan | Koneksi internet lemah | Informasi tidak diterima |

Tabel tersebut memperlihatkan bahwa keberhasilan penyampaian pengumuman tidak cukup ditentukan oleh isi pesan. Pengurus juga perlu memilih saluran komunikasi yang dapat dijangkau anggota dan meminta konfirmasi agar penerimaan informasi dapat diketahui.

Dalam menerapkan kerangka ini pada suatu kasus, mahasiswa dapat mencatat setiap unsur secara berurutan dan menghubungkan unsur yang menjadi sumber masalah. Apabila anggota organisasi salah datang karena mengira kegiatan berlangsung pada hari berbeda, analisis perlu memeriksa isi pesan, waktu pengiriman, dan umpan balik yang tersedia, bukan langsung menyimpulkan bahwa anggota tidak memperhatikan. Strategi komunikasi dalam organisasi menunjukkan pentingnya menghubungkan penyampaian pesan dengan kebutuhan dan kondisi pihak yang terlibat (Hasmawati, 2021). Analisis unsur komunikasi dengan demikian membantu mengarahkan perbaikan secara spesifik: memperjelas pesan, mengganti saluran komunikasi, atau meminta umpan balik yang lebih terukur.

## E. Fungsi dan Tujuan Komunikasi

Fungsi komunikasi merujuk pada peran yang dijalankan komunikasi dalam kehidupan sosial, sedangkan tujuan komunikasi adalah hasil yang ingin dicapai dalam suatu interaksi. Pembedaan ini membantu mahasiswa menyusun strategi sesuai kebutuhan. Sebuah pengumuman layanan publik, misalnya, dapat berfungsi menyebarkan informasi dan sekaligus bertujuan mendorong warga melakukan tindakan tertentu. Fungsi komunikasi dapat mencakup penyampaian informasi, pembentukan hubungan, pengungkapan perasaan,

koordinasi tindakan, serta persuasi. Tujuan yang dirumuskan secara jelas membantu komunikator memilih isi pesan dan saluran komunikasi yang tepat (Hariyanto, 2021).

Fungsi informatif tampak saat pesan digunakan untuk memberi pengetahuan atau menjelaskan keadaan. Fungsi relasional hadir ketika komunikasi digunakan untuk menjaga hubungan, membangun kedekatan, atau mengelola jarak sosial. Fungsi ekspresif memungkinkan seseorang menyampaikan perasaan dan sikap. Dalam organisasi, komunikasi juga berfungsi mengoordinasikan tugas sehingga para anggota memahami tanggung jawab dan jadwal kerja. Sementara itu, persuasi berupaya memengaruhi sikap atau tindakan penerima melalui penyampaian alasan dan ajakan. Penerapan fungsi komunikasi dalam organisasi menuntut penyesuaian pesan terhadap kebutuhan anggota serta arah kerja bersama (Hasmawati, 2021).

Tujuan komunikasi dapat bersifat langsung maupun jangka panjang. Tujuan langsung, seperti meminta konfirmasi kehadiran, dapat diamati melalui tanggapan penerima. Tujuan jangka panjang, seperti membangun kepercayaan, terbentuk melalui komunikasi yang konsisten dan hubungan yang terpelihara. Satu pesan dapat melayani beberapa tujuan, tetapi komunikator perlu menentukan tujuan yang paling utama agar pesan tidak kehilangan fokus. Ketika tujuan utamanya adalah menginformasikan perubahan, informasi tentang waktu dan lokasi sebaiknya disampaikan secara jelas sebelum ajakan atau penjelasan tambahan. Jika tujuan utamanya adalah persuasi, alasan yang relevan bagi penerima perlu ditonjolkan. Kegiatan pemujukan memerlukan pemilihan strategi pesan sesuai dengan sasaran dan konteks komunikasi (Kamaruddin, 2015).

Sebagai penerapan, bayangkan sebuah puskesmas di Surabaya ingin mengingatkan warga tentang perubahan jam layanan pada hari libur. Jika tujuannya hanya memberi informasi, pesan harus menyatakan jam layanan yang berlaku

dan tanggal perubahan. Jika puskesmas juga ingin mengurangi antrean, pesan dapat menambahkan arahan tentang cara membuat janji atau waktu kunjungan alternatif. Jika pesan ditujukan untuk membangun kepercayaan, penjelasan alasan perubahan perlu disampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami. Rancangan ini menunjukkan bahwa penentuan tujuan memengaruhi pilihan isi, susunan, dan saluran komunikasi.

Mahasiswa dapat menerapkan pembedaan fungsi dan tujuan dengan mengamati tindakan komunikasi tertentu, lalu menuliskan fungsi yang dijalankan dan hasil yang hendak dicapai. Sebagai contoh, ketika pengurus himpunan mengirim pesan mengenai batas pengumpulan formulir, fungsi informatif terlihat pada penyampaian tenggat, sementara tujuan langsungnya adalah agar anggota mengirim formulir sebelum waktu yang ditentukan. Bila pengurus juga meminta anggota membantu mengingatkan rekan lain, pesan tersebut memiliki tujuan koordinatif. Dalam praktik digital, ajakan pada media sosial dapat pula mendorong tindakan konsumsi atau partisipasi; kajian tentang TikTok Shop pada mahasiswa, misalnya, memperlihatkan relevansi komunikasi platform dengan perilaku konsumtif (Zaidan, 2025). Identifikasi fungsi dan tujuan membantu komunikator menilai apakah sebuah pesan perlu memberi informasi, mengarahkan tindakan, menjaga hubungan, atau memadukan beberapa kebutuhan tersebut.

## F. Model-Model Komunikasi

Model komunikasi merupakan representasi ringkas yang membantu menjelaskan unsur dan hubungan dalam suatu proses komunikasi. Model bukan gambaran lengkap dari seluruh kenyataan, melainkan alat untuk memusatkan perhatian pada aspek tertentu. Ada model yang menekankan aliran pesan dari pengirim kepada penerima, ada pula yang menggambarkan pertukaran umpan balik dan hubungan yang

berlangsung secara bersamaan. Memilih model yang sesuai memungkinkan mahasiswa menerapkan konsep komunikasi secara lebih terarah ketika menjelaskan suatu kasus (Hariyanto, 2021).

Model linear menggambarkan komunikasi sebagai aliran pesan satu arah, dari pengirim melalui saluran komunikasi menuju penerima. Fokus utamanya adalah penyampaian pesan dan kemungkinan gangguan pada proses tersebut. Model ini berguna untuk mengkaji pengumuman siaran radio atau pesan peringatan yang dikirimkan kepada khalayak luas, terutama ketika kesempatan untuk memberikan tanggapan terbatas. Namun, model linear kurang memadai untuk menjelaskan interaksi yang melibatkan pertukaran pesan dan penafsiran yang terus berkembang.

Model interaksional menambahkan umpan balik sehingga komunikasi dipahami sebagai pertukaran pesan antara para pelaku. Pengirim dan penerima dapat bergantian menjalankan peran, sementara pengalaman dan konteks memengaruhi pertukaran tersebut. Model ini dapat diterapkan pada percakapan konsultasi mahasiswa dengan dosen, ketika pertanyaan mahasiswa diikuti jawaban, klarifikasi, dan tanggapan lanjutan. Pembahasan komunikasi interpersonal juga menekankan hubungan antarpelaku sebagai bagian dari proses yang berlangsung, bukan hanya isi pesan yang disampaikan (Aestetika, 2018; Rahmi, 2021).

Model transaksional menekankan bahwa para pelaku dapat mengirim dan menerima pesan secara serentak. Makna berkembang selama interaksi, sementara konteks dan hubungan turut membentuk pemahaman. Model ini bermanfaat untuk menjelaskan percakapan langsung atau rapat daring, ketika ekspresi, intonasi, dan tanggapan nonverbal dapat memengaruhi jalannya diskusi. Perbedaan utama model-model tersebut dapat diterapkan melalui

pemilihan model berdasarkan peristiwa yang hendak dijelaskan.

**Tabel 1.2 Pemilihan Model Komunikasi untuk Menganalisis Kasus**

| Model | Fokus | Kasus Indonesia | Kegunaan analisis |
|---|---|---|---|
| Linear | Aliran satu arah | Pengumuman BMKG melalui siaran | Menelusuri pesan dan saluran |
| Interaksional | Pesan dan umpan balik | Konsultasi daring mahasiswa | Mengkaji tanggapan bergiliran |
| Transaksional | Pertukaran serentak | Rapat organisasi di Jakarta | Mengkaji pesan dan konteks bersama |
| Linear | Gangguan transmisi | Siaran informasi publik di daerah | Mengidentifikasi hambatan penerimaan |
| Interaksional | Klarifikasi pesan | Diskusi warga di grup percakapan | Menilai perubahan pemahaman |

Tabel tersebut menunjukkan bahwa pemilihan model bergantung pada karakter peristiwa, bukan pada anggapan bahwa satu model selalu paling tepat. Analisis siaran satu arah akan lebih terarah dengan model linear, sedangkan percakapan yang melibatkan tanggapan berulang memerlukan perhatian pada umpan balik.

Untuk menggunakan model secara tepat, mahasiswa perlu menentukan batas kasus, mengenali pola pertukaran pesan, dan memilih model yang menonjolkan pola tersebut. Jika pemerintah kota menyebarkan informasi penutupan jalan melalui akun media sosial, model linear dapat membantu memetakan pengirim, isi pesan, saluran komunikasi, dan khalayak. Jika warga menanggapi informasi dengan bertanya dan petugas menjawab, model interaksional lebih sesuai. Pada rapat daring yang berlangsung bersamaan melalui suara, video, dan kolom percakapan, model transaksional dapat menjelaskan kerumitan pertukaran pesan. Kerangka dasar

model komunikasi membantu menguraikan alur tersebut, tetapi penerapannya tetap perlu mempertimbangkan jenis saluran dan hubungan antarpelaku (Hariyanto, 2021).

## G. Perkembangan Ilmu Komunikasi di Era Digital

Perkembangan teknologi digital mengubah cara pesan diproduksi, disebarkan, dan ditanggapi. Komunikasi tidak hanya berlangsung melalui media yang menyalurkan pesan dari satu sumber kepada banyak penerima, tetapi juga melalui lingkungan berjaringan yang memungkinkan pengguna membuat dan membagikan konten. Perubahan ini memperluas objek kajian ilmu komunikasi: selain isi pesan dan khalayak, penelitian perlu memperhatikan interaksi pengguna, karakter platform, serta pola keterhubungan. Pemahaman mengenai teknologi informasi dan komunikasi menjadi landasan untuk mengkaji perubahan praktik tersebut (Fahyuni, 2017).

Salah satu perubahan yang terlihat adalah meningkatnya partisipasi pengguna. Pengguna dapat bertindak sebagai penerima informasi sekaligus pembuat, penyunting, dan penyebar pesan. Komunikasi berlangsung dalam jaringan yang menghubungkan individu atau kelompok yang berbeda lokasi dan latar. Kajian mengenai komunitas virtual menunjukkan bahwa internet menyediakan ruang untuk membangun hubungan dan interaksi lintas batas geografis, sekaligus menghadirkan tantangan bagi penelitian komunikasi (Widyaningrum, 2021). Untuk menerapkan konsep ini, mahasiswa dapat menelaah bagaimana anggota sebuah komunitas berbagi informasi, menggunakan simbol bersama, dan mempertahankan interaksi melalui media digital.

Platform digital juga mengubah cara komunikasi publik dan organisasi dilakukan. Sebuah lembaga dapat menyampaikan pesan melalui akun media sosial, sementara pengguna memberikan tanggapan, membagikan ulang, atau mengajukan

pertanyaan. Praktik komunikasi digital menuntut organisasi mempertimbangkan kecepatan tanggapan dan kesesuaian pesan dengan kanal yang digunakan. Perubahan strategi hubungan masyarakat pada era digital, misalnya, berkaitan dengan pergeseran lanskap media dan pola interaksi publik (Putri, 2025). Dalam penerapannya, mahasiswa dapat membandingkan pengumuman layanan pemerintah yang hanya disiarkan satu arah dengan pengumuman pada platform yang membuka ruang komentar dan pertanyaan.

Perubahan digital juga memperluas praktik komunikasi pada bidang yang beragam. Strategi dakwah, misalnya, dapat memadukan cara penyampaian tradisional dengan inovasi digital untuk menjangkau masyarakat melalui media yang mereka gunakan (Irawan, 2025). Sementara itu, komunitas penggemar dapat memanfaatkan akun media sosial untuk berbagi informasi dan mengoordinasikan kegiatan di antara anggotanya (Yuniasti, 2021). Contoh-contoh ini dapat digunakan mahasiswa untuk menerapkan analisis terhadap hubungan antara tujuan komunikasi, karakter khalayak, dan pilihan platform. Perkembangan tersebut tidak menghapus kebutuhan pada konsep dasar: unsur, pesan, saluran komunikasi, umpan balik, serta konteks tetap dapat digunakan untuk membaca peristiwa digital.

Lingkungan digital turut mengubah bahan dan cara penelitian komunikasi. Peneliti dapat mengkaji unggahan, komentar, percakapan daring, dan hubungan antarpengguna sebagai bagian dari data komunikasi. Kajian netnografi terhadap komunitas cryptocurrency Dogecoin di Twitter, misalnya, memperlihatkan penerapan perhatian pada pola komunikasi jaringan komunitas digital (Tjahyana, 2021). Namun, pengumpulan data digital perlu disertai perhatian pada konteks: angka interaksi saja tidak selalu menjelaskan alasan pengguna membuat atau menanggapi pesan. Mahasiswa dapat menerapkan konsep ini dengan

membandingkan jumlah tanggapan pada dua unggahan sekaligus memeriksa isi pesan, waktu publikasi, dan konteks percakapan.

Dengan demikian, perkembangan ilmu komunikasi di era digital bukan sekadar pergantian alat, melainkan perluasan fenomena dan pertanyaan penelitian. Mahasiswa dapat menggunakan konsep dasar bab ini untuk memetakan pengirim, pesan, saluran komunikasi, khalayak, umpan balik, dan gangguan dalam suatu kasus digital, kemudian mempertimbangkan bagaimana jaringan dan platform memengaruhi prosesnya. Pembahasan khusus mengenai media sosial, algoritma, literasi digital, kecerdasan artifisial, serta etika komunikasi akan dikembangkan pada bab-bab berikutnya. Yuniasti (2021) dan Widyaningrum (2021) memberi contoh bagaimana praktik komunitas digital dapat dikaji sebagai gejala komunikasi, sementara kerangka unsur komunikasi menyediakan dasar untuk menerapkan pengamatan tersebut.

## H. Rangkuman

Komunikasi merupakan proses manusia membentuk, menyampaikan, menerima, dan menafsirkan pesan melalui simbol verbal maupun nonverbal. Makna tidak berpindah secara otomatis bersama pesan, melainkan terbentuk melalui penafsiran penerima berdasarkan pengalaman, pengetahuan, hubungan, situasi, budaya, dan medium. Karena itu, komunikasi bersifat simbolik, kontekstual, dinamis, dan relasional. Pesan yang sama dapat dimaknai berbeda, terutama dalam komunikasi digital yang sering tidak menyediakan intonasi atau ekspresi wajah. Pemilihan kata, medium, dan konteks yang tepat dapat mengurangi ketidakjelasan, meskipun komunikator tidak sepenuhnya mengendalikan pemaknaan penerima.

Peristiwa komunikasi dapat dianalisis melalui unsur komunikator, pesan, saluran, komunikan, umpan balik, konteks, dan gangguan. Unsur-unsur tersebut saling memengaruhi: pesan yang jelas tetap berisiko tidak dipahami apabila saluran sulit dijangkau, penerima tidak membaca, atau terjadi gangguan teknis maupun semantik. Proses komunikasi juga tidak selalu berjalan satu arah atau berurutan. Penerima dapat menanggapi, meminta klarifikasi, atau menyela, sehingga peran komunikator dan komunikan berganti. Analisis yang cermat menelusuri hubungan antarunsur sebelum menentukan sumber masalah dan perbaikannya.

Fungsi komunikasi menjelaskan peran komunikasi dalam kehidupan sosial, sedangkan tujuan komunikasi menunjuk hasil yang hendak dicapai. Sebuah pengumuman, misalnya, dapat berfungsi menyampaikan informasi sekaligus bertujuan mendorong tindakan tertentu. Pembedaan ini membantu komunikator merancang pesan dan memilih saluran sesuai kebutuhan. Dalam praktik Ilmu Komunikasi, pemahaman atas simbol, konteks, unsur, fungsi, dan tujuan menuntun mahasiswa untuk tidak hanya menilai apakah pesan telah dikirim, tetapi juga apakah maknanya dipahami, hubungan terjaga, dan tanggapan yang diharapkan muncul. Keterampilan tersebut berguna untuk mengevaluasi percakapan interpersonal, koordinasi organisasi, maupun interaksi melalui media digital, serta merumuskan perbaikan yang spesifik dan bertanggung jawab.

## I. Latihan Mahasiswa

**a. Essay**

1. Analisislah pesan “nanti dibahas” dalam dua konteks berbeda, misalnya percakapan antara teman dekat dan komunikasi mahasiswa dengan dosen. Jelaskan bagaimana hubungan, situasi, dan medium dapat menghasilkan penafsiran berbeda serta rumuskan cara memperjelas maksud tanpa menghilangkan kesantunan.

2. Bandingkan komunikasi tatap muka dengan komunikasi melalui aplikasi percakapan dalam hal simbol, konteks, umpan balik, dan potensi gangguan. Evaluasilah bagaimana perbedaan tersebut memengaruhi pembentukan makna, lalu rumuskan strategi agar pesan penting dapat dipahami secara tepat.
3. Evaluasi pengumuman perubahan jadwal organisasi yang telah memuat informasi kegiatan tetapi tidak mencantumkan tanggal dan tidak meminta konfirmasi anggota. Analisis unsur komunikasi yang bermasalah, hubungan antarelemen tersebut, serta tindakan perbaikan yang paling tepat untuk mengurangi risiko salah paham.
4. Telaah situasi rapat daring ketika suara pembicara terputus, sementara peserta juga tidak memahami istilah yang digunakan. Bedakan gangguan teknis dan hambatan pemahaman, kemudian analisis dampaknya terhadap proses komunikasi dan rumuskan langkah pemulihan yang dapat dilakukan oleh pembicara maupun peserta.
5. Argumentasikan perbedaan fungsi dan tujuan komunikasi dengan menggunakan contoh pengumuman layanan publik. Rumuskan bagaimana pemahaman atas perbedaan itu dapat memengaruhi pemilihan pesan, saluran, dan bentuk umpan balik untuk mendorong tindakan warga.

**b. Pilihan Berganda**

1. Seorang mahasiswa menulis “Saya kirim revisi malam ini” kepada dosennya, tetapi dosen tidak tahu apakah mahasiswa mengharapkan tanggapan malam itu juga. Penjelasan paling tepat atas ketidakjelasan tersebut adalah:
    a. Pesan digital tidak dapat menyampaikan informasi waktu.
    b. Makna pesan dibentuk melalui penafsiran dan konteks, bukan hanya isi literal.
    c. Komunikan bertanggung jawab penuh atas semua salah paham.
    d. Umpan balik hanya dapat terjadi dalam komunikasi tatap muka.

e. Gangguan teknis selalu menjadi penyebab utama perbedaan makna.

2. Dalam komunikasi, gestur dapat dianggap simbol apabila:
   a. dilakukan secara sengaja oleh komunikator.
   b. menggantikan seluruh pesan verbal.
   c. memiliki makna yang dipahami dalam konteks tertentu.
   d. disampaikan melalui media digital.
   e. menghasilkan tanggapan yang sama dari semua orang.

3. Pernyataan yang paling tepat menggambarkan sifat dinamis komunikasi adalah:
   a. Makna pesan selalu tetap setelah pesan disampaikan.
   b. Pesan hanya berubah jika komunikator mengirim pesan baru.
   c. Pemaknaan dan tanggapan dapat berubah selama interaksi berlangsung.
   d. Hubungan antarpartisipan tidak memengaruhi pesan.
   e. Komunikasi berlangsung dalam urutan yang selalu sama.

4. Pengurus organisasi mengirim jadwal melalui grup percakapan, tetapi beberapa anggota tidak membacanya karena pesan tertumpuk. Unsur yang paling langsung berkaitan dengan masalah tersebut adalah:
   a. Komunikator.
   b. Saluran komunikasi.
   c. Dimensi relasional.
   d. Pengalaman penerima.
   e. Tujuan komunikasi.

5. Dalam pengumuman kegiatan, anggota diminta membalas “Hadir” atau “Tidak hadir”. Balasan anggota terutama berfungsi sebagai:
   a. gangguan.
   b. konteks.
   c. umpan balik.

d. saluran komunikasi.
e. pesan awal.

6. Peserta rapat daring tidak memahami istilah khusus yang digunakan pembicara, meskipun suara terdengar jelas. Hambatan yang paling tepat adalah:
   a. Gangguan teknis.
   b. Gangguan lingkungan.
   c. Ketidakjelasan atau ketidakakraban bahasa.
   d. Keterlambatan umpan balik.
   e. Ketidaksesuaian wewenang komunikator.

7. Dalam komunikasi interpersonal, pesan “Silakan duduk” disampaikan dengan nada hangat kepada teman dekat. Contoh ini menunjukkan bahwa komunikasi memiliki dimensi:
   a. relasional, karena cara penyampaian menandai sikap terhadap lawan bicara.
   b. teknis, karena pesan memerlukan saluran tertentu.
   c. administratif, karena pesan mengatur kegiatan.
   d. satu arah, karena tidak membutuhkan tanggapan.
   e. universal, karena maknanya pasti sama dalam semua situasi.

8. Manakah tindakan yang paling tepat untuk mengurangi ketidakjelasan ketika mahasiswa mengirim revisi kepada dosen?
   a. Mengirim pesan yang sama berulang kali tanpa penjelasan.
   b. Menyatakan waktu pengiriman dan harapan waktu tanggapan secara spesifik.
   c. Mengganti pesan tertulis dengan simbol yang belum disepakati.
   d. Menganggap dosen akan memahami maksud tanpa konteks tambahan.
   e. Menunda pemberian informasi sampai dosen menanyakan sendiri.

9. Pembedaan yang tepat antara fungsi dan tujuan komunikasi adalah:

a. Fungsi adalah media yang dipilih, sedangkan tujuan adalah pihak penerima.
b. Fungsi adalah peran komunikasi dalam kehidupan sosial, sedangkan tujuan adalah hasil yang ingin dicapai.
c. Fungsi adalah tanggapan penerima, sedangkan tujuan adalah gangguan pesan.
d. Fungsi hanya berlaku untuk komunikasi digital, sedangkan tujuan hanya untuk tatap muka.
e. Fungsi dan tujuan selalu memiliki arti yang sama.

10. Jika anggota organisasi salah memahami tanggal kegiatan, langkah analisis yang paling memadai adalah:
    a. Langsung menyimpulkan anggota tidak memperhatikan informasi.
    b. Memeriksa isi pesan, waktu pengiriman, saluran, dan umpan balik yang tersedia.
    c. Mengganti komunikator tanpa meninjau pesan.
    d. Menghapus pengumuman agar tidak terjadi salah tafsir.
    e. Menganggap kesalahan sebagai gangguan teknis semata.

**c. Soal Project / Studi Kasus**

1. Pengurus sebuah organisasi mahasiswa di Yogyakarta mengubah jadwal seminar karena narasumber berhalangan. Ketua mengirim pesan di grup percakapan: “Seminar dimundurkan ke Jumat. Mohon diperhatikan.” Sebagian anggota mengira perubahan berlaku untuk Jumat pekan berikutnya, sedangkan anggota lain menganggap acara tetap berlangsung pada tanggal semula. Pesan dikirim saat banyak anggota sedang kuliah dan segera tertumpuk oleh percakapan lain. Tidak ada anggota yang diminta mengonfirmasi penerimaan informasi, sementara panitia menganggap pesan telah dibaca semua orang. Analisis unsur komunikasi dan sumber salah paham dalam kasus tersebut. Rumuskan pengumuman pengganti, saluran pendukung, dan bentuk umpan balik yang dapat memastikan informasi diterima.

2. Seorang mahasiswa mengirimkan draf revisi kepada dosen melalui aplikasi percakapan pada malam hari dengan pesan, “Saya kirim revisi malam ini.” Dosen membaca pesan tersebut keesokan paginya dan baru menyadari mahasiswa berharap mendapat tanggapan sebelum pertemuan siang. Mahasiswa merasa tidak direspons, sedangkan dosen mengira pesan itu hanya pemberitahuan tentang waktu pengiriman. Tidak ada kesepakatan sebelumnya mengenai waktu konsultasi, dan pesan tertulis tidak disertai penjelasan urgensi. Telaah pengaruh konteks, hubungan, medium, dan penafsiran terhadap perbedaan harapan. Susun contoh pesan yang lebih jelas serta strategi komunikasi untuk menetapkan harapan tanggapan secara wajar.

# BAB 2
# TEORI DAN PERSPEKTIF DALAM ILMU KOMUNIKASI

## A. Tujuan Pembelajaran

Setelah menyelesaikan pembahasan pada bab ini, mahasiswa diharapkan mampu:

1. Menerapkan konsep dan fungsi teori komunikasi untuk menjelaskan persoalan komunikasi dalam konteks interpersonal, kelompok, organisasi, dan media.
2. Menggunakan perspektif psikologis untuk menganalisis pengaruh persepsi, sikap, emosi, dan proses kognitif terhadap interaksi komunikasi.
3. Menerapkan perspektif sosiologis dan kultural untuk menginterpretasikan hubungan antara komunikasi, struktur sosial, identitas, norma, dan praktik budaya.
4. Memilih dan menerapkan teori komunikasi media dan khalayak yang sesuai untuk mengkaji terpaan, pemaknaan, serta respons khalayak terhadap pesan.
5. Mengimplementasikan konsep dan perspektif teori komunikasi untuk menganalisis fenomena masyarakat digital, termasuk interaksi di platform dan peredaran informasi.

## B. Pendahuluan

Arus pesan yang bergerak cepat melalui media sosial, aplikasi percakapan, dan platform berbagi video menghadirkan persoalan yang tidak dapat dijelaskan hanya dengan mengamati isi pesan. Informasi yang sama dapat dipercaya oleh sebagian orang, ditolak oleh kelompok lain, atau dimaknai secara berbeda sesuai pengalaman dan lingkungan sosial masing-masing. Pada saat yang sama, desain platform, sistem rekomendasi, serta pola partisipasi pengguna turut

memengaruhi pesan yang beredar dan pihak yang dapat menjangkaunya. Castells (2010) menjelaskan bahwa jaringan komunikasi membentuk struktur penting dalam masyarakat berjaringan, sementara boyd (2014) menunjukkan bahwa lingkungan digital mengubah cara publik berinteraksi dan hadir di ruang sosial. Kondisi tersebut menuntut mahasiswa Ilmu Komunikasi untuk menggunakan kerangka teoretis secara cermat, bukan sekadar mengidentifikasi gejala komunikasi. Teori membantu mengorganisasi pengamatan, merumuskan hubungan antarkonsep, dan memilih penjelasan yang relevan terhadap masalah tertentu. Dengan demikian, penguasaan teori menjadi landasan untuk menilai bagaimana pesan diproduksi, disebarkan, ditafsirkan, dan diperdebatkan dalam beragam konteks.

Teori komunikasi tidak berfungsi sebagai rumus tunggal yang menjelaskan seluruh peristiwa, melainkan sebagai perangkat konseptual yang menyoroti aspek tertentu dari proses komunikasi. Littlejohn, Foss, dan Oetzel (2017) menguraikan teori komunikasi melalui beragam tradisi dan tingkat analisis, sehingga suatu fenomena dapat ditelaah dari sudut pandang yang berbeda. Perspektif psikologis, misalnya, membantu menjelaskan bagaimana perhatian, persepsi, sikap, dan emosi memengaruhi penerimaan pesan. Dalam kasus kampanye kesehatan di media sosial, perspektif ini dapat diterapkan untuk menelaah mengapa informasi yang sama mendorong perubahan perilaku pada sebagian pengguna, tetapi tidak pada pengguna lain. Sebaliknya, perspektif sosiologis dan kultural mengarahkan analisis pada norma kelompok, relasi kuasa, identitas, serta konteks budaya yang membentuk produksi dan pemaknaan pesan. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa pemilihan perspektif perlu disesuaikan dengan pertanyaan analitis. Mahasiswa perlu mampu menerapkan konsep secara tepat, menghubungkan konsep dengan bukti yang diamati, dan mempertimbangkan batas penjelasan setiap teori.

Kajian komunikasi media dan khalayak memperluas pemahaman tentang hubungan antara karakteristik media, isi pesan, dan aktivitas penerima. Pendekatan khalayak aktif, termasuk tradisi uses and gratifications, menempatkan kebutuhan dan pilihan pengguna sebagai bagian dari analisis, sedangkan teori efek media menelaah kondisi ketika paparan media berkaitan dengan perubahan pengetahuan, sikap, atau perilaku (Katz, Blumler, dan Gurevitch, 1974; McQuail, 2010). Dalam lingkungan digital, kedua perhatian tersebut dapat diterapkan secara bersamaan, misalnya untuk menganalisis bagaimana pengguna memilih sumber informasi sekaligus bagaimana kurasi algoritmik membentuk paparan mereka. Karena itu, penerapan teori menuntut kemampuan mengaitkan konsep dengan konteks, mengidentifikasi faktor yang relevan, dan menyusun interpretasi berdasarkan bukti. Bab ini membahas konsep dan fungsi teori komunikasi, perspektif psikologis dalam komunikasi, perspektif sosiologis dan kultural, teori komunikasi media dan khalayak, serta relevansi teori komunikasi pada masyarakat digital.

## C. Konsep dan Fungsi Teori Komunikasi

Setelah Bab 1 menguraikan unsur dan proses komunikasi, pembahasan teori membantu mahasiswa menggunakan unsur-unsur tersebut untuk menjelaskan persoalan yang lebih kompleks. Teori komunikasi merupakan susunan konsep dan proposisi yang menyoroti hubungan tertentu dalam proses komunikasi. Teori bukan salinan lengkap realitas, melainkan perangkat untuk mengorganisasi pengamatan, mengajukan penjelasan, dan mengarahkan penelitian. Karena suatu teori menekankan aspek tertentu, penggunaannya perlu disesuaikan dengan pertanyaan yang hendak dijawab (Didik Hariyanto, 2021; Unknown, 2021).

Teori menjalankan beberapa fungsi yang saling terkait. Fungsi deskriptif membantu mengidentifikasi unsur dan pola komunikasi yang tampak. Fungsi penjelas menghubungkan

unsur tersebut, misalnya dengan menerangkan bagaimana kredibilitas sumber berhubungan dengan penerimaan pesan. Fungsi prediktif memperkirakan kemungkinan respons dalam kondisi tertentu, tetapi prediksi itu tidak menjamin hasil yang sama pada semua situasi. Teori juga berfungsi sebagai pedoman praktis: pemahaman tentang hambatan komunikasi dapat digunakan untuk memilih saluran komunikasi, menyusun pesan, atau merancang umpan balik yang lebih sesuai. Penggunaan teori secara bertanggung jawab mengharuskan pembedaan antara penjelasan yang didukung bukti dan dugaan yang masih perlu diuji (Didik Hariyanto, 2021).

Penerapan teori dapat dimulai dengan merumuskan masalah secara spesifik, menentukan tingkat analisis, memilih konsep yang relevan, lalu menghubungkan konsep itu dengan bukti. Sebagai contoh, ketika sebuah kampanye kesehatan di media sosial memperoleh sedikit tanggapan, peneliti tidak cukup menyimpulkan bahwa pesannya tidak menarik. Ia dapat memeriksa siapa yang menyampaikan pesan, bagaimana khalayak memaknainya, apakah pesan menjangkau kelompok sasaran, serta bagaimana karakteristik platform berperan. Pilihan tersebut menentukan aspek mana yang dapat dijelaskan dan aspek mana yang berada di luar jangkauan teori. Penerapan teori retorika pada analisis pidato juga menunjukkan bahwa konsep dapat digunakan untuk menelaah strategi penyampaian pesan secara terarah, bukan hanya memberi penilaian umum terhadap pidato (Wilhelmina, 2024).

Tabel berikut menyajikan urutan kerja untuk menerapkan teori pada suatu kasus komunikasi. Kasus dalam tabel bersifat ilustratif dan dapat dimodifikasi sesuai kebutuhan penelitian.

**Tabel 2.1 Langkah Penerapan Teori Komunikasi**

| Langkah | Pertanyaan kerja | Bukti yang dicari | Contoh keputusan |
|---|---|---|---|

| | | | |
|---|---|---|---|
| Rumuskan masalah | Gejala apa yang perlu dijelaskan? | Catatan respons | Interaksi kampanye rendah |
| Tentukan konteks | Siapa terlibat dan di mana? | Profil pihak dan platform | Akun puskesmas kota |
| Pilih konsep | Aspek apa yang disoroti? | Konsep relevan | Kredibilitas sumber |
| Kumpulkan bukti | Data apa yang dapat diperiksa? | Pesan dan tanggapan | Komentar dan pertanyaan |
| Tafsirkan temuan | Hubungan apa yang tampak? | Pola bukti | Sumber kurang dikenal |
| Tinjau batas | Apa yang belum terjelaskan? | Faktor alternatif | Waktu unggah dan jangkauan |

Urutan tersebut menjaga agar teori tidak diperlakukan sebagai label yang ditempelkan sesudah pengamatan. Pada contoh kampanye puskesmas, rendahnya interaksi dapat menjadi alasan untuk meneliti kredibilitas sumber, tetapi kesimpulan tetap perlu mempertimbangkan jangkauan dan waktu unggah. Dengan demikian, teori berfungsi sebagai alat kerja untuk menyusun penjelasan yang terarah sekaligus terbuka terhadap bukti baru.

## D. Perspektif Psikologis dalam Komunikasi

Perspektif psikologis memusatkan perhatian pada proses dalam diri individu yang memengaruhi produksi dan penerimaan pesan. Perhatian, persepsi, sikap, emosi, ingatan, dan penilaian dapat membentuk cara seseorang memahami situasi komunikasi serta memilih respons. Perspektif ini tidak menganggap penerima sebagai pihak yang sekadar menyerap pesan; individu menafsirkan pesan melalui pengalaman dan keadaan psikologis yang dimilikinya. Buku pengantar komunikasi dan kajian komunikasi interpersonal menyediakan landasan untuk menempatkan proses individu tersebut dalam hubungan komunikasi sehari-hari (Didik Hariyanto, 2021; Rahmi, 2021).

Penerapan perspektif psikologis memerlukan pemisahan antara pesan yang disampaikan dan makna yang diterima. Sebuah pengumuman singkat dari dosen, misalnya, dapat

dipahami seorang mahasiswa sebagai petunjuk praktis, tetapi dipahami mahasiswa lain sebagai teguran. Untuk mengkaji perbedaan itu, peneliti dapat mengidentifikasi pengalaman sebelumnya, perhatian yang diberikan pada pesan, emosi yang muncul, serta keyakinan yang memengaruhi penafsiran. Pertanyaan-pertanyaan tersebut membantu menjelaskan respons tanpa segera menyimpulkan bahwa salah satu pihak sengaja bersikap negatif. Kajian tentang pengelolaan konflik dan emosi mahasiswa di komunitas residensial memperlihatkan bahwa masalah komunikasi interpersonal dapat berkaitan dengan emosi dan kebiasaan dalam lingkungan bersama (Laila, 2026).

Konsep disonansi kognitif dapat diterapkan ketika seseorang mengalami ketidakselarasan antara keyakinan, sikap, dan tindakannya. Dalam menganalisis komunikasi, konsep ini mengarahkan perhatian pada cara individu merespons informasi yang bertentangan dengan keyakinannya; respons tersebut dapat berupa mempertimbangkan kembali keyakinan atau menolak pesan. Penelitian tentang phubbing pada relasi santri dan orang tua menggunakan perspektif disonansi kognitif untuk membaca ketegangan dalam komunikasi interpersonal ketika perhatian beralih ke telepon genggam. Kasus itu menunjukkan bahwa perangkat digital dapat menjadi bagian dari situasi psikologis dan relasional, bukan sekadar benda yang hadir di sekitar percakapan (Melviana, 2026).

Contoh penerapan dapat dilakukan pada keluarga di Yogyakarta yang sedang membicarakan kebiasaan seorang anak menggunakan telepon saat makan malam. Peneliti terlebih dahulu mencatat perilaku yang teramati, seperti frekuensi melihat layar dan tanggapan terhadap pertanyaan anggota keluarga. Berikutnya, peneliti menelaah bagaimana setiap anggota keluarga menafsirkan perilaku tersebut dan emosi apa yang mereka ungkapkan. Pengamatan perlu

membedakan bukti yang terlihat dari dugaan tentang motif, sebab motif tidak dapat dipastikan hanya dari satu tindakan. Perhatian terhadap keterampilan menyimak juga membantu peneliti memeriksa apakah para pihak memahami pesan satu sama lain atau hanya menunggu giliran berbicara (Asty, 2021).

Perspektif psikologis memberi perangkat untuk memilih penjelasan yang sesuai dengan masalah komunikasi, tetapi tidak menjelaskan seluruh konteks sosialnya. Jika respons individu juga dipengaruhi norma keluarga, posisi sosial, atau kebiasaan kelompok, analisis perlu dilengkapi dengan perspektif sosiologis dan kultural. Pembahasan lebih mendalam tentang persepsi, konsep diri, emosi, dan bias kognitif ditempatkan pada Bab 3; di sini konsep psikologis digunakan untuk menerapkan teori pada situasi komunikasi secara terarah.

## E. Perspektif Sosiologis dan Kultural

Perspektif sosiologis dan kultural mengarahkan perhatian pada hubungan antara komunikasi dan kehidupan bersama. Pesan diproduksi serta ditafsirkan dalam struktur sosial yang mencakup peran, kedudukan, norma, jaringan komunikasi, dan akses terhadap sumber daya. Perspektif kultural menambahkan perhatian pada nilai, simbol, kebiasaan, dan identitas yang membentuk makna. Dengan sudut pandang ini, analisis tidak hanya menanyakan apa yang dimaksud seseorang, tetapi juga bagaimana lingkungan sosial memungkinkan makna tertentu menjadi wajar, dominan, atau diperdebatkan (Sujoko, 2023).

Perspektif tersebut dapat diterapkan dengan memetakan siapa yang berbicara, kepada siapa, melalui saluran komunikasi apa, serta aturan tidak tertulis yang mengatur interaksi. Dalam sebuah grup warga di Makassar, misalnya, pengumuman tentang kerja bakti dapat memperoleh respons berbeda dari ketua RT, pemuda, dan warga lanjut usia.

Perbedaan itu dapat berkaitan dengan pembagian peran, akses terhadap telepon pintar, pilihan bahasa, atau kebiasaan dalam menyampaikan pendapat. Peneliti dapat membandingkan isi pesan dengan pola partisipasi dan norma kelompok, lalu menghindari anggapan bahwa jumlah pesan yang dikirim otomatis menunjukkan besarnya pengaruh sosial.

Identitas merupakan bagian penting dalam analisis kultural karena cara seseorang memperkenalkan diri dan dikenali orang lain memengaruhi hubungan komunikasi. Identitas dapat dinyatakan melalui pilihan bahasa, simbol, gaya visual, dan keterlibatan dalam komunitas. Penelitian tentang komunikasi visual dalam personal branding Generasi Z, misalnya, menunjukkan relevansi unsur visual dalam pembentukan citra diri di media sosial. Konsep ini dapat diterapkan untuk mengamati bagaimana pengguna memilih tampilan dan pesan yang dianggap mewakili dirinya, sembari memperhatikan bahwa interpretasi khalayak tidak selalu sama dengan maksud pembuat konten (Aulia, 2026).

Analisis jaringan komunikasi membantu memeriksa hubungan antaranggota komunitas dan jalur yang dilalui informasi. Studi netnografi mengenai komunitas Dogecoin di Twitter menggunakan perhatian pada pola komunikasi jaringan untuk memahami interaksi komunitas dan dukungan terhadap objek yang mereka bicarakan. Sementara itu, kajian pemberdayaan sosial melalui komunikasi digital di komunitas pemuda Desa Tungka, Enrekang, memperlihatkan bagaimana media sosial dapat digunakan dalam praktik komunitas lokal. Kedua contoh tersebut mengingatkan bahwa platform menyediakan ruang interaksi, tetapi praktik komunikasi tetap terbentuk oleh tujuan, hubungan, dan konteks kelompok (Tjahyana, 2021; Fatimah, 2025).

Dalam menerapkan perspektif sosiologis dan kultural pada kelompok pemuda di sebuah desa di Nusa Tenggara Timur, mahasiswa dapat mengamati cara anggota mengedarkan

informasi kegiatan, siapa yang dipercaya menyampaikan pengumuman, serta bahasa atau simbol yang dianggap sesuai. Mereka kemudian dapat menghubungkan pola tersebut dengan peran sosial dan kebiasaan komunitas. Strategi komunikasi dalam pengembangan organisasi juga menegaskan pentingnya membaca komunikasi dalam kaitannya dengan tujuan dan susunan organisasi, bukan sebagai rangkaian pesan yang terpisah dari relasi antaranggota (Hasmawati, 2021). Dengan demikian, perspektif ini melengkapi analisis individu melalui perhatian pada struktur dan makna bersama, tanpa menganggap satu budaya memiliki pemaknaan yang seragam.

## F. Teori Komunikasi Media dan Khalayak

Kajian komunikasi media dan khalayak menelaah hubungan antara karakteristik media, bentuk pesan, pola paparan, dan respons penerima. Dalam penerapannya, media tidak diperlakukan hanya sebagai saluran komunikasi yang netral: bentuk distribusi dan konteks penggunaan dapat memengaruhi siapa yang menerima pesan serta bagaimana pesan itu diakses. Khalayak pun tidak selalu menjadi penerima pasif. Mereka dapat memilih sumber, memberi tanggapan, membagikan kembali pesan, atau menghubungkannya dengan pengalaman dan kepentingannya. Kajian pengantar komunikasi menyediakan landasan untuk membedakan unsur-unsur tersebut ketika menelaah peristiwa komunikasi bermedia (Didik Hariyanto, 2021).

Salah satu cara menerapkan teori media adalah memeriksa terpaan: jenis pesan yang dijumpai, seberapa sering khalayak menjumpainya, dan melalui media apa pesan itu diterima. Analisis respons kemudian dapat mencakup perubahan pengetahuan, sikap, partisipasi, atau tindakan, tanpa menganggap bahwa paparan dengan sendirinya menyebabkan perubahan. Penelitian tentang penggunaan media massa konvensional dan partisipasi politik mahasiswa pada Pemilu 2019, misalnya, menjadikan hubungan media dan partisipasi

sebagai objek telaah. Kasus tersebut dapat digunakan mahasiswa untuk merumuskan pertanyaan penelitian, misalnya apakah pola penggunaan televisi, radio, atau surat kabar berkaitan dengan cara mahasiswa mengikuti informasi politik (Intyaswati, 2021).

Pendekatan yang berpusat pada khalayak mengarahkan analisis pada alasan orang memilih media dan manfaat yang mereka cari. Dalam konteks kampanye politik melalui media sosial, pengguna dapat menjumpai pesan karena mengikuti akun tertentu, melihat unggahan yang dibagikan jaringan pertemanannya, atau mencari informasi secara sengaja. Penelitian tentang penggunaan media sosial sebagai strategi komunikasi politik untuk memperoleh dukungan massa memperlihatkan pentingnya interaksi dan partisipasi dalam penyampaian pesan kampanye. Penerapannya menuntut pemeriksaan terhadap tindakan khalayak, bukan hanya jumlah unggahan atau jangkauan akun (Nur Aisyah, 2024).

Perspektif media dan khalayak juga relevan ketika pesan berhubungan dengan kebijakan publik. Media massa dapat menjadi penghubung informasi antara pemerintah dan masyarakat serta ikut membentuk percakapan publik mengenai kebijakan. Untuk menerapkan gagasan tersebut pada pemberitaan kebijakan transportasi di Jakarta, mahasiswa dapat membandingkan sumber pesan, fokus pemberitaan, tanggapan warga, dan bentuk partisipasi yang muncul. Perbandingan itu tidak dengan sendirinya membuktikan bahwa pemberitaan menyebabkan perubahan kebijakan; diperlukan bukti yang menghubungkan paparan, interpretasi, dan proses pengambilan keputusan. Kajian tentang peran media massa dalam kebijakan publik menyediakan konteks bagi penelaahan hubungan antara media, masyarakat, dan proses kebijakan (Muklis, 2024).

Pembedaan berikutnya ialah antara karakteristik media dan aktivitas khalayak. Dalam menganalisis siaran televisi,

misalnya, peneliti dapat memeriksa pola penyajian dan keterjangkauan pesan; dalam menganalisis unggahan media sosial, ia juga dapat mencatat komentar, pembagian ulang, dan respons pengguna. Kajian tentang dampak komunikasi massa terhadap pembentukan karakter mengarahkan perhatian pada kaitan paparan media dan proses pembentukan sikap, tetapi penerapannya tetap memerlukan bukti yang sesuai dengan konteks khalayak yang diteliti (Lumbantobing, 2026). Dengan demikian, pemilihan teori perlu mengikuti masalah: apakah fokusnya terpaan, pemaknaan, pilihan media, partisipasi, atau respons. Pembahasan transformasi media dan perilaku khalayak di platform akan dikembangkan lebih lanjut pada Bab 7.

## G. Relevansi Teori Komunikasi pada Masyarakat Digital

Teori komunikasi tetap relevan dalam masyarakat digital karena perubahan teknologi tidak menghapus pertanyaan mendasar tentang siapa yang berkomunikasi, pesan apa yang beredar, bagaimana pesan dimaknai, dan bagaimana hubungan sosial terbentuk. Namun, konteks digital menambah unsur yang perlu diperiksa, termasuk desain platform, sirkulasi ulang konten, visibilitas unggahan, dan peran algoritma dalam pengurutan informasi. Mahasiswa dapat menerapkan teori dengan menghubungkan unsur tersebut pada bukti penggunaan platform, bukan menjelaskan seluruh perilaku pengguna hanya dengan keberadaan teknologi (Fahyuni, 2017).

Contohnya, ketika sebuah video edukasi kesehatan dari puskesmas di Surabaya mendapat banyak komentar tetapi sedikit pembagian ulang, analisis perlu membedakan keterlibatan yang terlihat dari dampak yang belum diketahui. Perspektif psikologis dapat digunakan untuk menelaah perhatian dan pemaknaan pengguna; perspektif sosiologis dapat menyoroti kepercayaan pada sumber dan norma berbagi

informasi; perspektif media dapat memeriksa format video dan cara konten menjangkau khalayak. Jika pengelola puskesmas mengubah durasi video atau gaya visual, teori membantu merumuskan alasan perubahan dan menentukan bukti yang perlu diamati. Strategi komunikasi visual dalam pembentukan personal branding menunjukkan bahwa elemen tampilan dapat menjadi bagian dari cara pesan dan identitas disajikan di media sosial (Aulia, 2026).

Penerapan teori juga menuntut perhatian pada komunitas dan relasi yang terbentuk melalui jaringan digital. Penelitian tentang komunikasi digital dan pemberdayaan sosial pada komunitas pemuda di Tungka, Enrekang, dapat menjadi pijakan untuk menelaah bagaimana media sosial mendukung pertukaran informasi dan kegiatan komunitas. Mahasiswa dapat memetakan siapa yang memulai percakapan, bagaimana informasi diteruskan, dan apakah anggota yang berbeda memiliki kesempatan yang sebanding untuk berpartisipasi. Pola seperti ini memperlihatkan bahwa platform menyediakan sarana, sementara makna dan hasil komunikasi berkaitan pula dengan tujuan serta hubungan sosial para penggunanya (Fatimah, 2025).

Teori juga membantu menghindari kesimpulan yang terlalu cepat tentang pengaruh platform. Dalam menganalisis unggahan promosi di TikTok Shop yang dilihat mahasiswa di Bandung, misalnya, peneliti dapat membedakan paparan konten, tanggapan terhadap pesan, dan keputusan pembelian. Kajian tentang pengaruh media sosial TikTok Shop terhadap tingkat konsumtif mahasiswa menunjukkan relevansi hubungan antara penggunaan platform dan perilaku konsumsi sebagai persoalan penelitian. Penerapannya tetap perlu mempertimbangkan faktor lain yang mungkin berkaitan dengan keputusan pembelian, sehingga hubungan yang ditemukan tidak langsung disamakan dengan sebab-akibat tunggal (Zaidan, 2025).

# DAFTAR PUSTAKA


Aestetika, N. M. (2018). *Buku Ajar Komunikasi Interpersonal*. Umsida Press. https://doi.org/10.21070/2018/978-602-5914-13-3

Afifi, S., & Nuryana Kurniawan, I. (2021). Ragam Komunikasi Verbal dalam Al-Qur'an. *Jurnal Komunikasi*, *15*(2), 153-170. https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol15.iss2.art6

Alanudin, R., Trenggono, N., Besar, I., Ashaf, A. F., & Putra, P. (2025). Dinamika komunikasi publik: Cancel culture dan figur agama di media sosial. *ORASI: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, *16*(2), 177. https://doi.org/10.24235/orasi.v16i2.22342

Amalia, A., Akbar, M. S. M., Ahzara, F. Y., Fahmi, D. H., Alparizi, M. R., & Rosfiani, O. (2025). Persepsi mahasiswa gen z terhadap penggunaan platform metaverse atas pola komunikasi virtual. *Konvergensi : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, *6*(2). https://doi.org/10.51353/9m8nqr71

Anggraini, C. (2025). Csr berbasis komunitas dan komunikasi antar budaya: Dalam membangun stakeholder engagement. *Tuturlogi*, *6*(2), 101-115. https://doi.org/10.21776/ub.tuturlogi.2025.006.02.3

Anonim (2025). Kredibilitas sebagai Kontruksi Sosial Komunikasi dalam Mempengaruhi Komunikator pada Organisasi. *Jurnal Intervensi Sosial dan Pembangunan (JISP)*. https://doi.org/10.30596/jisp.v6i1.21426

Anonim (2024). Strategi Komunikasi Pemerintah dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat pada Program Pembangunan di Kelurahan Karawang Kulon. *Jurnal Intervensi Sosial dan Pembangunan (JISP)*. https://doi.org/10.30596/jisp.v5i2.19425

Apriel Simanullang, A., & Prayetno (2025). Peran Media Sosial Tiktok dalam Transformasi Politik Gen Z Pada Pemilihan Presiden Tahun 2024 di Kelurahan Tegal Rejo. *Jurnal Administrasi Politik dan Sosial*, *6*(3), 432-450. https://doi.org/10.46730/japs.v6i3.327

Apriyani, H., Poyo, M. D., & Hernawan, W. (2026). <b>Strategi Komunikasi Sekolah dalam Mengedukasi Siswa tentang Konten Video Manipulatif Berbasis Kecerdasan Buatan</b>. *JUSTICE: Journal of Social and Political Science*, *5*(2), 335-347. https://doi.org/10.51792/8cn6ec70

Ardana, H. T. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana Dompet Digital Oleh Generasi Y Dan Generasi Z. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS*, *2*(1), 76-93. https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i1.765

Arrofiq, K. Z., & Mulyana, D. (2025). Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Pengambilan Keputusan di PT MEGI. *Bandung Conference Series: Communication Management*, *5*(2). https://doi.org/10.29313/bcscm.v5i2.18869

Asikin, P. H., & Yulianita, N. (2025). Analisis Komunikasi Interpersonal Atlet Bulutangkis Tentang Prestasi Atlet (R). *Bandung Conference Series: Communication Management*, *5*(1). https://doi.org/10.29313/bcscm.v5i1.17486

Asty, H. (2021). Basic mind mapping on mastering listening skills for communication on ASEAN economic community (aec) and 4.0 era (pemetaan konsep dasar penguasaan keahlian menyimak untuk komunikasi pada masyarakat ekonomi ASEAN dan era 4.0). *Gramatika STKIP PGRI Sumatera Barat*, *7*(2). https://doi.org/10.22202/jg.2021.v7i2.5225

Aulia, D. (2026). Peran Strategi Komunikasi Visual dalam Membangun Personal Branding Generasi Z di Media Sosial. *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *7*(1), 24-35. https://doi.org/10.35671/aguna.v7i1.3285

Aulia, P. (2026). Komunikasi Intrapersonal sebagai Bentuk Resiliensi Diri Atlet Pencak Silat dalam Mengelola Kecemasan Pra-Pertandingan. *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *7*(1), 14-23. https://doi.org/10.35671/aguna.v7i1.3287

Basarah, D. S., & Satriani, A. (2025). Strategi Komunikasi PT Republika Media Mandiri Pasca-Penghentian Produksi Koran (Studi Kasus Program Transformasi Digital Untuk Pembaca

Gen Z). *Bandung Conference Series: Journalism*, *5*(2). https://doi.org/10.29313/bcsj.v5i2.20279

Choirunnisa, R. M. (2025). Viral marketing di media sosial sebagai strategi komunikasi pemasaran. *Jurnal Humanitaria Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, *4*(01). https://doi.org/10.14421/hum.v4i1.3563

Didik Hariyanto, D. H. (2021). *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*. Umsida Press. https://doi.org/10.21070/2021/978-623-6081-32-7

Fahyuni, E. F. (2017). *Teknologi, Informasi, Dan Komunikasi (Prinsip Dan Aplikasi Dalam Studi Pemikiran Islam)*. Umsida Press. https://doi.org/10.21070/2017/978-979-3401-60-7

Fatimah, Suparman, Arsyad, & Mandjarreki, S. (2025). Komunikasi Digital dan Pemberdayaan Sosial. *Jurnal Dakwah Tabligh*, *26*(1). https://doi.org/10.24252/jdt.v26i1.60567

Gholib, S. K., & Firmansyah (2025). Pemaknaan Guru Mengenai Pentingnya Komunikasi Interpersonal Kepada Siswa untuk Mengantisipasi Gangguan Mental. *Bandung Conference Series: Communication Management*, *5*(2). https://doi.org/10.29313/bcscm.v5i2.20414

Handayani, T. (2026). *Ensiklopedia Kepemimpinan Tajdid: Integrasi Teori dan Praktik dalam Organisasi Pendidikan*. PT. Fros Yunior. https://doi.org/10.54204/fros26022026tri

Hasmawati, F., & Jannati, Z. (2021). Analisis strategi komunikasi dalam pengembangan organisasi. *Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan (JKPI)*, *5*(1), 53-63. https://doi.org/10.19109/jkpi.v5i1.9023

Intan, M. S., Syam, N. K., & Muttaqien, M. F. (2025). Komunikasi Persuasif Pesan Dakwah Ibadah Shalat Agam Fachrul Melalui Tiktok @Heyouw0. *Bandung Conference Series: Islamic Broadcast Communication*, *5*(2). https://doi.org/10.29313/bcsibc.v5i2.19841

Intyaswati, D. (2021). Peran Media Massa Terhadap Partisipasi Politik Mahasiswa Pada Pemilihan Umum 2019. *Jurnal*

*Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan*, *25*(2). https://doi.org/10.46426/jp2kp.v25i2.142

Irawan, D. (2025). STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH (Studi Analisis Dakwah Tradisonal dengan Inovasi Digital). *Syi'ar: Jurnal Ilmu Komunikasi, Penyuluhan dan Bimbingan Masyarakat Islam*, *8*(1), 1-16. https://doi.org/10.37567/syiar.v8i1.3784

Israhayati, A., & Auza, R. (2022). Komunikasi Kelompok Komunitas Fotografi Pekanbaru (KFP) dalam Mempertahankan Kohesivitas Kelompok. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *11*(2), 50-57. https://doi.org/10.35967/jkms.v11i2.7521

Jahra Putri Nur Alawiyah, & Maryani, A. (2025). Komunikasi Interpersonal Sebagai Upaya Mempertahankan Romantic Relationship (Studi Kasus Komunikasi Interpersonal pada Pasangan Suami Istri Dual Career Dalam Mempertahankan Hubungan Romantis). *Bandung Conference Series: Communication Management*, *5*(2). https://doi.org/10.29313/bcscm.v5i2.19981

Kamaruddin, A. (2015). *Komunikasi dan seni pemujukan*. UUM Press. https://doi.org/10.32890/9789670876122

KIKY, R. A., Sanjaya, M. S., Tantan Hermansah, T. H., Dessy, D. K., & Fuad, A. (2025). KOMUNIKASI FEMINIS MELALUI RUANG PUBLIK NONTRADISIONAL KOMUNITAS VIRTUAL "TAKLIM SANTAI" Feminist Communication in Nontraditional Public Spaces: A Case Study of the "Taklim Santai" Virtual Community. *ORASI: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, *16*(1), 103. https://doi.org/10.24235/orasi.v16i1.20049

Laila, Maulanya, D. R., Hanif, A. S., Indrawan, M. I. B., Chaliza, R., & Rosfiani, O. (2026). Strategi komunikasi interpersonal mahasiswa dalam mengelola konflik dan emosi di komunitas residensial: Perspektif psikologi komunikasi. *Konvergensi : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, *7*(1). https://doi.org/10.51353/gm6b4t48

Lumbantobing, A. (2026). Dampak Komunikasi Massa Terhadap Karakter Kristiani. *Areopagus : Jurnal Pendidikan Dan Teologi Kristen*, *24*(1). https://doi.org/10.46965/ja.v24i1.2913

Melati, C. A. (2026). Analisis komunikasi persuasif petugas lapangan keluarga berencana dalam pencegahan pernikahan anak. *Aguna: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *7*(2), 70-83. https://doi.org/10.35671/aguna.v7i2.3446

Melviana, A. (2026). Phubbing sebagai krisis kehadiran sosial dalam komunikasi interpersonal santri dan orang tua perspektif disonansi kognitif. *Aguna: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *7*(2), 37-48. https://doi.org/10.35671/aguna.v7i2.3447

Muhammad Nur Alief Fathansyah, & Firmansyah (2025). Pengaruh Keterampilan Komunikasi Interpersonal TerhadapKepuasan Pelanggan di Bisnis Coffee Shop. *Bandung Conference Series: Communication Management*, *5*(2). https://doi.org/10.29313/bcscm.v5i2.19701

Muhammad Iqbal Lutfi Fajar, & Drajat, M. S. (2025). Pelayanan Melalui Aktivitas Komunikasi Interpersonal (Studi Kasus Komunikasi Interpersonal Yang Dilakukan 1994 Coffee and Creative Space Dago Kepada Customer Melalui Program Open Bar). *Bandung Conference Series: Communication Management*, *5*(2). https://doi.org/10.29313/bcscm.v5i2.20285

Mukhlisoh, E. (2024). Strategi Komunikasi Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Kinerja Guru. *Al-Faizi : Jurnal Politik, Hukum dan Bisnis*, *2*(2), 179-190. https://doi.org/10.66886/alfaizi-jphb.v2i2.130

Muklis, M. (2024). Peran media massa dalam kebijakan publik. *JURNAL ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK*, *4*(1). https://doi.org/10.30742/juispol.v4i1.4137

Nur Aisyah, A., Sakir, S., & Sutan, A. J. (2024). Media social sebagai alat strategi komunikasi politik untuk mendapatkan dukungan massa: Studi Kasus Akun Tiwtter anise baswedan. *Medium*, *12*(1), 32-48. https://doi.org/10.25299/medium.v12i1.15894

Nurhayati, N. (2024). Pengaruh Komunikasi Interpersonal, Budaya Organisasi dan Komitmen Organisasi Guru di Sekolah Dasar Islam terpadu Kepulauan riau. *Jurnal Literasiologi*, *11*(1). https://doi.org/10.47783/literasiologi.v11i1.657

Nurislamiah, M. (2021). Komunikasi Interpersonal Pasangan Suami Istri Dalam Upaya Menjaga Keharmonisan Rumah Tangga. *Communicative : Jurnal Komunikasi dan Dakwah*, *2*(1), 15. https://doi.org/10.47453/communicative.v2i1.409

Oktaviana, B., Susanti, D., & Lubis, D. S. (2023). *Modul Edukasi Strategi Komunikasi: Membangun Keluarga dan Komunitas Responsif Gender dan Peduli Kesehatan Reproduksi*. Baswara Press. https://doi.org/10.53638/bp.17032023.3

Prasetyo, A. H., & Yulianti (2025). Aktivitas Komunikasi Kelompok Komunitas Begundal. *Bandung Conference Series: Communication Management*, *5*(2). https://doi.org/10.29313/bcscm.v5i2.21128

Putri, I. J. (2025). Transformasi Strategi Public Relations: Studi Literatur atas Perkembangan Strategi PR dalam Era Digital. *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *6*(2), 70-85. https://doi.org/10.35671/aguna.v6i2.3141

Qolbi, L., Ramadhani, G. S., & Musyafaah, L. (2026). Etika Komunikasi Tertulis dalam Tradisi Arab dan Implementasinya pada Pesan Digital Mahasiswa STIBADA MASA.. *Journal of Arabic Teaching, Linguistic and Literature*, *5*(2). https://doi.org/10.65799/mumtaza.v5i2.134

Rahmi, S. (2021). *Komunikasi Interpersonal dan Hubungannya Dalam Konseling*. Syiah Kuala University Press. https://doi.org/10.52574/syiahkualauniversitypress.206

Ramadanita, P. P., & Sofyan, A. (2025). Hubungan Antara Komunikasi Interpersonal Guru dan Siswa dengan Sikap Sosial Siswa. *Bandung Conference Series: Public Relations*, *5*(2). https://doi.org/10.29313/bcspr.v5i2.20166

Rudito, Y. Y., & Prihantoro, E. (2025). Analisis strategi komunikasi kementerian komunikasi dan informatika republik indonesia dalam mewujudkan analog switch off (aso) di indonesia.

*Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi*, *9*(1), 84-99. https://doi.org/10.35760/mkm.2025.v9i1.15034

Setyawan, I. (2025). Kisah Sukses The New York Times dan Masa Depan Industri Surat Kabar. *Tuturlogi*, *6*(1), 49-68. https://doi.org/10.21776/ub.tuturlogi.2025.006.01.5

Sophan, I., Nur Fatia Dewi, B., Indrawan, A., & Shamsudin, N. b. (2026). Green Accounting dalam Ekosistem Media Digital: Strategi Komunikasi Transparansi dan Penguatan Reputasi Berbasis Sustainable Development Goals (SDGs). *Communicatus: Jurnal Ilmu komunikasi*, *10*(1). https://doi.org/10.15575/cjik.v10i1.55105

Sujoko, A., Prianti, D. D., Wahyudi, D., & Surahman, M. A. (2023). *Komunikasi Perspektif Indonesia dan Asia*. Universitas Brawijaya Press. https://doi.org/10.11594/ubpress9786232967557

Sundias, N. (2026). Hak asasi manusia & tantangan kecerdasan artifisial (artificial intelligence) dalam keamanan siber global. *The Juris*, *10*(1). https://doi.org/10.56301/juris.v10i1.2101

Supit, G. R. A. (2025). Peran Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Awareness UMKM. *Jurnalika : Jurnal Ilmu Komunikasi*, *9*(1), 27-41. https://doi.org/10.37949/jurnalika91200

Suryo Pranoto, D., & Eko Armada Riyanto, F. X. (2025). Etika komunikasi new media sebagai upaya tanggung jawab terhadap liyan dalam perspektif emmanuel levinas. *Jurnal Reinha*, *16*(1), 50-62. https://doi.org/10.56358/ejr.v16i1.391

Susanto, H. F., & Wiyanti., D. (2025). Tanggung Jawab Penyelenggara Fintech terhadap Konsumen dalam Kasus Pembobolan Aplikasi DANA menurut UU ITE 2024 dan UUPK 1999. *Bandung Conference Series: Law Studies*, *5*(2). https://doi.org/10.29313/bcsls.v5i2.18623

Tjahyana, L. J. (2021). Studi Netnografi Pola Komunikasi Jaringan Komunitas Cryptocurrency Dogecoin Pada Twitter. *Jurnal Komunikatif*, *10*(1), 16-37. https://doi.org/10.33508/jk.v10i1.3188

Unknown (2021). *Filsafat ilmu konsep dan aplikasinya*. polinemapress. https://doi.org/10.52931/t1b2/2021

Unknown (2012). *Intrapersonal Communication*. Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203357804

Unknown (2021). *Strategi Organisasi Bisnis Di Era Transformasi Digital*. polinemapress. https://doi.org/10.52931/t3b9/2021

Unknown (2024). *Transgresi Visual : Desain Komunikasi Visual dan Persepsi Abnormalitas*. Asosiasi Profesional Desain Komunikasi Visual (AIDIA) Chapter Malang Raya. https://doi.org/10.21428/60c6d487.e1e56a91

Venesia, V. (2026). Meningkatkan Disiplin dan Tanggung Jawab Peserta Didik Generasi Z melalui Seminar Edukatif. *Abdimas Awang Long*, *9*(1). https://doi.org/10.56301/awal.v9i1.1976

Wahyuni, S., & Noor Aini, S. (2026). Transformasi ekonomi pariwisaata melalui kecerdasan artifisial dan platform digital: Studi mobilitas sosial masyarakat di kabupaten bondowoso. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, *13*(2), 193-203. https://doi.org/10.32477/geqepf57

Wazis, K. (2022). *Komunikasi massa*. UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. https://doi.org/10.35719/ukp.1

Widyaningrum, A. Y. (2021). Kajian Tentang Komunitas Virtual: Kesempatan dan Tantangan Kajian di Bidang Ilmu Komunikasi. *Jurnal Komunikatif*, *10*(2), 141-152. https://doi.org/10.33508/jk.v10i2.3457

Wilhelmina, D. e. (2024). Jurnal Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif. *JIKE : Jurnal Ilmu Komunikasi Efek*, *7*(1). https://doi.org/10.32534/jike.v7i1.3040

Winarko, H., & Avianto, L. (2024). Penguatan transformasi digital media massa dalam rangka metahanan nasional. *Jurnal Lemhannas RI*, *12*(1). https://doi.org/10.55960/jlri.v12i2.559

Yuniasti, K. R. (2021). Pemanfaatan Akun Twitter @ARMYTEAMIID Sebagai Media Komunikasi Di Kalangan Fans BTS (ARMY). *Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi*

*Pembangunan*, *25*(2). https://doi.org/10.46426/jp2kp.v25i2.168

Zaidan, S. z. (2025). Pengaruh Media Sosial TikTok Shop terhadap Tingkat Konsumtif Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *6*(2), 38-49. https://doi.org/10.35671/aguna.v6i2.3148

# LAMPIRAN: KUNCI JAWABAN

## Kunci Jawaban BAB 1

**a. Essay**

1. Ungkapan yang sama dapat berfungsi sebagai penundaan netral, penolakan halus, atau ajakan menunggu bergantung pada hubungan, situasi, dan medium. Jawaban perlu membandingkan konteks kedua interaksi dan menyarankan penjelasan spesifik, misalnya menyebut waktu pembahasan, dengan tetap menggunakan sapaan dan nada yang santun.
2. Tatap muka menyediakan intonasi dan ekspresi serta memungkinkan klarifikasi segera; aplikasi percakapan dapat menunda tanggapan dan menghilangkan petunjuk nonverbal. Jawaban perlu mengevaluasi dampaknya pada pemaknaan dan mengusulkan pesan eksplisit, pemilihan saluran yang sesuai, serta konfirmasi penerimaan.
3. Tidak dicantumkannya tanggal membuat pesan berpotensi ditafsirkan berbeda, sedangkan ketiadaan konfirmasi membuat pengurus tidak mengetahui apakah anggota menerima informasi. Perbaikan mencakup tanggal dan waktu yang lengkap, saluran yang mudah dijangkau, serta permintaan konfirmasi dengan batas waktu yang jelas.
4. Suara terputus merupakan gangguan teknis, sedangkan istilah yang tidak dipahami merupakan hambatan pemahaman. Keduanya menghambat penerimaan pesan melalui cara berbeda. Pembicara dapat memeriksa koneksi dan menjelaskan istilah; peserta dapat meminta pengulangan atau klarifikasi sebelum diskusi diteruskan.
5. Fungsi komunikasi adalah perannya, misalnya menyampaikan informasi atau membentuk hubungan; tujuan adalah hasil yang hendak dicapai, seperti mendorong warga melakukan tindakan tertentu. Jawaban perlu menghubungkan tujuan dengan perumusan ajakan, pemilihan saluran yang menjangkau warga, dan umpan balik untuk memeriksa tindak lanjut.

**b. Pilihan Ganda**

1. B
2. C
3. C
4. B
5. C
6. C
7. A
8. B
9. B
10. B

**c. Studi Kasus / Proyek**

1. Unsur bermasalah meliputi pesan yang tidak mencantumkan tanggal lengkap, saluran yang membuat informasi tertumpuk, waktu pengiriman, dan ketiadaan umpan balik. Pengumuman pengganti perlu menyebut hari, tanggal, waktu, serta perubahan secara eksplisit. Kirim melalui grup dan kanal resmi pendamping; minta anggota membalas konfirmasi sebelum batas waktu. Pengurus perlu menindaklanjuti anggota yang belum mengonfirmasi.
2. Perbedaan harapan muncul karena pesan hanya menyampaikan waktu pengiriman, bukan permintaan tanggapan atau tingkat urgensi. Medium tertulis dan belum adanya kesepakatan waktu konsultasi memperbesar peluang salah tafsir. Pesan yang lebih jelas dapat menyatakan draf terlampir, meminta masukan sebelum waktu tertentu, serta menyebut bahwa tanggapan pada waktu lain dapat diterima. Tetapkan ekspektasi melalui kesepakatan jadwal dan konfirmasi yang santun.

## Kunci Jawaban BAB 2

**a. Essay**

1. Masalah dirumuskan sebagai rendahnya tanggapan, bukan langsung sebagai ketidaktertarikan. Petakan khalayak, sumber, platform, dan jangkauan; pilih konsep seperti kredibilitas; periksa pesan serta tanggapan; lalu pertimbangkan waktu unggah, akses, dan faktor alternatif sebelum menyimpulkan.
2. Perspektif psikologis menelaah perhatian, pengalaman, emosi, dan keyakinan individu; perspektif sosiologis-kultural menelaah peran, norma, dan makna bersama. Wawancara atau pengamatan dapat melengkapi pemetaan konteks sosial. Penggabungan dilakukan dengan membedakan bukti dan tingkat analisis.
3. Catat frekuensi penggunaan telepon dan tanggapan anggota keluarga sebagai perilaku teramati. Disonansi dapat menjadi konsep untuk menguji ketegangan antara keyakinan, sikap, dan tindakan. Wawancarai para pihak tentang penafsiran dan emosi; jangan menetapkan motif atau menyimpulkan disonansi dari satu tindakan.
4. Fungsi deskriptif memetakan interaksi, penjelas menghubungkan faktor seperti kredibilitas dan respons, prediktif memperkirakan kemungkinan tanggapan, dan pedoman praktis membantu memilih saluran atau menyusun pesan. Prediksi bersyarat; jangkauan, waktu unggah, dan konteks dapat menghasilkan variasi.
5. Rumuskan pertanyaan tentang perbedaan respons antarwarga. Gunakan perspektif sosiologis-kultural untuk memetakan peran, norma, kebiasaan, saluran, dan akses; kumpulkan pesan serta tanggapan dari kelompok terkait. Simpulkan pola yang didukung bukti, bukan motif individu atau generalisasi untuk seluruh warga.

**b. Pilihan Ganda**

1. B.
2. C.
3. C.
4. C.

5. B.
6. A.
7. C.
8. C.
9. C.
10. B.

**c. Studi Kasus / Proyek**

1. Rumuskan masalah sebagai rendahnya komentar meskipun tayangan tinggi. Periksa kredibilitas petugas, pemahaman pesan, jangkauan pada kelompok sasaran, waktu unggah, dan karakteristik platform. Tambahkan wawancara terstruktur serta analisis komentar dan pola tayangan. Rekomendasikan pengujian beberapa format dan sumber pesan, disertai ajakan respons yang jelas. Evaluasi hasil dengan beberapa indikator, bukan jumlah komentar semata.
2. Catat waktu pengiriman, akses aplikasi, bentuk tanggapan, dan pola respons; wawancarai kelompok warga mengenai perhatian, penafsiran, serta kebiasaan komunikasi. Petakan peran sosial dan norma yang memengaruhi partisipasi. Bedakan diam yang teramati dari dugaan tidak peduli. Gunakan saluran pendamping, waktu pengiriman yang disepakati, dan pilihan respons lisan maupun tertulis; evaluasi keterjangkauan serta partisipasi setiap kelompok.

## Kunci Jawaban BAB 3

**a. Essay**

1. Dialog batin membantu mahasiswa menilai relevansi kritik, menyusun cara penyampaian, dan mengantisipasi tanggapan. Penilaian diri yang terlalu keras dapat membuatnya diam atau menyampaikan kritik secara ragu-ragu. Akibatnya, informasi berguna tidak masuk ke pembahasan dan kelompok kehilangan kesempatan memperbaiki keputusan.
2. Dialog batin realistis mengarahkan perhatian pada persiapan dan instruksi, sedangkan pengulangan kemungkinan buruk

dapat memperkuat kecemasan. Dampaknya bergantung pada isi pesan, kemampuan individu memeriksa pikiran, pengalaman, dan tekanan situasi. Dialog yang membantu tetap mengakui risiko tanpa memperlakukannya sebagai kepastian.

3. Pemilihan dapat keliru jika mahasiswa hanya memperhatikan kata “ditunda”; pengorganisasian terganggu jika informasi dihubungkan dengan jadwal lama; interpretasi keliru saat tenggat baru disimpulkan sendiri. Membaca pesan lengkap, memeriksa urutan informasi, dan meminta klarifikasi waktu menangani masalah pada tahap berbeda.
4. Dialog batin dapat mendorong tafsir bahwa komentar merupakan serangan, tetapi isi komentar belum membuktikan maksud tersebut. Respons defensif berisiko menghambat kerja sama; klarifikasi memeriksa makna, sedangkan pemeriksaan dokumen bersama menilai substansi. Pilihan terbaik mendukung tujuan memperbaiki tugas dan menjaga komunikasi terbuka.
5. Konsep diri dapat memengaruhi perhatian dan tafsir seseorang terhadap umpan balik, sedangkan identitas berkaitan dengan cara ia memahami dan menampilkan dirinya dalam konteks sosial. Keduanya berinteraksi dengan isi pesan, pengalaman, dan situasi. Karena itu, penafsiran perlu diperiksa, bukan dijelaskan oleh konsep diri semata.

**b. Pilihan Ganda**

1. B
2. C
3. A
4. C
5. D
6. C
7. B
8. C
9. B

10. C

**c. Studi Kasus / Proyek**

1. Pemilihan terganggu karena anggota hanya mengingat sebagian pesan; pengorganisasian dipengaruhi jadwal lama; interpretasi menetapkan tenggat tanpa konfirmasi. Dialog batin defensif perlu ditunda. Anggota sebaiknya mengakui kekeliruan, memastikan tenggat, dan menyepakati jadwal pemeriksaan. Tim dapat mencantumkan tanggal dan jam spesifik, meminta konfirmasi penerimaan, serta menggunakan pengingat sebelum materi dijadwalkan.
2. Perasaan kompetensinya diserang dapat membentuk dialog batin defensif dan mengarahkan staf pada tafsir personal. Namun, komentar berulang menunjukkan kemungkinan masalah keterbacaan. Staf sebaiknya berterima kasih, meminta maaf atas kebingungan, dan menjelaskan informasi secara ringkas tanpa menyalahkan pengguna. Susun ulang langkah dan tenggat agar terlihat jelas, lalu uji pemahaman pada sejumlah pengguna dan bandingkan pertanyaan berulang sebelum serta sesudah perbaikan.

## Kunci Jawaban BAB 4

**a. Essay**

1. Keterlambatan balasan dapat dimaknai melalui pengalaman terdahulu, harapan, dan situasi pengirim. Hindari menyamakan jeda dengan penolakan. Tanyakan secara netral apakah pesan telah diterima dan kapan pengirim dapat merespons, lalu dengarkan jawabannya sebelum mengambil kesimpulan tentang hubungan.
2. Video menyediakan suara dan ekspresi wajah, sedangkan teks mengandalkan pilihan kata, tanda baca, serta jeda balasan. Pilihan saluran perlu mempertimbangkan privasi dan urgensi. Persoalan sensitif yang membutuhkan tanggapan langsung dapat dibicarakan melalui saluran yang memungkinkan pertukaran respons, selama para pihak merasa aman.

3. Staf sebaiknya menanyakan preferensi rasa atau kebutuhan pelanggan, menyimak jawabannya, lalu menawarkan pilihan yang relevan. Pertanyaan dan respons pelanggan membentuk pesan berikutnya, sehingga interaksi bersifat transaksional. Staf perlu memastikan tawarannya dipahami dan tidak memaksakan pilihan yang tidak sesuai.
4. Percakapan dapat dimulai dengan topik ringan seputar kegiatan kampus, kemudian berkembang sesuai respons dan kenyamanan kedua pihak. Keterbukaan bukan kewajiban. Jika lawan bicara tampak tidak nyaman, alihkan topik dengan wajar, beri ruang, dan jangan menafsirkan keramahan sebagai persetujuan untuk membagikan hal pribadi.
5. Anggota tim dapat menyebutkan persoalan pembagian tugas secara spesifik, menjelaskan dampaknya, dan mengundang tanggapan anggota lain. Ia perlu menyimak alasan pihak terkait serta memeriksa pemahaman bersama. Strategi ini menyampaikan ketidaksetujuan secara jelas sambil menjaga hubungan dan membuka ruang untuk kesepakatan.

**b. Pilihan Ganda**

1. C
2. B
3. D
4. A
5. E
6. C
7. B
8. D
9. A
10. E

**c. Studi Kasus / Proyek**

1. Balasan “Oke” memiliki makna yang belum dipastikan dan tidak cukup untuk menyimpulkan pemahaman tentang tugas. Rani

perlu menghubungi Dimas dengan pertanyaan netral, lalu mengonfirmasi pembagian, tenggat, dan bentuk hasil secara tertulis. Kelompok dapat menyepakati penanda persetujuan yang jelas dan meminta setiap anggota mengulang tanggung jawabnya. Hindari saling menyalahkan; fokuskan percakapan pada klarifikasi dan penyelesaian laporan.

2. Perbedaan jadwal dan harapan membuat perubahan rencana dimaknai secara berbeda. Nisa dan Arman dapat menyepakati waktu berbincang tanpa gangguan, menjelaskan kebutuhan masing-masing, serta membahas cara memberi kabar ketika jadwal berubah. Arman sebaiknya menyimpan telepon atau menjelaskan urgensi pekerjaannya dan menentukan waktu untuk melanjutkan percakapan. Keduanya perlu memeriksa pemahaman serta menyusun kesepakatan yang realistis dan dapat ditinjau kembali.

## Kunci Jawaban BAB 5

**a. Essay**

1. Ketergantungan tugas tidak disertai pembagian tanggung jawab yang jelas, sementara norma tenggat dan aliran informasi belum memadai. Kelompok perlu mencatat penanggung jawab, hasil kerja, dan tenggat dalam saluran bersama, lalu mengadakan pemeriksaan kemajuan singkat untuk menemukan hambatan lebih awal.
2. Ketua memiliki kewenangan formal, sedangkan sumber pengetahuan informal dapat memengaruhi keputusan melalui keahlian dan kepercayaan. Keduanya dapat melengkapi koordinasi, tetapi kelompok perlu membagikan informasi secara terbuka dan mengatur kesempatan berbicara agar keputusan tidak hanya mencerminkan pandangan pemegang jabatan atau anggota berpengaruh.
3. Kohesivitas dapat mempertahankan keterlibatan, tetapi kesepakatan yang menutup kritik berisiko menghambat evaluasi gagasan. Norma perlu mendorong kritik yang menghargai anggota, giliran berbicara, dan penjelasan alasan keputusan. Indikatornya meliputi pemerataan partisipasi,

keterbukaan menyampaikan perbedaan, serta kemajuan menuju tujuan bersama.

4. Prioritaskan penyebaran keputusan yang tidak merata dan dominasi rapat karena keduanya menghambat koordinasi serta partisipasi. Gunakan saluran utama untuk mencatat keputusan dan giliran berbicara untuk memperluas keterlibatan. Nilai perbaikan melalui pemerataan akses informasi, jumlah anggota yang menyampaikan gagasan, dan penyelesaian tugas sesuai kesepakatan.
5. Acara besar dapat mengubah kebutuhan koordinasi, pembagian peran, dan pengaruh anggota. Kelompok perlu memetakan keterampilan serta tugas, menyepakati tanggung jawab dan norma baru, lalu menyebarkan keputusan melalui saluran bersama. Pengalaman anggota lama tetap dimanfaatkan, sementara anggota lain diberi kesempatan mengambil peran sesuai kebutuhan.

**b. Pilihan Ganda**

1. B
2. C
3. D
4. A
5. E
6. B
7. C
8. D
9. A
10. E

**c. Studi Kasus / Proyek**

1. Masalah utama ialah tanggung jawab publikasi yang tumpang tindih, keputusan yang tidak terdokumentasi, serta dominasi rapat. Sepakati tujuan dan penanggung jawab tiap tugas, tulis tenggat serta keputusan di kanal bersama, dan beri kesempatan

anggota desain menyampaikan gagasan. Pantau penyelesaian tugas, akses informasi seluruh anggota, dan pemerataan kontribusi pada rapat berikutnya.

2. Pemetaan perlu mencakup peran formal dan informal, keputusan dalam percakapan pribadi, serta kekhawatiran anggota atas dominasi kelompok kecil. Libatkan fotografer berpengalaman dalam kurasi berdasarkan keahliannya, sepakati pembagian tugas secara terbuka, dan catat keputusan di kanal bersama. Adakan ruang tanggapan bagi seluruh anggota dan evaluasi kemajuan pameran serta pemerataan keterlibatan.

## Kunci Jawaban BAB 6

**a. Essay**

1. Fungsi koordinatif belum berjalan karena perubahan tenggat tidak sampai kepada bagian pembelian yang pekerjaannya bergantung pada jadwal produksi. Gunakan rapat singkat untuk menyepakati prioritas, pesan tertulis untuk mencatat spesifikasi dan tenggat, serta konfirmasi penerimaan dan laporan kemajuan dari kedua bagian.
2. Komunikasi ke bawah menyampaikan arahan target, sedangkan komunikasi ke atas melaporkan kekurangan bahan kepada pengambil keputusan. Komunikasi horizontal menyelaraskan pengiriman ant unit setingkat, sementara komunikasi diagonal menghubungkan unit dan jenjang berbeda untuk memeriksa keluhan pelanggan. Setiap jalur perlu diikuti tindakan yang sesuai dengan kewenangan penerima.
3. Jaringan informal dapat mempercepat pertukaran pengetahuan, tetapi pesan yang tidak terverifikasi berisiko berubah. Organisasi perlu mempertahankan ruang interaksi antaranggota sekaligus menyediakan saluran resmi yang mudah diakses untuk mengonfirmasi keputusan dan perubahan prosedur serta menyimpan informasi yang perlu dirujuk kembali.
4. Pesan terkirim belum tentu dibaca, dipahami, atau diterapkan. Pengelola perlu meminta anggota menjelaskan tindakan yang

harus dilakukan, menyediakan saluran untuk pertanyaan dan klarifikasi, lalu memeriksa penerapan prosedur melalui umpan balik atau hasil kerja. Tindak lanjut ini membantu menemukan bagian pesan yang masih ditafsirkan berbeda.

5. Petakan siapa yang pertama mengetahui keterlambatan, jalur penyampaian pesan, unit yang harus bertindak, serta titik penerimaan umpan balik. Periksa juga ketersediaan sumber daya dan kejelasan kewenangan. Bandingkan bukti alur pesan dengan kondisi kerja sebelum memilih perbaikan komunikasi, penambahan sumber daya, atau penataan tanggung jawab.

**b. Pilihan Ganda**

1. B
2. B
3. C
4. D
5. A
6. B
7. C
8. C
9. B
10. C

**c. Studi Kasus / Proyek**

1. Perubahan jumlah pesanan belum terkoordinasi dengan gudang; pesan dalam grup umum tidak menjamin dibaca atau dipahami. Tetapkan kanal kerja khusus, penerima utama di produksi dan gudang, serta konfirmasi atas jumlah dan tenggat. Catat spesifikasi secara tertulis, tentukan pihak yang berwenang menyetujui pengadaan, dan pantau kemajuan melalui laporan singkat. Evaluasi apakah hambatan tersisa berasal dari arus informasi atau keterlambatan persetujuan.
2. Petakan waktu keluhan diterima, jalur penerusan, waktu bagian pemrosesan bertindak, dan umpan balik kepada layanan.

Bandingkan catatan resmi dengan percakapan informal serta periksa log sistem, kondisi akses, dan aturan kewenangan pengecualian. Tetapkan kanal klarifikasi yang terdokumentasi, jalur koordinasi lintas-unit, dan pihak penanggung jawab. Jika pesan telah sampai tepat waktu tetapi sistem lambat atau persetujuan tertahan, intervensi harus mencakup teknologi atau kewenangan, bukan komunikasi saja.

## Kunci Jawaban BAB 7

**a. Essay**

1. Produksi redaksi ditandai peliputan, pemeriksaan, dan penerbitan yang terorganisasi. Distribusi ulang serta komentar merupakan partisipasi pengguna, bukan penyuntingan jurnalistik. Umpan balik digital memperluas sirkulasi, tetapi konteks tambahan atau potongan berita dapat mengubah pemaknaan dan mengaburkan sumber awal.
2. Penyampaian jadwal menjalankan fungsi informasi, sedangkan penjelasan dampak dan hubungan fakta menjalankan fungsi interpretasi. Liputan yang memadai perlu menjelaskan cakupan perubahan, alasan kebijakan, dampak pada rute dan waktu tempuh, serta sumber informasi yang dapat diperiksa agar penumpang mampu mengambil keputusan.
3. Narasumber, bahasa, dan sudut pandang menentukan pengalaman siapa yang terlihat dan nilai apa yang diteruskan. Redaksi perlu mengikutsertakan kelompok terdampak, memeriksa klaim, memberi konteks, menggunakan bahasa jelas, dan menyeimbangkan sumber tanpa menganggap semua pernyataan memiliki bukti yang setara.
4. Informasi lokasi dan waktu memenuhi sebagian fungsi informasi, tetapi belum cukup menjelaskan dampak atau mendukung pengawasan. Liputan perlu menelusuri penyebab, meminta keterangan pihak bertanggung jawab, memeriksa tindak lanjut, serta memperbarui perkembangan agar warga dapat memahami penanganan dan menilai respons lembaga.
5. Berbagai pelaku memengaruhi pembiayaan, penemuan, dan distribusi konten. Organisasi perlu mempertimbangkan

transparansi kepentingan, verifikasi sebelum publikasi, dan pemilihan saluran yang sesuai. Jangkauan digital sebaiknya disertai strategi menghadirkan narasumber beragam agar perhatian platform atau tuntutan pengiklan tidak mendominasi isi.

**b. Pilihan Ganda**

1. B
2. C
3. D
4. A
5. E
6. B
7. C
8. A
9. D
10. E

**c. Studi Kasus / Proyek**

1. Kasus menunjukkan produksi terorganisasi dan distribusi luas melalui siaran serta kanal digital. Fungsi informasi telah berjalan terbatas, sedangkan interpretasi dan pengawasan perlu diperkuat melalui pemeriksaan penyebab, konfirmasi kepada penyedia layanan, dan pembaruan jadwal pemulihan. Redaksi perlu memeriksa pengalaman warga sebelum mengutipnya, mengoreksi tuduhan tanpa bukti, serta memberi konteks saat mengunggah ulang potongan berita. Komentar pengguna tidak menggantikan verifikasi jurnalistik.
2. Organisasi perlu mengungkap batas pengaruh promosi berbayar dan menjaga pemisahan editorial dari kepentingan pengiklan. Liputan sebaiknya mewawancarai penumpang, termasuk penyandang disabilitas dan warga pinggiran, serta memeriksa perubahan rute melalui sumber resmi dan observasi. Sajikan dampak praktis serta konteks kebijakan, lalu distribusikan melalui kanal yang menjangkau kelompok

terdampak. Evaluasi hasil dengan memperhatikan aksesibilitas, keakuratan, dan keterwakilan, bukan jangkauan semata.

## Kunci Jawaban BAB 8

**a. Essay**

1. Platform memperluas kemampuan khalayak untuk menerbitkan, menyebarkan, dan menanggapi pesan. Distribusi tidak lagi hanya dikendalikan penerbit, tetapi dipengaruhi pilihan pengguna dan fitur platform. Partisipasi bertambah, sementara kualitas pesan beragam dan keterlihatan dapat tidak merata.
2. Blog lebih sesuai untuk tulisan panjang dan dokumentasi yang tertata; media sosial mendukung pembaruan serta umpan balik cepat. Fungsi keduanya dipengaruhi kebutuhan dan kebiasaan anggota. Strategi yang menghubungkan keduanya dapat menjaga arsip sekaligus memperkuat interaksi komunitas.
3. Catat tindakan pengguna, jenis permukaan platform, topik, dan konten berikutnya dalam beberapa sesi. Bandingkan pola yang teramati dan nyatakan keterbatasan sampel. Hasilnya menunjukkan asosiasi yang perlu diteliti lebih lanjut, bukan kepastian tentang rumus internal atau sebab-akibat.
4. Bandingkan unggahan bertopik sama dengan pencatatan waktu, format, tayangan, umpan balik, dan jalur kemunculan. Pertimbangkan respons awal serta faktor distribusi lain. Simpulkan hanya pola dalam kasus yang diamati; jumlah tayangan satu unggahan tidak membuktikan keunggulan universal suatu format.
5. Personalisasi dapat menyempitkan paparan, sedangkan echo chamber melibatkan pengulangan dan penguatan pandangan sejenis. Rekomendasi saja tidak cukup membuktikan keduanya. Amati keragaman sumber dan pandangan, pola interaksi, serta paparan lintas perspektif dalam rentang waktu dan konteks yang jelas.

**b. Pilihan Ganda**

1. B

2. A
3. C
4. A
5. B
6. B
7. C
8. A
9. B
10. C

**c. Studi Kasus / Proyek**

1. Petakan kebutuhan anggota: arsip, pembaruan, diskusi, dan aksesibilitas. Pertahankan blog sebagai dokumentasi terstruktur dan ruang tulisan panjang; gunakan media sosial untuk pengumuman, cuplikan foto, dan umpan balik cepat. Hubungkan unggahan sosial dengan arsip blog, serta tetapkan pengelolaan dan pengarsipan konten. Evaluasi strategi melalui partisipasi anggota, kemudahan menemukan dokumentasi, dan mutu diskusi sebelum mempertimbangkan perubahan lebih lanjut.
2. Tambahkan pengamatan berulang pada beberapa akun, sesi, jenis konten, dan permukaan platform; catat interaksi serta keragaman sumber dan sudut pandang. Kesimpulan awal hanya menunjukkan pola rekomendasi pada kasus tertentu, bukan bukti algoritma menciptakan echo chamber. Uji keterlihatan dengan membandingkan unggahan sejenis sambil mencatat waktu, tayangan, respons, dan jalur distribusi. Hindari konten pemancing interaksi; sajikan informasi berimbang dan jelaskan keterbatasan pengamatan.

## Kunci Jawaban BAB 9

**a. Essay**

1. Ajakan perlu diubah menjadi tujuan terukur, misalnya mendorong keluarga memeriksa jadwal layanan atau membuat

janji. Pesan sebaiknya mencantumkan manfaat, lokasi, jam, dan cara mendaftar, disesuaikan dengan keterbatasan sasaran. Evaluasi tanggapan untuk mengenali kendala akses dan memperbaiki kampanye.

2. Tayangan menunjukkan paparan, bukan pemahaman atau perubahan perilaku. Pemahaman dapat diperiksa melalui pertanyaan atau tanggapan khalayak, niat melalui kesediaan bertindak, dan tindakan melalui tindak lanjut yang teramati. Gabungkan indikator tersebut dengan pemeriksaan akses agar keberhasilan dan hambatan dapat dibedakan.
3. Dukungan terhadap pemeriksaan mencerminkan sikap positif, sedangkan waktu dan ketidaktahuan lokasi merupakan hambatan praktis. Pesan perlu memberikan jadwal yang sesuai, lokasi, dan cara mengakses layanan. Komunikator sebaiknya mendengarkan kebutuhan keluarga dan mempermudah langkah berikutnya, bukan menganggap mereka tidak peduli.
4. Pesan berbasis rasa takut atau rasa bersalah dapat menjauhkan khalayak dan mempermalukan keluarga maupun remaja. Petugas perlu menjelaskan risiko secara proporsional, mendengarkan pertimbangan keluarga, dan menyampaikan pilihan pendidikan serta dukungan. Rujukan konsultasi yang jelas menjaga urgensi sekaligus memungkinkan tindakan tanpa tekanan.
5. Tetapkan tindakan yang dapat diamati, seperti membawa tas belanja guna ulang pada kegiatan belanja tertentu. Kaitkan manfaat pengurangan plastik dengan situasi warga, sajikan informasi akurat, dan tawarkan pilihan yang terjangkau. Kumpulkan tanggapan mengenai hambatan serta pantau pemahaman dan perubahan tindakan.

**b. Pilihan Ganda**

1. B
2. D
3. A
4. C

5. D
6. A
7. B
8. C
9. C
10. D

**c. Studi Kasus / Proyek**

1. Tetapkan tindakan yang terukur, seperti keluarga memeriksa jadwal atau membuat janji pemeriksaan. Cantumkan lokasi, jam, biaya bila tersedia, cara mendaftar, dan pilihan jadwal. Buka kanal tanya jawab serta kumpulkan pertanyaan warga untuk mengidentifikasi hambatan. Nilai perhatian melalui jangkauan, pemahaman melalui tanggapan, niat melalui rencana pemeriksaan, dan tindakan melalui pendaftaran atau kehadiran.
2. Slogan menakutkan berisiko mempermalukan khalayak dan tidak mengatasi hambatan tindakan. Gunakan bahasa yang tidak menyalahkan, dengarkan kekhawatiran keluarga dan remaja, lalu sampaikan informasi yang relevan serta pilihan dukungan pendidikan atau konsultasi. Cantumkan kontak layanan dan langkah mengaksesnya. Minta umpan balik melalui pertemuan warga atau kanal digital, kemudian periksa pemahaman dan keterjangkauan rujukan.

## Kunci Jawaban BAB 10

**a. Essay**

1. Pemetaan membedakan kepentingan dan kebutuhan informasi tiap kelompok sehingga pesan, saluran, serta umpan balik dapat disesuaikan. Warga terdampak membutuhkan informasi dampak dan prosedur; media memerlukan fakta terverifikasi; pegawai memerlukan tugas. Evaluasi perlu melihat pemahaman dan tindak lanjut, bukan hanya jangkauan.
2. Keduanya menghubungkan organisasi dengan publik melalui informasi dan umpan balik. Komunikasi publik menekankan

proses penyampaian, pemahaman, dan tanggapan publik; humas merupakan fungsi strategis yang merencanakan hubungan serta meneruskan pemahaman publik kepada pengambil keputusan. Keduanya perlu konsisten dengan tindakan organisasi.

3. Pengumuman jadwal saja tidak menjelaskan dampak, prosedur, atau konsekuensi, dan media sosial mungkin tidak menjangkau semua pihak. Pemerintah perlu memetakan pedagang dan pengunjung, menyediakan pertemuan serta kanal layanan, menjawab pertanyaan, dan mengevaluasi pemahaman serta tindak lanjut masukan.
4. Perusahaan perlu membedakan fakta terverifikasi dari rencana, menjelaskan program sesuai persoalan warga, dan menyediakan mekanisme masukan yang benar-benar ditindaklanjuti. Dialog mempertimbangkan kebiasaan serta prioritas setempat; penyesuaian bahasa dan saluran dapat dilakukan tanpa mengubah tujuan dan komitmen substantif program.
5. Rencana menetapkan tujuan teramati, seperti meningkatkan pemahaman komunitas terhadap produk, lalu memetakan publik prioritas dan pesan yang relevan. Saluran dipilih berdasarkan kebiasaan warga; umpan balik dibuka melalui dialog atau formulir. Evaluasi mengukur pemahaman, respons, dan tindak lanjut, bukan hanya jumlah publikasi.

**b. Pilihan Ganda**

1. B
2. C
3. A
4. D
5. E
6. B
7. D
8. A

9. C
10. E

**c. Studi Kasus / Proyek**

1. Petakan pedagang, pengunjung, pengelola, dan media menurut dampak serta kebutuhan informasinya. Sampaikan prosedur dan peta melalui media sosial, pertemuan organisasi pedagang, dan pusat informasi pasar. Sediakan tanya jawab dan saluran keluhan dengan penanggung jawab tindak lanjut. Evaluasi jangkauan kelompok, pemahaman prosedur, jenis pertanyaan, dan penyelesaian masukan sebelum penataan berlangsung.
2. Perusahaan perlu menjelaskan target, perubahan kebiasaan, pembagian peran, dan fakta yang telah terverifikasi. Adakan dialog terbuka pada waktu yang mempertimbangkan mata pencaharian warga, lalu sediakan saluran keberatan dan umpan balik tertulis. Catat serta tanggapi masukan, jelaskan perubahan yang mungkin dilakukan, dan pantau pemahaman, keterlibatan kelompok, serta konsistensi antara komitmen perusahaan dan tindakannya.

## Kunci Jawaban BAB 11

**a. Essay**

1. Identifikasi klaim, penerbit, tanggal, dan bukti dalam unggahan; telusuri pengumuman pada kanal resmi dan bandingkan dengan sumber kredibel lain. Nilai konteks serta pisahkan fakta dari komentar. Jika akurasi belum terverifikasi, tahan penyebaran dan jelaskan ketidakpastian kepada penerima.
2. Misinformasi adalah informasi keliru yang diteruskan tanpa maksud menipu; disinformasi dibuat atau disebarkan dengan maksud menyesatkan; malinformasi memakai informasi faktual untuk merugikan. Klasifikasi menilai isi, niat, dan dampak, serta dapat berbeda antara pembuat awal dan penerus.
3. Keaslian foto tidak membuktikan ketepatan klaim yang menyertainya. Periksa sumber, waktu, lokasi, keterangan, serta kemungkinan foto dipotong atau dilepaskan dari konteks.

Bandingkan dengan sumber lain yang kredibel sebelum menilai klaim dan hindari menyimpulkan niat pengunggah tanpa bukti.

4. Pilihan kata dan desain dapat menonjolkan aspek tertentu, sedangkan saluran distribusi memengaruhi jangkauan dan pemaknaan. Mahasiswa perlu mencatat klaim, bukti, konteks, serta informasi yang dihilangkan. Bandingkan dengan sumber kredibel dan bedakan pernyataan faktual dari opini atau ajakan.
5. Prosedur dimulai dengan mengidentifikasi klaim dan memeriksa akurasinya melalui sumber kredibel. Selanjutnya, cari bukti tentang niat dan kemungkinan kerugian tanpa membuat kesimpulan tergesa-gesa. Jika bukti belum cukup, nyatakan klasifikasi secara sementara dan tahan penyebaran sampai konteksnya lebih jelas.

**b. Pilihan Ganda**

1. B
2. C
3. D
4. C
5. B
6. C
7. B
8. C
9. B
10. C

**c. Studi Kasus / Proyek**

1. Verifikasi tangkapan layar dengan menelusuri pengumuman dan tanggal pada kanal resmi serta menghubungi unit layanan terkait. Sampaikan koreksi yang jelas melalui kanal kota, nyatakan bahwa layanan tetap berjalan, dan hindari menuduh pembuat sebelum niat terbukti. Sertakan informasi waktu dan sumber resmi. Ajak warga untuk tidak meneruskan pesan yang belum terverifikasi dan mengoreksi pesan sebelumnya.

2. Dokumentasikan unggahan, periksa asal foto, waktu, konteks, serta kebenaran tuduhan melalui pihak terkait. Batasi penyebaran informasi pribadi dan hindari mengulang tuduhan sebagai fakta. Organisasi dapat meminta penghapusan konten yang merugikan, menyampaikan klarifikasi berbasis bukti, dan menyediakan jalur pelaporan aman bagi anggota. Nyatakan ketidakpastian tentang pengunggah awal sampai ada bukti yang memadai.

## Kunci Jawaban BAB 12

**a. Essay**

1. AI dapat menghasilkan variasi draf, tetapi tidak menetapkan tujuan sosial atau menanggung dampak pesan. Manusia menentukan khalayak dan strategi, memeriksa fakta serta kesesuaian budaya, memilih versi akhir, dan bertanggung jawab atas informasi yang dipublikasikan.
2. Kesalahan dalam pengumpulan bahan atau instruksi awal berisiko terbawa ke seluruh draf dan adaptasi. Tim perlu memeriksa sumber dan konteks sebelum penyusunan, lalu meninjau fakta, gaya, hak penggunaan, konsistensi makna, dan kelayakan pesan sebelum publikasi.
3. Deskripsi wisata perlu dicocokkan dengan kondisi lokasi, fasilitas, dan kebiasaan setempat. Deskripsi batik perlu memeriksa nama motif, bahan, teknik, dan asal produk. Kekeliruan pada keduanya dapat menyesatkan khalayak serta merusak kepercayaan dan reputasi pengelola atau usaha.
4. Pola pencarian dan tanggapan membantu memilih topik atau format yang mungkin relevan. Namun, data tidak mewakili semua individu. Komunikator perlu menguji temuan terhadap tujuan pesan dan konteks khalayak, menghindari generalisasi, serta menilai kesesuaian pesan sebelum menggunakannya.
5. Keluaran perlu dibandingkan dengan sumber tepercaya dan tujuan komunikasi, lalu dinilai kesesuaiannya dengan khalayak serta konteks budaya. Bagian yang belum pasti harus diverifikasi atau diperbaiki. Komunikator yang menyetujui publikasi tetap bertanggung jawab atas pesan akhir.

**b. Pilihan Ganda**

1. B
2. C
3. D
4. B
5. C
6. A
7. C
8. B
9. C
10. A

**c. Studi Kasus / Proyek**

1. Tahan publikasi klaim aksesibilitas dan tradisi lokal sampai diverifikasi. Cocokkan informasi fasilitas dengan pengelola, lalu konfirmasikan konteks budaya kepada warga atau sumber setempat yang relevan. Periksa pula ketepatan terjemahan dan konsistensi antarkanal. Tim komunikasi menetapkan versi akhir dan menyetujui publikasi; AI hanya membantu merangkum dan menyusun draf. Jika klaim belum terkonfirmasi dalam tenggat, hapus atau nyatakan secara akurat keterbatasan informasi.
2. Jangan menerbitkan klaim yang keliru atau tidak bersumber. Konfirmasikan teknik pembuatan, motif, bahan, dan asal produk kepada pemilik atau perajin; hapus klaim tradisi yang belum terverifikasi. Perbaiki deskripsi Indonesia, terjemahkan kembali dengan pemeriksaan manusia, lalu ringkas untuk media sosial tanpa mengubah makna. Pemilik usaha menyetujui fakta produk dan tim memeriksa konsistensi format. Publikasi dapat dilakukan tepat waktu dengan informasi terverifikasi, bukan dengan mempertahankan draf yang menyesatkan.

## Kunci Jawaban BAB 13

**a. Essay**

1. Periksa waktu, sumber, dan konteks foto serta cari keterangan pihak terkait. Jangan menyebut identitas warga tanpa persetujuan atau kebutuhan yang kuat. Sampaikan batas informasi yang belum diketahui. Jika keliru, terbitkan koreksi dan penjelasan dengan jangkauan sebanding, bukan sekadar menghapus unggahan.
2. Pertimbangkan tujuan publikasi, kebutuhan publik, risiko terhadap keselamatan dan privasi, serta kemungkinan menyampaikan informasi dengan rincian yang dibatasi. Informasi yang ditahan juga perlu dinilai dampaknya. Pilih bentuk komunikasi yang menjaga hak individu tanpa menutup akses publik terhadap persoalan bersama.
3. Verifikasi tanggal, lokasi, sumber, dan kelengkapan video; cari keterangan pihak terkait sebelum menyimpulkan kelalaian. Kritik dapat diarahkan pada proses layanan berdasarkan bukti, sementara nama dan wajah yang tidak relevan dilindungi. Jika tuduhan keliru, koreksi secara terbuka dengan jangkauan memadai.
4. Transparansi memungkinkan khalayak menilai asal, tujuan, dan kepentingan pesan persuasif. Dalam media sosial, pesan politik atau promosi dapat tersebar cepat serta memengaruhi pilihan pengguna. Tanpa keterbukaan, khalayak berisiko salah memahami pesan dan tidak dapat menilai kepentingan yang melatarinya.
5. Tanggapi argumen dengan bukti dan alasan, bukan penghinaan atau pengungkapan informasi pribadi. Minta klarifikasi jika maksud belum jelas; tunda respons ketika emosi menghambat penilaian; hentikan interaksi atau laporkan jika berubah menjadi pelecehan. Strategi ini menjaga ruang kritik sekaligus membatasi kerugian.

**b. Pilihan Ganda**

1. B
2. C
3. D
4. A

5. E
6. B
7. C
8. D
9. A
10. E

**c. Studi Kasus / Proyek**

1. Jangan langsung menuduh usaha atau menyebarkan video. Verifikasi tanggal, lokasi, sumber awal, dan bukti pendukung; minta keterangan warga serta pihak usaha bila relevan. Samarkan wajah warga yang tidak memberi persetujuan. Sampaikan temuan, ketidakpastian, dan tujuan kepentingan publik secara proporsional. Jika unggahan keliru, terbitkan koreksi dan penjelasan yang menjangkau khalayak serupa serta perbaiki dampak terhadap pihak yang dituduh.
2. Periksa kronologi, rekaman utuh, keterangan pengguna layanan, dan informasi gangguan sistem. Koreksi klaim penyebab keterlambatan secara terbuka dengan jangkauan memadai; hapus atau samarkan nama dan wajah petugas yang tidak relevan. Moderasi komentar menyerang. Pertahankan kritik dengan membahas bukti tentang waktu tunggu dan prosedur layanan, serta minta klarifikasi pengelola layanan tanpa menetapkan kesalahan individu sebelum didukung bukti.

## Kunci Jawaban BAB 14

**a. Essay**

1. Jangkauan dipengaruhi bukan hanya isi dan kemampuan komunikator, melainkan juga aturan algoritmik, antarmuka, sumber daya distribusi, strategi organisasi, serta kebiasaan dan partisipasi khalayak. Pemetaan keempat unsur memperlihatkan bagaimana perbedaan platform mengubah visibilitas dan sirkulasi pesan.
2. Chatbot sesuai untuk pertanyaan rutin dengan jawaban terverifikasi, sedangkan pengaduan berisiko memerlukan

pengalihan cepat ke petugas. Pengguna perlu mengetahui keterlibatan AI, memahami penggunaan datanya, dapat mengoreksi informasi, dan mendapat jalur manusia yang mudah ditemukan.

3. AI dapat menyusun rancangan awal, tetapi mahasiswa perlu memeriksa klaim dan sumber, menyesuaikan bahasa serta contoh dengan pengalaman siswa, dan menjelaskan langkah verifikasi. Materi sebaiknya melatih penundaan penyebaran, pencarian sumber awal, dan konfirmasi sebelum menyimpulkan.
4. Jangkauan dan keterlibatan menunjukkan paparan serta respons terukur, bukan otomatis pemahaman atau dampak. Komunikator perlu memeriksa keterwakilan kelompok, konteks penggunaan metrik, privasi, dan keterbatasan data, lalu melengkapinya dengan evaluasi pemahaman serta umpan balik khalayak.
5. Kompetensi meliputi pemetaan ekosistem, literasi AI dan data, verifikasi informasi, perancangan lintas saluran, perlindungan privasi, serta penilaian etis dan kontekstual. Komunikator juga perlu memahami perbedaan akses dan khalayak, serta bertanggung jawab atas pesan yang disebarkan.

**b. Pilihan Ganda**

1. B
2. C
3. D
4. B
5. C
6. D
7. C
8. C
9. B
10. C

**c. Studi Kasus / Proyek**

1. Batasi chatbot pada informasi rutin yang telah diverifikasi dan nyatakan secara terbuka bahwa pengguna berinteraksi dengan AI. Hindari meminta identitas atau dokumen yang tidak diperlukan, berikan peringatan agar warga tidak mengirim data sensitif, serta sediakan pengalihan yang jelas kepada petugas untuk keluhan kesehatan. Evaluasi ketepatan jawaban, kecepatan pengalihan, perlindungan data, aksesibilitas, dan pengalaman warga dengan kondisi akses berbeda.
2. Petakan redaksi, platform, perusahaan teknologi, warga, pengemudi, serta kanal distribusi; telusuri konten, perhatian, akses, kebijakan platform, dan aliran umpan balik. Tambahkan data tentang pemahaman, penerimaan informasi, dan kelompok yang belum terjangkau tanpa mengumpulkan data pribadi berlebihan. Perluas distribusi melalui kanal lokal dan format yang mudah diakses. Ukur keberhasilan berdasarkan ketepatan informasi, pemahaman, keterjangkauan kelompok, dan respons warga, bukan tayangan saja.

# GLOSARIUM

**Dimensi relasional**: Aspek komunikasi yang menunjukkan bagaimana pesan mencerminkan sikap atau hubungan komunikator dengan lawan bicara.

**Gangguan**: Hambatan yang menghalangi atau mengubah penyampaian dan pemahaman pesan, baik karena faktor teknis, lingkungan, maupun bahasa.

**Komunikasi**: Proses pembentukan, penyampaian, penerimaan, dan penafsiran pesan dalam hubungan dengan orang lain.

**Komunikan**: Pihak yang menerima dan menafsirkan pesan dalam suatu peristiwa komunikasi.

**Komunikator**: Pihak yang menyusun dan menyampaikan pesan.

**Konteks**: Keadaan yang melingkupi komunikasi, seperti situasi, hubungan antar pelaku, budaya, dan medium, yang turut memengaruhi pemaknaan pesan.

**Penafsiran**: Proses penerima menghubungkan pesan dengan pengetahuan, pengalaman, dan keadaan saat pesan diterima untuk membentuk makna.

**Pesan**: Gagasan, informasi, perasaan, atau ajakan yang disampaikan melalui simbol verbal maupun nonverbal.

**Saluran komunikasi**: Perantara yang digunakan untuk menyampaikan pesan, seperti percakapan langsung, surat elektronik, telepon, atau media sosial.

**Simbol**: Bentuk yang digunakan untuk mewakili gagasan atau pengalaman, termasuk bahasa dan gestur.

**Umpan balik**: Tanggapan penerima terhadap pesan, yang dapat diberikan secara langsung maupun tertunda.

**Disonansi kognitif**: Ketidakselarasan antara keyakinan, sikap, dan tindakan seseorang. Dalam komunikasi, konsep ini membantu menjelaskan respons individu terhadap informasi yang bertentangan dengan keyakinannya.

**Fungsi deskriptif**: Fungsi teori untuk mengidentifikasi unsur dan pola komunikasi yang dapat diamati.

**Fungsi penjelas**: Fungsi teori untuk menerangkan hubungan antara unsur-unsur komunikasi, seperti hubungan kredibilitas sumber dengan penerimaan pesan.

**Fungsi prediktif**: Fungsi teori untuk memperkirakan kemungkinan respons dalam kondisi tertentu, tanpa menjamin hasil yang sama pada setiap situasi.

**Khalayak**: Kelompok penerima pesan yang dapat menafsirkan pesan berdasarkan pengalaman dan keadaan psikologis masing-masing.

**Komunikasi interpersonal**: Komunikasi antarindividu yang melibatkan pertukaran pesan dan pemaknaan dalam hubungan sehari-hari.

**Kredibilitas sumber**: Tingkat kepercayaan atau keterandalan yang dilekatkan khalayak pada pihak penyampai pesan.

**Persepsi**: Proses individu memahami dan memberi makna pada informasi atau situasi komunikasi.

**Perspektif psikologis**: Pendekatan yang mengkaji proses dalam diri individu, seperti perhatian, persepsi, emosi, dan ingatan, yang memengaruhi produksi serta penerimaan pesan.

**Phubbing**: Perilaku mengalihkan perhatian dari lawan bicara kepada telepon genggam dalam situasi komunikasi.

**Proposisi**: Pernyataan yang menghubungkan konsep-konsep dan menjadi bagian dari susunan suatu teori.

**Retorika**: Kajian strategi penyampaian pesan, termasuk cara pidato disusun dan disampaikan.

**Saluran komunikasi**: Media atau jalur yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada penerima.

**Teori komunikasi**: Susunan konsep dan proposisi yang menyoroti hubungan tertentu dalam proses komunikasi serta membantu mengorganisasi pengamatan, menyusun penjelasan, dan mengarahkan penelitian.

**Umpan balik**: Tanggapan penerima terhadap pesan yang dapat digunakan untuk menilai atau menyesuaikan proses komunikasi.

**Dialog batin**: Percakapan internal ketika seseorang mengajukan pertanyaan, menilai keadaan, atau mempertimbangkan tindakan. Proses ini dapat membantu mengarahkan komunikasi maupun memengaruhi keputusan untuk merespons.

**Interpretasi**: Tahap pemberian makna terhadap informasi yang telah dipilih dan diorganisasi. Interpretasi dipengaruhi oleh pengalaman, harapan, kebutuhan, dan keadaan emosional individu.

**Komunikasi intrapersonal**: Proses komunikasi yang berlangsung dalam diri individu saat menerima dan menafsirkan rangsangan, mengingat pengalaman, atau menimbang tindakan. Proses ini membantu membentuk pesan dan respons sebelum individu berkomunikasi dengan orang lain.

**Pengorganisasian**: Proses menyusun informasi yang telah dipilih menjadi pola yang dianggap masuk akal. Pola yang terbentuk dapat memengaruhi cara seseorang memahami pesan.

**Pemilihan**: Proses memusatkan perhatian pada sebagian rangsangan dan mengabaikan bagian lainnya. Tahap ini memengaruhi informasi yang kemudian diolah dan ditafsirkan.

**Pemaknaan pesan**: Proses memahami pesan dengan menghubungkan informasi yang diterima dengan pengalaman dan konteks. Makna yang dibentuk penerima tidak selalu sama dengan maksud pengirim.

**Persepsi**: Proses menangkap rangsangan, memberi perhatian, mengorganisasi informasi, lalu menafsirkannya. Persepsi membentuk cara individu memahami pesan dan situasi komunikasi.

**Pesan internal**: Pesan yang dibentuk individu dalam proses berpikir dan berdialog dengan diri sendiri. Pesan ini dapat memengaruhi perhatian, kesiapan, dan pilihan respons.

**Rangsangan**: Informasi atau stimulus yang diterima individu dan dapat menarik perhatian serta memicu proses persepsi. Rangsangan dapat berasal dari situasi komunikasi, termasuk pesan digital.

**Resiliensi diri**: Kemampuan untuk mempertahankan atau membangun kesiapan dalam menghadapi tekanan. Dalam contoh bab ini, dialog batin digunakan untuk mendukung pengelolaan kecemasan dan fokus atlet.

**Tahapan persepsi**: Urutan proses persepsi yang mencakup pemilihan, pengorganisasian, dan interpretasi informasi. Tahapan ini dapat berlangsung cepat dan saling memengaruhi.

**Batas pribadi**: Garis yang ditetapkan seseorang mengenai informasi, waktu, atau hal lain yang bersedia dibagikan dalam suatu hubungan.

**Emosi**: Perasaan yang memengaruhi cara seseorang menafsirkan pesan dan merespons orang lain.

**Hubungan interpersonal**: Relasi antarindividu yang terbentuk dan berkembang melalui rangkaian interaksi serta pertukaran pesan.

**Kedekatan**: Tingkat keakraban dalam hubungan yang dapat tumbuh melalui perhatian, keterbukaan bertahap, dan tanggapan yang menghargai pengalaman pihak lain.

**Keterbukaan**: Kesediaan berbagi informasi pribadi dengan tetap mempertimbangkan batas, waktu, dan pihak yang diajak berbagi.

**Komunikasi interpersonal**: Pertukaran pesan antarindividu yang saling memengaruhi dan menafsirkan tindakan satu sama lain, sekaligus membentuk pemahaman dan hubungan.

**Konsep diri**: Pemahaman seseorang mengenai dirinya yang turut memengaruhi cara ia berkomunikasi dan memaknai pesan.

**Konteks digital**: Keadaan komunikasi melalui saluran digital yang menentukan petunjuk pesan yang tersedia, seperti ekspresi wajah, pilihan kata, tanda baca, atau jeda balasan.

**Pemaknaan pesan**: Proses menafsirkan pesan berdasarkan pengalaman, situasi, dan hubungan para peserta komunikasi.

**Pengirim dan penerima**: Peran dalam pertukaran komunikasi; dalam interaksi interpersonal, seseorang dapat menjalankan kedua peran tersebut dalam rentang interaksi yang sama.

**Phubbing**: Perilaku mengalihkan perhatian dari lawan bicara ke perangkat, sehingga dapat mengubah pengalaman percakapan dan kehadiran sosial.

**Saluran komunikasi**: Media atau jalur yang digunakan untuk menyampaikan pesan, seperti percakapan video atau pesan teks.

**Sifat transaksional**: Ciri komunikasi ketika pesan dan respons para peserta saling memengaruhi secara berkelanjutan.

**Umpan balik**: Respons terhadap pesan yang dapat membantu peserta menyesuaikan pesan berikutnya.

**Aliran informasi**: Pergerakan pesan dan pengetahuan di antara anggota kelompok. Polanya dapat menentukan siapa yang mengetahui keputusan dan kapan informasi diterima.

**Dinamika kelompok**: Perubahan hubungan, pengaruh, dan pola tindakan yang terjadi selama anggota berinteraksi.

**Interaksi**: Proses anggota saling bertukar pesan dan memberikan tanggapan. Interaksi berulang dapat membentuk pemahaman dan pola tindakan kelompok.

**Komunikasi kelompok**: Proses pertukaran pesan di antara anggota yang berinteraksi sebagai satu kesatuan sosial untuk mencapai tujuan bersama atau mempertahankan hubungan kelompok.

**Kohesivitas**: Rasa keterikatan dan keinginan anggota untuk tetap menjadi bagian dari kelompok. Kohesivitas dapat mendukung keberlanjutan kegiatan bersama, terutama jika tetap memberi ruang bagi perbedaan pendapat.

**Norma**: Pedoman perilaku bersama yang mengatur tindakan anggota, baik dalam bentuk aturan tertulis maupun kebiasaan tidak tertulis.

**Partisipasi**: Keterlibatan anggota dalam menyampaikan gagasan dan mengikuti kegiatan kelompok. Kesempatan berpartisipasi memengaruhi keragaman masukan dalam proses kelompok.

**Peran kelompok**: Fungsi yang dijalankan anggota dalam kelompok, baik secara formal melalui jabatan maupun secara informal melalui kontribusi tertentu.

**Saluran komunikasi**: Media atau jalur yang digunakan anggota untuk menyampaikan pesan, seperti pertemuan langsung atau aplikasi percakapan.

**Status**: Kedudukan relatif anggota dalam kelompok yang dapat memengaruhi tingkat pengaruh dan aksesnya terhadap informasi.

**Struktur kelompok**: Susunan peran, kewenangan, aliran informasi, dan aturan yang membentuk pola hubungan serta kerja kelompok.

**Umpan balik**: Tanggapan terhadap pesan yang membantu anggota memahami dampak komunikasi dan menyesuaikan tindakan.

**Fungsi informatif**: Fungsi komunikasi untuk menyediakan keterangan yang dibutuhkan anggota dalam menjalankan pekerjaan, seperti target, jadwal, dan perubahan prosedur.

**Fungsi integratif**: Fungsi komunikasi yang memberi ruang bagi anggota untuk membangun keterlibatan dan rasa menjadi bagian dari organisasi.

**Fungsi koordinatif**: Fungsi komunikasi untuk menyelaraskan tindakan antaranggota atau unit agar pekerjaan yang saling bergantung dapat berjalan tanpa tumpang tindih.

**Fungsi regulatif**: Fungsi komunikasi untuk menyampaikan aturan, tanggung jawab, dan batas kewenangan dalam organisasi.

**Jaringan komunikasi**: Hubungan yang dilalui pesan di antara anggota organisasi, baik melalui jalur resmi maupun hubungan kerja sehari-hari.

**Komunikasi diagonal**: Pertukaran pesan yang melintasi unit dan jenjang kewenangan, misalnya antara staf di satu unit dan supervisor di unit lain.

**Komunikasi ke atas**: Arus pesan dari pelaksana kepada pihak yang memiliki kewenangan lebih tinggi, misalnya laporan atau umpan balik.

**Komunikasi ke bawah**: Arus pesan dari pimpinan kepada anggota, biasanya berupa arahan, kebijakan, atau instruksi.

**Komunikasi organisasi**: Proses pertukaran pesan di antara anggota organisasi dan antara organisasi dengan lingkungannya untuk mendukung pekerjaan bersama.

**Komunikasi horizontal**: Pertukaran pesan di antara anggota atau unit yang memiliki tingkat kewenangan sebanding.

**Struktur organisasi**: Susunan yang membagi tugas, tanggung jawab, dan kewenangan di dalam organisasi.

**Aliran komunikasi massa**: Pola penyampaian pesan dari institusi media kepada khalayak luas. Dalam media tradisional, aliran ini cenderung tidak seimbang karena umpan balik tidak selalu berlangsung langsung.

**Fungsi hiburan**: Peran media dalam menyediakan pengalaman rekreatif melalui program, musik, film, atau konten digital.

**Fungsi informasi**: Peran media dalam menghimpun dan menyebarkan kabar yang membantu masyarakat memahami keadaan dan mengambil keputusan.

**Fungsi interpretasi**: Peran media dalam menghubungkan fakta, memberikan penjelasan, dan menguraikan dampak suatu peristiwa atau kebijakan.

**Fungsi kesinambungan sosial**: Peran media dalam menyebarkan pengetahuan, nilai, dan gambaran tentang kehidupan bersama.

**Khalayak heterogen**: Kelompok penerima pesan yang beragam dan tersebar, dengan pengalaman serta cara menafsirkan pesan yang berbeda.

**Komunikasi kelompok**: Proses komunikasi di antara anggota kelompok yang relatif terbatas, berbeda dari penyebaran pesan kepada khalayak luas.

**Komunikasi interpersonal**: Pertukaran pesan antarindividu yang berlangsung dalam hubungan pribadi.

**Komunikasi massa**: Proses produksi dan penyebaran pesan melalui organisasi serta saluran media kepada khalayak luas dan beragam.

**Media digital**: Media yang menggunakan teknologi digital untuk memproduksi, menyebarkan, atau mengakses pesan.

**Media massa**: Saluran dan organisasi yang menyampaikan pesan kepada khalayak luas, seperti surat kabar, televisi, radio, dan situs berita.

**Opini publik**: Pandangan atau penilaian yang berkembang di masyarakat mengenai isu tertentu.

**Partisipasi pengguna**: Keterlibatan pengguna dalam membagikan, membahas, atau memberi konteks baru pada pesan media.

**Produksi institusional**: Proses pembuatan pesan yang dijalankan oleh organisasi media melalui pembagian tugas dan tahapan kerja.

**Umpan balik**: Tanggapan khalayak terhadap pesan yang disampaikan, misalnya melalui komentar atau pembagian tautan.

**Algoritma**: Prosedur komputasional yang mengolah sinyal untuk menghasilkan tindakan, seperti mengurutkan, merekomendasikan, atau menyaring pesan.

**Antarmuka**: Bagian platform yang memungkinkan pengguna mengakses fitur dan berinteraksi dengan layanan digital.

**Distribusi informasi**: Proses penyebaran informasi melalui pilihan pengguna maupun fitur platform.

**Ekosistem platform**: Lingkungan digital yang menggabungkan layanan untuk membuat konten, berinteraksi, mencari informasi, dan bertransaksi.

**Keterlihatan konten**: Tingkat kemudahan suatu konten untuk muncul dan dijangkau oleh pengguna di platform.

**Konvergensi media**: Perpaduan berbagai bentuk dan fungsi media dalam lingkungan digital.

**Kurasi**: Proses pemilihan dan penyusunan konten, termasuk melalui tindakan sistem platform.

**Media sosial**: Layanan digital yang memungkinkan pengguna membuat, menyebarkan, dan menanggapi pesan serta berinteraksi dengan pengguna lain.

**Platform digital**: Lingkungan berbasis teknologi yang menyediakan layanan dan mengatur interaksi melalui desain, aturan, serta model bisnisnya.

**Rekomendasi**: Saran konten yang ditampilkan platform berdasarkan sinyal tertentu, seperti minat atau interaksi pengguna.

**Siaran langsung**: Penyampaian konten audio atau video secara waktu nyata melalui platform.

**Sinyal**: Data atau petunjuk yang diolah sistem platform, seperti riwayat tontonan dan respons pengguna.

**Umpan balik**: Tanggapan terhadap pesan, misalnya melalui komentar atau pembagian ulang.

**Disonansi kognitif**: Ketegangan yang muncul ketika keyakinan, sikap, atau tindakan seseorang saling bertentangan. Dalam komunikasi, ketegangan ini dapat memengaruhi cara khalayak menanggapi pesan.

**Evaluasi persuasi**: Penilaian terhadap keberhasilan pesan dalam membantu khalayak memahami ajakan, mengakses langkah yang disarankan, dan mengambil keputusan tanpa tekanan.

**Khalayak**: Individu atau kelompok yang menjadi penerima pesan komunikasi. Pemahaman, kebutuhan, dan hambatan khalayak perlu dipertimbangkan dalam merancang persuasi.

**Komunikasi persuasif**: Proses komunikasi yang menggunakan pesan untuk mengupayakan perubahan atau penguatan sikap, keyakinan, niat, maupun perilaku, dengan tetap memberi ruang bagi khalayak untuk menentukan sikap.

**Motivasi**: Dorongan yang mengarahkan seseorang untuk mencapai tujuan tertentu. Motivasi dipengaruhi, antara lain, oleh pengalaman, lingkungan sosial, pengetahuan, dan keyakinan mengenai kemampuan untuk bertindak.

**Pemaksaan**: Upaya mengarahkan tindakan seseorang dengan meniadakan ruang untuk memahami alasan, bertanya, atau menentukan sikap secara mandiri.

**Persepsi**: Proses memahami dan menafsirkan pesan atau pengalaman. Persepsi membantu menjelaskan mengapa khalayak dapat memberikan tanggapan berbeda terhadap pesan yang sama.

**Persuasi**: Upaya memengaruhi atau memperkuat sikap, keyakinan, niat, maupun perilaku melalui pesan yang dirancang secara sadar.

**Perubahan perilaku**: Peralihan atau penyesuaian tindakan seseorang yang berkaitan dengan sikap, motivasi, pengaruh sosial, dan kemampuannya melakukan tindakan tersebut.

**Phubbing**: Perilaku mengabaikan orang yang hadir secara langsung karena perhatian tertuju pada telepon genggam atau perangkat digital.

**Relevansi**: Keterkaitan pesan dengan persoalan yang dikenali khalayak, disampaikan dalam bahasa yang dipahami, dan menawarkan langkah yang dapat dilakukan.

**Sikap**: Kecenderungan seseorang untuk menilai suatu objek, gagasan, atau tindakan secara mendukung atau menolak.

**Umpan balik**: Tanggapan khalayak terhadap pesan, termasuk persetujuan, pertanyaan, kritik, atau keputusan untuk tidak bertindak. Tanggapan ini memberi informasi bagi komunikator untuk menilai dan memperbaiki pesan.

**Hubungan masyarakat**: Fungsi komunikasi strategis yang membantu organisasi mengenali publik, menyampaikan kebijakan dan tindakan, serta memelihara hubungan melalui komunikasi terencana.

**Humas**: Singkatan dari hubungan masyarakat; fungsi organisasi yang mengelola komunikasi dan hubungan dengan publik.

**Keterbukaan informasi**: Prinsip penyampaian informasi yang jelas mengenai fakta terverifikasi, rencana, atau perkiraan, tanpa menjanjikan hal yang tidak dapat dipenuhi.

**Khalayak**: Kelompok penerima pesan yang memiliki kebutuhan informasi dan tingkat pengaruh berbeda-beda.

**Komunikasi organisasi**: Proses pertukaran pesan di dalam dan di antara bagian organisasi, serta koordinasi yang mendukung hubungan organisasi.

**Komunikasi publik**: Proses terencana ketika organisasi atau lembaga menyampaikan pesan kepada kelompok publik yang berkepentingan melalui saluran yang sesuai dan membuka peluang tanggapan.

**Komunikasi strategis**: Perencanaan komunikasi berdasarkan tujuan, khalayak prioritas, saluran, dan bentuk umpan balik yang dapat ditindaklanjuti.

**Media digital**: Lingkungan dan kanal berbasis teknologi digital yang mendorong humas mengelola hubungan lintas kanal.

**Opini publik**: Pandangan atau pemahaman yang berkembang di kalangan masyarakat, termasuk dalam hubungannya dengan informasi kebijakan.

**Partisipasi masyarakat**: Keterlibatan warga dalam program atau proses kebijakan, termasuk melalui penyampaian pertanyaan dan masukan.

**Pemetaan publik**: Proses mengenali kelompok yang terdampak atau berkepentingan, kebutuhan informasinya, dan cara mereka memperoleh informasi.

**Publik**: Kelompok yang berkepentingan atau terdampak oleh keputusan dan kegiatan organisasi; anggotanya dapat memiliki kebutuhan serta pengaruh yang berbeda.

**Saluran komunikasi**: Media atau cara yang digunakan organisasi untuk menyampaikan pesan kepada kelompok publik tertentu.

**Umpan balik**: Tanggapan publik terhadap pesan atau tindakan organisasi yang dapat digunakan untuk menjelaskan tindak lanjut dan memperbaiki komunikasi.

**Disinformasi**: Informasi keliru yang dibuat atau disebarkan dengan maksud menyesatkan. Penilaiannya perlu mempertimbangkan isi dan niat penyebaran.

**Gangguan informasi**: Keadaan ketika informasi yang beredar menimbulkan persoalan karena ketepatan isi, maksud penyebaran, atau dampaknya.

**Khalayak**: Penerima atau kelompok penerima pesan dalam proses komunikasi. Cara khalayak memahami pesan dapat dipengaruhi oleh bentuk dan konteks penyampaiannya.

**Kredibilitas sumber**: Tingkat kelayakan suatu sumber untuk dipercaya berdasarkan identitas, otoritas, dan dukungan bukti yang dimilikinya.

**Literasi digital**: Kecakapan menggunakan teknologi dan platform digital, menilai informasi, serta bertindak secara bertanggung jawab dalam lingkungan berjaringan.

**Literasi media**: Kemampuan memahami bagaimana pesan media dibuat, disajikan, dan dimaknai, termasuk menelaah pilihan serta kepentingan di baliknya.

**Malinformasi**: Informasi yang memiliki dasar faktual, tetapi digunakan atau disajikan untuk merugikan pihak tertentu.

**Misinformasi**: Informasi keliru yang disebarkan tanpa kesengajaan untuk menipu.

**Pembingkaian**: Pemilihan dan penonjolan aspek tertentu dari suatu isu atau peristiwa yang memengaruhi cara khalayak memahaminya.

**Pesan**: Isi komunikasi yang disusun dan disampaikan melalui saluran tertentu kepada penerima.

**Platform digital**: Layanan atau lingkungan berbasis teknologi yang memungkinkan pengguna mengakses, mengunggah, dan menyebarkan konten.

**Saluran komunikasi**: Media atau jalur yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada penerima.

**AI**: Sistem komputasi yang dirancang untuk menjalankan tugas yang biasanya memerlukan kemampuan seperti mengenali pola, memproses bahasa, atau menyusun rekomendasi.

**AI generatif**: Bagian dari AI yang menghasilkan keluaran baru, seperti teks, gambar, suara, atau video, berdasarkan pola yang dipelajari dari data.

**analitik data**: Pengolahan dan pemeriksaan data untuk menemukan pola atau mendukung pemahaman terhadap respons khalayak.

**kecerdasan artifisial**: Istilah umum bagi sistem komputasi yang dirancang untuk melakukan tugas tertentu berdasarkan data dan instruksi.

**komunikator**: Pihak yang menetapkan tujuan komunikasi, mempertimbangkan hubungan sosial, dan bertanggung jawab atas dampak pesan.

**keluaran generatif**: Materi baru yang dihasilkan sistem AI generatif, misalnya teks, gambar, suara, atau video.

**pemrosesan bahasa**: Pengolahan bahasa oleh sistem komputasi untuk menjalankan tugas seperti memahami atau menghasilkan teks.

**pengenalan pola**: Kemampuan sistem komputasi untuk menemukan keteraturan dalam data dan menggunakannya untuk mendukung tugas tertentu.

**saluran komunikasi**: Media atau jalur yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak.

**takarir**: Teks pendamping yang menyertai konten audio atau audiovisual, termasuk untuk membantu penyampaian pesan.

**Akuntabilitas**: Kewajiban komunikator untuk menjelaskan dan mempertanggungjawabkan pilihan serta akibat komunikasinya. Dalam praktik, akuntabilitas mencakup kesiapan memberikan koreksi dan penjelasan jika pesan keliru.

**Etika komunikasi**: Landasan nilai dan prinsip yang mengarahkan tindakan saat pesan diproduksi, disampaikan, ditafsirkan, dan

ditanggapi. Etika ini mempertimbangkan tujuan, proses, serta dampak komunikasi terhadap pihak lain.

**Identitas digital**: Gambaran diri seseorang yang terbentuk melalui aktivitas dan pesan yang hadir di ruang digital. Identitas ini dapat tersebar melampaui konteks awal unggahan.

**Kecerdasan artifisial**: Teknologi yang menjalankan kemampuan tertentu yang berkaitan dengan kecerdasan, sekaligus memiliki kemampuan dan risiko yang perlu dipahami dalam komunikasi.

**Komunikasi politik**: Penyampaian pesan dan interaksi yang berkaitan dengan persoalan politik serta dapat memengaruhi pilihan khalayak. Praktiknya mencakup kampanye dan partisipasi melalui media sosial.

**Literasi digital**: Kecakapan untuk mengenali mutu informasi dan menggunakan media digital secara kritis. Kecakapan ini membantu pengguna menilai informasi sebelum mengambil tindakan komunikasi.

**Media sosial**: Saluran digital yang memungkinkan pengguna membuat dan menyebarkan pesan, berpartisipasi dalam percakapan, serta membentuk identitas digital.

**Privasi**: Batas atas informasi pribadi dan kehidupan seseorang yang perlu dihormati dalam komunikasi. Pengungkapan informasi dapat merugikan seseorang apabila dilakukan tanpa dasar atau izin yang layak.

**Saluran komunikasi**: Media atau jalur yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada penerima. Pemilihannya perlu mempertimbangkan tujuan komunikasi dan risiko bagi pihak yang terdampak.

**Tanggung jawab terhadap liyan**: Prinsip etis yang menuntut komunikator memperlakukan orang lain sebagai pribadi yang bermartabat, bukan semata-mata sebagai sarana untuk mencapai tujuannya.

**Verifikasi sumber**: Pemeriksaan terhadap asal, ketepatan, dan konteks informasi sebelum disebarkan. Langkah ini membantu mencegah penyampaian informasi yang keliru atau menyesatkan.

**Algoritma**: Serangkaian aturan komputasional yang digunakan platform untuk mengatur visibilitas dan rekomendasi konten.

**Chatbot**: Sistem otomatis yang berinteraksi dengan pengguna melalui percakapan, misalnya untuk memberikan informasi awal atau menjawab pertanyaan rutin.

**Ekosistem komunikasi**: Jaringan aktor, sumber daya, aturan, dan aliran pesan yang saling memengaruhi dalam proses komunikasi.

**Human–AI Communication**: Interaksi komunikasi antara manusia dan sistem kecerdasan artifisial, dengan manusia tetap menentukan tujuan dan bertanggung jawab atas penggunaan keluaran sistem.

**Kebijakan platform**: Aturan yang ditetapkan platform untuk mengatur penggunaan layanan, konten, dan distribusi pesan.

**Kecerdasan artifisial (AI)**: Sistem komputasional yang menghasilkan keluaran atau merespons masukan berdasarkan rancangan, data, dan instruksi.

**Kesenjangan akses**: Perbedaan kesempatan antarkelompok untuk memperoleh atau menggunakan informasi akibat kondisi akses yang tidak setara.

**Komunitas virtual**: Kelompok yang berinteraksi melalui ruang digital dan dapat berbagi pengetahuan serta membangun solidaritas lintas wilayah atau identitas.

**Moderasi**: Pengaturan percakapan atau konten dalam suatu ruang komunikasi berdasarkan keputusan dan aturan tertentu.

**Sistem generatif**: Sistem AI yang menghasilkan konten baru, seperti teks, berdasarkan masukan dan data yang tersedia.

**Sistem rekomendasi**: Sistem yang menyarankan konten atau informasi kepada pengguna berdasarkan mekanisme dan data tertentu.

**Umpan balik**: Tanggapan terhadap pesan yang membantu komunikator memahami penerimaan atau respons khalayak.

**Video manipulatif berbasis AI**: Video yang diubah atau dihasilkan dengan AI sehingga dapat menyerupai rekaman asli dan berpotensi menyesatkan.

# INDEKS

AI ..... 221, 242, 267
AI generatif ..... 221, 276
aktor ..... 265
akun ..... 11, 30, 48
akun resminya ..... 124
akuntabilitas ..... 221, 242
algoritma ..... 1, 31, 133
analitik data ..... 224, 270
anggota ..... 7, 26, 58
argumen ..... 49, 162, 247
asumsi ..... 42, 65, 102
batas pribadi ..... 65
berita ..... 121, 142, 185
Bondowoso ..... 225, 274
BTS ..... 144
bukti ..... 22, 42, 116
chatbot ..... 267
data ..... 13, 33, 86
dialog batin ..... 41
dinamika kelompok ..... 85
disinformasi ..... 201
disonansi kognitif ..... 26, 164
distribusi ..... 3, 29, 82
distribusi informasi ..... 3, 95, 122
distribusi pesan ..... 121, 142, 162
distribusi ulang ..... 125
draf ..... 20, 222, 250
ekosistem komunikasi ..... 156, 263
emosi ..... 21, 41, 63
emosional ..... 41, 74, 177
etika komunikasi ..... 14, 68, 113
fitur ..... 69, 93, 132
fungsi informasi ..... 125
fungsi informatif ..... 8, 103
fungsi interpretasi ..... 125
fungsi kesinambungan sosial ..... 126

gangguan ..... 1, 66, 93
gangguan informasi ..... 201
hambatan ..... 6, 23, 73
hubungan ..... 1, 21, 41
hubungan interpersonal ..... 61
hubungan masyarakat ..... 12, 181, 225
identitas digital ..... 33, 48, 141
informasi ..... 1, 21, 41
instruksi ..... 44, 69, 103
interaksi ..... 1, 21, 42
interpretasi ..... 23, 41, 102
jalur komunikasi ..... 106
jaringan komunikasi ..... 21, 92, 101
jurnalis ..... 124, 242
kecemasan ..... 44
kedekatan ..... 8, 61
kejujuran ..... 242
kelompok ..... 1, 21, 43
keluaran ..... 221, 250, 264
keluarga ..... 5, 26, 67
keputusan ..... 2, 30, 41
kesehatan reproduksi ..... 164
keterbukaan ..... 62, 93, 108
keyakinan ..... 25, 42, 163
khalayak ..... 1, 21, 48
kohesivitas ..... 84, 145
komunikan ..... 5
komunikasi ..... 1, 21, 41
komunikasi diagonal ..... 106
komunikasi digital ..... 4, 28, 41
komunikasi interpersonal ..... 3, 25, 51
komunikasi intrapersonal ..... 41
komunikasi kelompok ..... 81, 133
komunikasi massa ..... 30, 121, 165
komunikasi organisasi ..... 2, 33, 101
komunikasi pemerintah ..... 184, 232
komunikasi persuasif ..... 161, 224
komunikasi publik ..... 12, 181, 207

komunikator ..... 4, 67, 123
komunitas ..... 12, 25, 51
Komunitas Fotografi Pekanbaru ..... 84
komunitas virtual ..... 12, 81, 267
konsep ..... 1, 21, 41
konteks ..... 1, 21, 41
konteks digital ..... 31, 64
konten ..... 12, 28, 122
koreksi ..... 189, 202, 245
kredibilitas sumber ..... 23, 168, 201
layanan ..... 2, 46, 64
lingkungan ..... 1, 21, 44
literasi digital ..... 14, 201, 243
literasi media ..... 201
mahasiswa ..... 1, 21, 41
makna ..... 3, 25, 42
malinformasi ..... 201
media ..... 1, 21, 42
media digital ..... 12, 33, 44
media konvensional ..... 143, 185
media massa ..... 3, 29, 124
media sosial ..... 1, 21, 48
medium ..... 1, 82
misinformasi ..... 161, 201
motivasi ..... 108, 161
norma ..... 21, 48, 81
opini publik ..... 125, 183, 202
organisasi ..... 1, 21, 48
organisasi media ..... 121, 144, 263
pariwisata ..... 225, 274
partisipasi ..... 3, 21, 81
partisipasi politik mahasiswa ..... 29, 126
pekerjaan ..... 57, 66, 90
pelanggan ..... 64, 110, 183
pemaknaan ..... 2, 21, 42
pemaknaan pesan ..... 22, 42, 63
pembingkaian ..... 162, 203, 224
pemeriksaan kesehatan berkala ..... 164

pemetaan publik .....184
pemilihan ..... 5, 22, 41
penafsiran ..... 4, 25, 41
penelitian .....12, 23, 64
penerima ..... 1, 23, 45
pengalaman..... 2, 21, 41
pengguna..... 1, 21, 58
pengirim dan penerima..... 6, 63
pengorganisasian .....41
peran ..... 1, 27, 47
percakapan..... 1, 21, 61
perhatian..... 1, 22, 42
perilaku ..... 9, 22, 41
persepsi ..... 21, 41, 63
perspektif psikologis .....21
persuasi .....7, 161, 183
perubahan perilaku..... 22, 121, 161
pesan ..... 1, 21, 41
pesan digital .....16, 46, 68
pesan internal..... 43
pesan persuasif..... 161, 197, 257
pesan publik..... 56, 223
pesan teks..... 61, 156
phubbing .....26, 64, 164
pihak terdampak ..... 256
platform.....1, 21, 47
platform digital .....3, 92, 139
preferensi ..... 64, 157, 222
privasi..... 64, 153, 162
produksi .....22, 104, 121
produksi konten .....222, 251, 268
proses komunikasi ..... 1, 22, 42
publik ..... 1, 21, 41
puskesmas..... 8, 25, 164
rangsangan..... 43
rekomendasi..... 21, 64, 120
relasi.....22, 47, 64
relevansi ..... 9, 23, 64

respons ..... 21, 41, 62
saluran komunikasi ..... 5, 23, 47
siaran pers ..... 197, 232
sikap ..... 3, 21, 68
simbol ..... 3, 27, 64
situasi ..... 1, 23, 41
strategi komunikasi ..... 7, 28, 48
struktur kelompok ..... 81
struktur organisasi ..... 36, 105
sumber ..... 7, 23, 42
tafsir ..... 19, 44, 62
takarir ..... 193, 225
tanggapan ..... 1, 24, 41
tanggung jawab ..... 8, 66, 86
tanggung jawab komunikasi ..... 161, 204, 241
tanggung jawab terhadap liyan ..... 243
tatap muka ..... 16, 61, 84
teknologi informasi dan komunikasi ..... 12, 112, 143
teori komunikasi ..... 21
tindakan ..... 2, 26, 41
transaksi ..... 53, 143, 248
tuduhan ..... 73, 219, 245
tugas ..... 8, 44, 67
tujuan ..... 1, 21, 41
Twitter ..... 13, 28, 92
umpan balik ..... 1, 23, 59
unggahan ..... 5, 30, 42
unit ..... 101
warga terdampak ..... 127, 183

# TENTANG PENULIS



**Haryati, S.I.Kom., M.I.Kom.** lahir di Pekanbaru pada 6 Mei 1974. Ia merupakan anak kedua dari empat bersaudara, putri dari pasangan almarhum Ali Nurdin dan Hasnah. Tumbuh dalam keluarga sederhana dengan kondisi ekonomi yang terbatas, Haryati telah mengenal arti perjuangan dan kemandirian sejak awal kehidupannya. Keterbatasan ekonomi keluarga sempat membuatnya belum dapat melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi setelah menyelesaikan pendidikan menengah atas di Madrasah Aliyah Negeri 1 (MAN 1) Pekanbaru. Namun, keadaan tersebut tidak memadamkan semangatnya untuk terus belajar dan meraih cita-cita.

Sebagai langkah awal untuk mengembangkan diri, ia menempuh pendidikan Diploma 1 pada jurusan Sekretaris Komputer di Widyaloka. Setelah menyelesaikan pendidikan tersebut, ia memperoleh kesempatan bekerja di PT Trakindo Utama, sebuah perusahaan swasta berskala internasional, dengan mengawali karier sebagai resepsionis. Pengalaman bekerja di lingkungan perusahaan profesional menjadi bekal penting dalam membangun kedisiplinan, kemandirian, keterampilan komunikasi, serta pemahaman mengenai dinamika organisasi dan dunia kerja.

Keinginan untuk terus meningkatkan kapasitas diri mendorongnya kembali menekuni pendidikan formal. Pada tahun 2008, ia berhasil menyelesaikan pendidikan Strata 1 (S1) di Universitas Karimun dan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.). Semangat belajar tersebut terus berlanjut hingga ia menyelesaikan pendidikan Magister (S2) di Universitas Dr. Soetomo, Surabaya, pada tahun 2016 dan memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi (M.I.Kom.).

Pada Desember 2016, Haryati memulai pengabdian sebagai dosen di Universitas Karimun. Sejak saat itu, dunia akademik menjadi ruang pengabdian sekaligus perjalanan intelektualnya dalam mengembangkan ilmu pengetahuan, melaksanakan pendidikan dan pengajaran, penelitian, serta pengabdian kepada masyarakat. Dalam perjalanan kariernya, ia dipercaya mengemban amanah sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Karimun serta Pelaksana Tugas (Plt.) Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.

Ketertarikannya terhadap dunia komunikasi terus mendorongnya untuk memperluas wawasan dan memperdalam kajian keilmuan. Saat ini, ia tengah menempuh pendidikan Program Doktor (S3) pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU), Medan. Fokus keilmuan dan ketertarikannya mencakup komunikasi sosial, komunikasi budaya, komunikasi politik, komunikasi organisasi, komunikasi publik, serta dinamika komunikasi dalam kehidupan masyarakat multikultural.

Selain menjalankan aktivitas akademik dan kepemimpinan, Haryati juga aktif dalam kegiatan literasi dan penulisan buku. Baginya, menulis merupakan salah satu bentuk kontribusi akademisi dalam mengembangkan pengetahuan, mendokumentasikan pemikiran, serta menyebarluaskan gagasan yang dapat memberikan manfaat bagi masyarakat.

Sejumlah karya buku dan kontribusi penulisannya antara lain:

1. *Pantun Sebagai Media Komunikasi dalam Prosesi Perkawinan Adat Melayu*.
2. *Pemilu dalam Perspektif Ilmu Komunikasi*.
3. *Komunikasi Pelayanan Perpustakaan dan Budaya Baca Masyarakat*.
4. *Membaca Film: Analisis Semiotika*.
5. *Komunikasi Organisasi* (Book Chapter).
6. *Komunikasi Politik* (Book Chapter).
7. *Manajemen Pelayanan Publik 4.0*.
8. *Penanggulangan Bencana dalam Berbagai Aspek Keilmuan* (Book Chapter).
9. *Profesi Kependidikan*.

10. *Strategi Komunikasi: Berdaya Implementasi Program The Gate Clean and Gold Melalui Kolaborasi Organisasi*.
11. *Komunikasi Massa*.

Perjalanan hidup dan akademiknya menjadi refleksi bahwa keterbatasan bukanlah penghalang untuk meraih pendidikan dan mengembangkan potensi diri. Baginya, pendidikan merupakan proses pembelajaran sepanjang hayat, sedangkan pengabdian adalah kesempatan untuk memberikan makna bagi kehidupan orang lain. Melalui dunia pendidikan dan penulisan, Haryati terus berupaya menghadirkan gagasan, berbagi pengetahuan, serta memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi dan masyarakat.

# TENTANG PENULIS



**Dr. Said Nuwrun Thasimmim, S.I.Kom., M.Si.** lahir di Tanjung Balai Karimun, Provinsi Kepulauan Riau, pada tanggal 28 Desember 1984. Putra kedua dari lima bersaudara, dari pasangan Alm Said Indra Iryansyah Adicipta dan Ratna Abdullah. Pendidikan dasar hingga sekolah menengah pertama ditempuh di kampung halaman, Tanjung Balai Karimun.

Pendidikan Sekolah Dasar diselesaikan di SD Negeri 002 Jalan Pendidikan Bukit Senang pada tahun 1997, kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 1 Tanjung Balai Karimun dan lulus pada tahun 2000. Demi memperluas wawasan, pengalaman, dan kemandirian, pendidikan menengah dilanjutkan di SMK 28 Oktober 1928 II Jakarta Selatan dan berhasil diselesaikan pada tahun 2003. Setelah lulus dari SMK, sempat menempuh pendidikan di salah satu perguruan tinggi swasta di Jakarta.

Namun, karena adanya permasalahan keluarga, pendidikan tersebut belum dapat diselesaikan sehingga memutuskan untuk kembali ke Kabupaten Karimun. Semangat untuk terus menempuh pendidikan tidak pernah surut. Pada tahun 2013 berhasil menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S-1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Karimun. Selanjutnya, pada tahun 2016 memperoleh gelar Magister Ilmu Administrasi dari Universitas Dr. Soetomo Surabaya. Pada tahun 2017 melanjutkan studi doktoral pada program Doctor of Philosophy in Real Estate and Facilities Management di Universiti Tun Hussein Onn Malaysia. Namun, karena keterbatasan biaya, studi tersebut belum dapat diselesaikan. Dengan tekad untuk

meraih pendidikan tertinggi, pada tahun 2022 kembali melanjutkan studi doktoral di Universitas Jambi dan berhasil menyelesaikan Program Doktor pada tahun 2025. Karier di bidang pendidikan tinggi dimulai sejak tahun 2008 di Universitas Karimun. Pengabdian diawali sebagai Staf Operator PDDIKTI pada periode 2008–2015, kemudian dipercaya menjabat sebagai Kepala Bagian Akademik dan PDDIKTI pada periode 2015–2019. Selanjutnya memperoleh amanah sebagai Wakil Rektor I Universitas Karimun pada periode 2019–2023 dan kembali dipercaya mengemban jabatan yang sama pada periode 2024–2028. Namun dengan berjalannya waktu yang mengharuskan restrukturisasi pada Universitas Karimun saya mengajukan diri sebagai Rektor ke 6 periode 2026 – 2030.

Selain itu, pernah mengemban amanah sebagai Ketua Senat Universitas Karimun selama dua periode, yaitu periode 2018–2020 dan periode 2020–2024. Berbagai pengalaman tersebut menjadi bagian penting dalam penguatan tata kelola perguruan tinggi, peningkatan mutu akademik, serta pengembangan kelembagaan Universitas Karimun.

Sejak tahun 2014 juga mengabdikan diri sebagai dosen tetap pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Karimun. Dalam menjalankan profesi sebagai dosen, senantiasa berkomitmen melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi yang meliputi pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Selain aktif dalam kegiatan akademik, juga memberikan pendampingan dan motivasi kepada dosen-dosen dalam pengembangan karier akademik, khususnya dalam pencapaian jabatan fungsional, sebagai bagian dari upaya meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan mutu perguruan

tinggi.

Pendidikan diyakini sebagai proses pembelajaran

sepanjang hayat, komitmen untuk terus mengembangkan kompetensi, memperluas wawasan, serta memberikan kontribusi nyata bagi kemajuan pendidikan tinggi senantiasa menjadi bagian dari perjalanan pengabdian, khususnya dalam bidang komunikasi, administrasi publik, tata kelola perguruan tinggi, kepemimpinan, dan pengembangan mutu pendidikan.

# SINOPSIS BUKU

Bagaimana makna pesan berubah ketika percakapan berlangsung melalui layar, algoritma mengatur visibilitas, dan setiap pengguna dapat menjadi produsen sekaligus penyebar informasi? Pertanyaan tersebut menjadi pintu masuk untuk memahami ilmu komunikasi di tengah transformasi digital. Dengan menguraikan konsep, unsur, proses, dan model komunikasi, buku ini membangun dasar teoretis yang diperlukan untuk membaca hubungan antara manusia, pesan, media, dan masyarakat.

Pembahasan bergerak dari komunikasi interpersonal, kelompok, organisasi, massa, dan antarbudaya menuju karakter media digital, platform, jaringan, serta budaya partisipatif. Perhatian diberikan pada perubahan pola interaksi, produksi dan distribusi informasi, pembentukan identitas, serta dinamika khalayak dalam lingkungan yang terhubung. Pemikiran tentang masyarakat jaringan dan budaya partisipatif digunakan untuk mengaitkan konsep akademik dengan praktik komunikasi yang dijumpai dalam kehidupan sehari-hari. Uraian yang sistematis membantu pembaca mengenali peluang sekaligus persoalan komunikasi digital, termasuk perubahan otoritas informasi dan tanggung jawab dalam pertukaran pesan. Sebagai pengantar, buku ini menyediakan kosakata konseptual dan kerangka analisis untuk memahami fenomena komunikasi secara kritis, bukan sekadar mengikuti perkembangan teknologi. Buku ini diperuntukkan bagi mahasiswa S1 Ilmu Komunikasi, dosen, serta pembaca umum yang membutuhkan pijakan akademik untuk menelaah komunikasi dalam masyarakat digital.