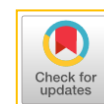


# Analisis Perkembangan dan Relevansi Teori Komunikasi Digital dalam Era Media Sosial: Suatu Kajian Literatur



Aditia Esthy Kurniawati<sup>1</sup>, Ratu Anna Lesmi Kencana<sup>2</sup>, Risma Solehah<sup>3</sup>, Ayi Haedar Saputra<sup>4</sup>, Dicky Muhammad Siddiq<sup>5</sup>

Hubungan Masyarakat & Komunikasi Digital, Politeknik Haji Anwar Sanusi

Jl. Raya Gununghalu Kp. Sawahlega Rt.02 Rw.11 Desa Warga Saluyu, Kecamatan Gununghalu, Kab. Bandung Barat, Jawa Barat, Indonesia (40565)

Email Korespondensi : aditiaesthykurniawati@poltekhas.ac.id

## ARTIKEL INFO

### Riwayat Artikel

Artikel masuk : 2024-11-20

Artikel direview : 2024-12-17

Artikel diperbaiki: 2024-12-20

Artikel diterima : 2024-12-23

### Kata Kunci

Teori Komunikasi Digital, Media Sosial, Analisis Tematik

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi dan menganalisis perkembangan serta relevansi teori komunikasi digital dalam menjelaskan fenomena komunikasi yang terjadi pada era media sosial. Transformasi komunikasi yang dipicu oleh kemajuan teknologi digital telah mengubah secara mendasar cara individu berinteraksi, bertukar informasi, dan membangun makna sosial di ruang virtual. Dalam konteks ini, teori komunikasi digital menjadi kerangka konseptual penting untuk memahami dinamika komunikasi kontemporer yang bersifat interaktif, adaptif, dan dipengaruhi oleh algoritme. Metode penelitian yang digunakan adalah *narrative review*, dengan fokus pada perubahan paradigma komunikasi, adaptasi teori-teori klasik, serta kemunculan teori baru yang menitikberatkan pada interaktivitas digital, keterlibatan pengguna, dan peran media sosial sebagai agen komunikasi global. Kajian ini menelusuri berbagai literatur akademik terkini melalui pencarian sistematis pada basis data ilmiah terindeks, kemudian dianalisis menggunakan pendekatan analisis tematik untuk mengidentifikasi pola konseptual, dinamika teori, serta arah perkembangan teori komunikasi digital. Hasil penelitian dianalisis dan dibahas secara mendalam untuk mengungkap implikasi teoretis dan praktis terhadap pengembangan ilmu komunikasi, terutama dalam memahami pergeseran dari model komunikasi linear menuju paradigma partisipatif yang berbasis jaringan dan algoritme media sosial. Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan perlunya rekontekstualisasi teori komunikasi agar tetap relevan dan responsif terhadap karakter komunikasi modern yang bersifat dinamis, partisipatif, serta terpersonalisasi. Selain itu, penelitian ini memberikan rekomendasi bagi studi lanjutan yang berfokus pada eksplorasi lebih mendalam mengenai interaktivitas digital, keterlibatan pengguna, serta dampak algoritmik terhadap proses komunikasi di era media baru.

**Kata kunci:** Teori Komunikasi Digital, Media Sosial, Analisis Tematik



This is an open-access article under the [CC-BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.



## I. Pendahuluan

Komunikasi global mengalami transformasi yang begitu mendasar, era baru dalam pola interaksi sosial, penyebaran informasi, serta pembentukan opini publik. Kemajuan teknologi komunikasi dan integrasi jaringan digital telah membawa umat manusia ke dalam fase komunikasi yang tidak lagi terikat oleh ruang dan waktu. Media sosial sebagai produk revolusi digital muncul bukan sekadar sebagai instrumen penyampaian pesan, tetapi menjadi ruang sosial yang bersifat cair, dinamis, dan interaktif. Melalui platform seperti Facebook, Instagram, TikTok, dll, proses komunikasi bergeser dari pertukaran pesan menjadi konstruksi identitas, negosiasi makna, dan pembentukan realitas kolektif. Fenomena ini menunjukkan komunikasi digital kontemporer tidak dapat dipahami dengan kerangka lama yang berorientasi linier, ia menuntut model teoritis baru yang mampu menafsirkan kompleksitas hubungan antara manusia, algoritma, dan sistem teknologi yang menopang interaksi sosial di dunia maya.

Komunikasi tradisional lebih menekankan relasi satu arah antara pengirim dan penerima pesan di mana produsen konten menjadi pusat kendali arus informasi, maka kehadiran media sosial mengubah secara fundamental paradigma tersebut. Interaksi yang terjadi kini bersifat dialogis, simultan, dan partisipatif. Setiap pengguna berperan ganda sebagai penerima sekaligus produsen pesan, menciptakan ekosistem komunikasi yang bersifat polisentris dan terdesentralisasi. Dalam situasi ini, teori komunikasi klasik yang lahir dari konteks media massa linier menjadi kurang memadai untuk menjelaskan pola komunikasi baru yang didorong oleh kecepatan, interaktivitas, dan logika algoritmik. Dengan demikian, muncul kebutuhan epistemologis untuk meninjau ulang teori-teori komunikasi digital agar mampu mengakomodasi karakter non-linier dan kolaboratif dari praktik komunikasi kontemporer.

Salah satu teori yang masih memiliki relevansi kuat dalam menjelaskan perilaku pengguna media sosial adalah **Uses and Gratifications Theory (UGT)**. Teori memiliki asumsi bahwa khalayak bersifat aktif dan rasional dalam memilih media sesuai kebutuhan, motivasi, serta orientasi tertentu. Whiting dan Williams (2013) menunjukkan bahwa dalam konteks media sosial, kebutuhan tersebut mencakup pencarian informasi, hiburan, ekspresi diri, pengisian waktu luang, serta pemenuhan kebutuhan interaksi sosial atau *social companionship*. Teori ini menandai pergeseran paradigma dari model stimulus-respons ke model yang berpusat pada pengguna, di mana individu diposisikan sebagai subjek yang mengarahkan pengalaman media mereka sendiri. Namun demikian, UGT masih menyisakan kelemahan dalam menjelaskan konteks komunikasi digital yang dimediasi oleh sistem algoritmik. Pengguna kini tidak sepenuhnya bebas menentukan pilihan, sebab perilaku mereka dipengaruhi oleh desain platform, mekanisme rekomendasi, dan logika ekonomi digital yang tersembunyi di balik antarmuka media sosial.

Konteks di Indonesia memperlihatkan dimensi menarik dalam penerapan teori ini. Hasil penelitian berjudul "*Survei Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Kota Padang Menggunakan Teori Uses and Gratifications*" menunjukkan bahwa mahasiswa memanfaatkan media sosial terutama untuk tujuan komunikasi interpersonal, memperluas jaringan sosial, serta mengakses informasi yang berkaitan dengan pendidikan dan kehidupan sehari-hari. Temuan tersebut menegaskan bahwa pola penggunaan media sosial di Indonesia sarat dengan nilai-nilai kolektivistik yang menonjolkan relasi kekeluargaan dan solidaritas komunitas, berbeda dengan orientasi individualistik yang kerap muncul dalam penelitian di negara-negara Barat. Oleh sebab itu, adaptasi teori UGT dalam konteks lokal menjadi penting untuk menegaskan dimensi sosio-kultural masyarakat Indonesia dalam membentuk perilaku komunikasi digitalnya.

Selain UGT, teori **Mediatization** juga memiliki peran penting dalam menjelaskan transformasi komunikasi modern. Hepp (2020) berpendapat bahwa mediatization merepresentasikan proses di mana media tidak lagi sekadar menjadi saluran penyampaian pesan, melainkan telah berfungsi sebagai lembaga sosial yang menstrukturkan kehidupan masyarakat. Media, dalam hal ini, menjadi agen yang mengorganisasi nilai, logika, serta praktik kehidupan modern. Dalam konteks media sosial, bentuk mediatization tampak melalui cara algoritma dan desain platform membentuk interaksi sosial, memengaruhi cara orang memandang diri mereka sendiri, dan menentukan dinamika hubungan antarmanusia di dunia digital. Media sosial bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga sistem sosial tempat manusia hidup, berpikir, dan berinteraksi.

Oleh karena itu, teori mediatization memperluas batas studi komunikasi dengan melihat media sebagai bagian integral dari realitas sosial, bukan sekadar instrumen teknologis.

Teori lain yang memiliki pengaruh besar terhadap kajian komunikasi digital adalah **Network Society Theory** yang diperkenalkan oleh Manuel Castells. Castells (2007) mengajukan konsep *mass self-communication*, yaitu bentuk komunikasi di mana individu memiliki kemampuan untuk memproduksi dan menyebarkan pesan secara luas tanpa bergantung pada lembaga redaksional tradisional. Dalam masyarakat jaringan ini, arus komunikasi bersifat horizontal, terbuka, dan non-hirarkis, memungkinkan setiap individu untuk mengekspresikan diri serta membangun pengaruh sosial. Fenomena seperti *citizen journalism*, *digital activism*, hingga *influencer politics* adalah manifestasi dari konsep tersebut. Namun, Castells juga menyoroti paradoks di balik demokratisasi ini: struktur jaringan yang tampak egaliter justru dikendalikan oleh segelintir korporasi global yang memonopoli algoritma dan infrastruktur digital. Konsekuensinya, lahirah bentuk baru ketimpangan informasi dan kekuasaan yang dikenal sebagai *data capitalism*, di mana data pribadi pengguna diubah menjadi komoditas ekonomi.

Selanjutnya, José van Dijck (2013) melalui **Connectivity Culture Theory** memperluas pemahaman mengenai dinamika media sosial dengan melihatnya sebagai sistem yang membentuk budaya konektivitas. Dalam pandangannya, keterhubungan digital bukanlah fenomena yang netral, melainkan merupakan hasil konstruksi ekonomi dan desain teknologi yang mendorong pengguna untuk terus berpartisipasi, berinteraksi, dan menghasilkan data. Keterlibatan pengguna di platform digital tidak hanya berfungsi sebagai ekspresi sosial, melainkan juga menjadi bagian dari mekanisme produksi nilai ekonomi berbasis data. Dengan demikian, konektivitas dalam media sosial mengandung dimensi ekonomi politik yang signifikan, karena setiap tindakan berbagi (*sharing*), memberi tanda suka (*liking*), atau berkomentar (*commenting*) merupakan kontribusi terhadap sirkulasi kapital digital. Budaya konektivitas ini menjelaskan mengapa masyarakat modern menunjukkan ketergantungan tinggi terhadap media sosial sekaligus menjadi bagian dari ekosistem ekonomi data global.

Keseluruhan teori tersebut memperlihatkan bahwa komunikasi digital tidak dapat direduksi hanya pada aspek teknologi, melainkan harus dipahami sebagai praktik sosial yang kompleks dan penuh dengan relasi kekuasaan. Oleh karena itu, teori komunikasi klasik yang hanya menitikberatkan pada hubungan antara pengirim dan penerima pesan perlu diperluas dengan memasukkan unsur teknologi, algoritma, serta ekonomi platform sebagai elemen kunci dalam struktur komunikasi kontemporer.

Urgensi pembaruan teori komunikasi digital semakin nyata ketika dihadapkan pada fenomena **fragmentasi ruang publik** dan munculnya *filter bubble* akibat mekanisme algoritmik. Sistem rekomendasi konten yang digunakan platform media sosial menciptakan pengalaman yang sangat personal dan memperkuat bias pengguna terhadap informasi yang sesuai dengan pandangan mereka. Akibatnya, ruang publik digital mengalami polarisasi yang tajam, menghambat dialog sosial yang sehat, dan menurunkan kohesi sosial. Dalam konteks ini, teori komunikasi perlu menjelaskan bagaimana algoritma bekerja sebagai mediator yang memengaruhi persepsi sosial serta membentuk opini publik secara tidak langsung.

Selain fragmentasi informasi, bentuk partisipasi pengguna juga mengalami perubahan mendasar. Dalam konteks media sosial, pengguna tidak lagi sekadar menjadi penerima informasi, melainkan aktor yang berperan sebagai pembuat, kurator, dan penyebar konten. Studi yang diterbitkan oleh *Emerald Insight* berjudul "*Applying Uses and Gratifications Theory to Understand Customer Participation in Social Media Brand Communities*" menegaskan bahwa motivasi partisipasi pengguna berkaitan erat dengan kebutuhan akan informasi, keterikatan terhadap merek, serta dorongan untuk berinteraksi sosial. Namun, partisipasi tersebut tidak sepenuhnya organik; ia dimediasi dan bahkan dimanipulasi oleh desain platform yang sengaja dirancang untuk menciptakan keterlibatan kuantitatif berbasis algoritma melalui *likes*, *shares*, dan *comments*.

Sementara itu, kontrol teknologi dalam bentuk algoritma menghadirkan bentuk kekuasaan baru dalam ruang digital. Algoritma tidak hanya menentukan konten yang terlihat, tetapi juga membentuk wacana publik dengan memprioritaskan jenis informasi tertentu berdasarkan logika ekonomi perhatian (*attention economy*). Dengan demikian, kekuasaan tidak lagi terletak pada pemilik media atau pemerintah, tetapi pada entitas algoritmik yang beroperasi tanpa transparansi dan akuntabilitas yang memadai. Fenomena ini menuntut perluasan cakupan teori komunikasi digital agar mencakup dimensi teknologi, kekuasaan, dan regulasi dalam kerangka analisisnya.

Krisis kepercayaan terhadap informasi yang muncul akibat maraknya hoaks dan disinformasi di media sosial memperparah kompleksitas ini. Ketika kecepatan distribusi informasi lebih diutamakan daripada akurasi, rasionalitas publik dalam memverifikasi informasi menjadi lemah. Dengan demikian, teori komunikasi perlu meninjau kembali asumsi dasarnya tentang audiens rasional, dan mulai memasukkan variabel psikologis serta struktural yang memengaruhi perilaku informasi di era digital.

Dalam konteks global-lokal, dinamika penggunaan media sosial juga sangat dipengaruhi oleh faktor budaya, literasi digital, serta kebijakan nasional. Penelitian di Indonesia menunjukkan bahwa platform seperti WhatsApp memiliki tingkat penggunaan yang jauh lebih tinggi dibanding media sosial lain, karena lebih sesuai dengan pola komunikasi interpersonal yang berakar pada nilai kekeluargaan. Hal ini menegaskan bahwa teori komunikasi digital perlu mempertimbangkan variasi konteks lokal agar mampu menjelaskan pola adopsi teknologi komunikasi secara lebih akurat.

Transformasi komunikasi digital juga dipercepat oleh pandemi COVID-19, yang menjadikan media digital sebagai medium utama untuk menjaga aktivitas sosial, pendidikan, dan profesional. Penelitian yang dilakukan oleh *Journal UIN Sunan Gunung Djati* menemukan bahwa meskipun konteks sosial berubah drastis, asumsi dasar UGT tetap relevan dalam menjelaskan motif penggunaan media di masa pandemi—terutama untuk memenuhi kebutuhan informasi, hiburan, dan interaksi sosial. Temuan ini memperlihatkan fleksibilitas teori komunikasi klasik ketika diaplikasikan dalam situasi krisis yang memaksa masyarakat bergantung sepenuhnya pada teknologi digital.

Melihat keseluruhan fenomena tersebut, dapat disimpulkan bahwa teori komunikasi digital perlu terus direkonstruksi agar mampu menangkap kompleksitas fenomena sosial yang dipengaruhi oleh interaktivitas pengguna, algoritmisasi, serta kapitalisme data. Pendekatan interdisipliner yang menggabungkan studi komunikasi dengan ekonomi politik, etika algoritma, dan kajian data menjadi semakin penting dalam membangun kerangka teoritis baru yang lebih komprehensif.

Komunikasi digital masa kini merupakan bentuk relasi sosial yang berlangsung dalam struktur ekonomi platform. Poell, Nieborg, dan van Dijck (2021) melalui konsep **Platformization of Communication** menjelaskan bahwa seluruh interaksi sosial, budaya, dan ekonomi kini termediatisasi oleh sistem platform digital yang berorientasi profit. Platformisasi ini menciptakan ketergantungan struktural masyarakat terhadap perusahaan teknologi yang mengendalikan arus informasi dan data pengguna. Dalam konteks ini, teori komunikasi harus berevolusi menjadi analisis multidimensional yang tidak hanya membahas pesan dan media, tetapi juga kekuasaan, ideologi, dan struktur ekonomi di balik sistem digital.

Dengan demikian, penelitian komunikasi digital modern tidak hanya bertujuan memetakan teori yang telah ada, tetapi juga mengidentifikasi celah konseptual (*research gap*) yang perlu dijawab. Pendekatan *narrative literature review* menjadi metode yang efektif untuk merangkum evolusi pemikiran teoretis, menilai relevansinya, serta menawarkan sintesis baru yang mampu menjawab tantangan komunikasi di era media sosial.

Akhirnya, urgensi penelitian tentang teori komunikasi digital terletak pada upayanya untuk menjembatani kesenjangan antara teori klasik dan realitas kontemporer yang kian kompleks. Media sosial, dengan logika algoritmik dan ekonomi datanya, menuntut pembacaan baru terhadap konsep-konsep komunikasi yang selama ini dianggap stabil. Oleh sebab itu, kajian mendalam terhadap evolusi teori komunikasi digital diharapkan mampu memberikan kontribusi ilmiah yang signifikan dalam memperkaya khazanah akademik di Indonesia maupun global, serta membuka ruang refleksi kritis mengenai relasi antara manusia, teknologi, dan kekuasaan dalam era konektivitas yang semakin total.

## II. Metode Penelitian

Penelitian ini dirancang dengan menggunakan pendekatan **kualitatif berbasis kajian literatur naratif (narrative literature review)**. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk menggali secara mendalam perkembangan konseptual dan relevansi teoritis dari komunikasi digital dalam konteks media sosial, bukan untuk melakukan pengujian hipotesis secara kuantitatif. Sebagaimana dikemukakan oleh Snyder (2019) dalam *Journal of Business Research*, metode *narrative*

*review* menekankan pada proses interpretatif, integratif, dan sintesis kritis terhadap literatur yang telah tersedia, sehingga mampu menghasilkan pemahaman konseptual yang utuh dan mendalam.

Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menelusuri lintasan evolusi teori komunikasi digital secara menyeluruh, mencakup teori klasik seperti **Uses and Gratifications Theory (UGT)**, **Mediatization Theory**, **Network Society**, dan **Culture of Connectivity**, sekaligus menilai adaptasi dan transformasinya terhadap dinamika sosial yang kini dimediasi oleh media digital dan algoritmik. Pendekatan ini memberikan ruang reflektif yang memungkinkan peneliti untuk menghubungkan antara tradisi pemikiran lama dengan tantangan konseptual yang muncul pada era platformisasi komunikasi.

#### 1. Sumber dan Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah **data sekunder**, yang dikumpulkan dari berbagai sumber ilmiah kredibel, baik nasional maupun internasional. Sumber data utama mencakup artikel jurnal akademik yang telah terindeks di **Scopus**, **Sinta (1-2)**, **DOAJ**, dan **Google Scholar**, untuk menjamin otoritas dan validitas ilmiah literatur yang digunakan. Selain itu, digunakan pula buku akademik, prosiding konferensi, laporan penelitian, serta artikel *open-access* yang relevan dengan fokus penelitian.

Untuk menjaga kesesuaian konteks temporal, literatur yang digunakan dibatasi pada periode publikasi **2015–2025**, agar tetap mencerminkan relevansi dan perkembangan mutakhir teori komunikasi digital. Pencarian literatur dilakukan melalui basis data akademik seperti **Scopus**, **Taylor & Francis Online**, **Emerald Insight**, **SAGE Journals**, **SpringerLink**, dan **Garuda Ristekdikti**, dengan prioritas pada jurnal bereputasi tinggi dan akses terbuka (*open access*) untuk menjamin transparansi serta verifikasi sumber data.

#### 2. Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data dilakukan melalui empat tahapan utama sebagaimana lazim diterapkan dalam *narrative literature review*, yaitu: **identifikasi literatur**, **seleksi dan penyaringan**, **ekstraksi dan koding data**, serta **sintesis naratif**.

Tahap **identifikasi literatur** dilakukan dengan menggunakan kombinasi kata kunci seperti *“digital communication theory”*, *“social media communication”*, *“mediatization”*, *“network society”*, *“uses and gratifications”*, dan *“connectivity culture”*. Strategi ini dirancang untuk menemukan publikasi yang secara konseptual dan empiris relevan dengan topik penelitian, serta memenuhi kriteria temporal (5–10 tahun terakhir) dan relevansi akademik.

Tahap **seleksi dan penyaringan literatur** melibatkan proses evaluasi terhadap kelayakan sumber berdasarkan kriteria **inklusi** dan **eksklusi**.

Kriteria **inklusi** mencakup:

- a. publikasi ilmiah yang telah melalui proses *peer review*;
- b. artikel yang membahas teori komunikasi digital, media sosial, atau pendekatan konseptual serupa; dan
- c. publikasi yang diterbitkan pada rentang waktu 2015–2025.

Sementara itu, kriteria **eksklusi** meliputi:

- a. artikel non-akademik seperti blog, opini, atau berita populer;
- b. publikasi tanpa kejelasan metodologis; dan
- c. penelitian dengan fokus non-komunikatif seperti ekonomi digital murni atau studi teknologis tanpa dimensi sosial.

Setelah proses seleksi, dilakukan **ekstraksi dan koding data**, di mana setiap literatur yang lolos kriteria diorganisasikan ke dalam matriks sintesis berisi informasi utama seperti nama penulis, tahun publikasi, tujuan penelitian, teori yang digunakan, pendekatan metodologis, dan hasil utama. Tahap ini diikuti dengan **koding tematik**, yakni proses kategorisasi berdasarkan kesamaan topik, untuk mengelompokkan literatur ke dalam beberapa tema konseptual utama, antara lain:

1. Evolusi dan perkembangan teori komunikasi digital,
2. Relevansi UGT terhadap praktik komunikasi di media sosial,
3. Dinamika *mediatization* dalam lingkungan digital,
4. Peran jaringan dan kekuasaan dalam teori *Network Society*, dan
5. Budaya konektivitas serta ekonomi data dalam media sosial modern.

Tahap akhir berupa **sintesis naratif**, yang bertujuan menyusun integrasi konseptual dari berbagai hasil penelitian terdahulu. Melalui pendekatan ini, peneliti menyatukan temuan-temuan yang beragam ke dalam kerangka teori komunikasi digital yang utuh, serta menginterpretasikan implikasi teoretisnya terhadap perkembangan sosial dan teknologi masa kini.

### 3. Kriteria Validitas dan Kredibilitas Data

Untuk memastikan keabsahan dan keandalan hasil penelitian, diterapkan strategi verifikasi yang ketat. Pertama, seluruh sumber literatur yang digunakan harus berasal dari publikasi ilmiah bereputasi tinggi dan telah melalui proses *peer review*. Kedua, penelitian ini mengombinasikan perspektif global dan lokal untuk menjaga keseimbangan konteks akademik antara temuan internasional dan kondisi nasional. Ketiga, dilakukan upaya untuk mencegah duplikasi referensi dan memastikan distribusi sumber yang representatif dari berbagai wilayah dan tradisi akademik.

Selain itu, penelitian ini menerapkan **triangulasi teori**, yaitu perbandingan lintas kerangka konseptual antara teori klasik dan teori kontemporer dalam komunikasi digital. Tujuannya untuk menghindari bias paradigma tunggal dan memastikan bahwa analisis bersifat seimbang, kritis, dan komprehensif. Melalui triangulasi ini, interpretasi hasil sintesis dapat mencerminkan keberagaman pandangan serta memperkaya pemahaman terhadap kompleksitas fenomena komunikasi digital di era media sosial.

### 4. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan **analisis tematik (thematic analysis)** sebagaimana diuraikan oleh Braun dan Clarke (2006). Pendekatan ini dipilih karena mampu menstrukturkan temuan secara sistematis berdasarkan pola-pola konseptual yang muncul dari hasil sintesis literatur. Proses analisis dilakukan melalui enam tahapan utama, yaitu:

- a. **Familiarisasi dengan data**, yakni membaca seluruh literatur secara berulang untuk memahami konteks dan isi konseptual secara mendalam.
- b. **Penyusunan kode awal**, dengan menandai ide utama, teori kunci, atau hasil empiris signifikan dari setiap publikasi.
- c. **Identifikasi tema utama**, dengan mengelompokkan kode serupa menjadi kategori tematik seperti evolusi teori, relevansi konseptual, serta tantangan empiris komunikasi digital.
- d. **Peninjauan tema**, untuk memastikan konsistensi dan koherensi antar-literatur dalam setiap kategori.
- e. **Pemberian nama dan definisi tema**, agar setiap tema memiliki batasan teoretis yang eksplisit dan dapat dijelaskan secara akademik.
- f. **Penyusunan narasi hasil**, yaitu proses integratif yang menghubungkan antar-tema ke dalam kerangka teori komunikasi digital, sehingga menghasilkan pemahaman menyeluruh tentang dinamika konseptual di era media sosial.

Untuk menjaga ketepatan dan transparansi analisis, digunakan perangkat lunak **NVivo 14** dalam proses koding dan pemetaan tema. Aplikasi ini membantu pengelolaan literatur secara sistematis dan memungkinkan visualisasi hubungan antar-tema. Manajemen referensi dilakukan menggunakan **Zotero**, sehingga seluruh sitasi mengikuti standar **APA Style edisi ke-7** dan dapat ditelusuri secara akurat.

### 5. Keterbatasan Pendekatan

Sebagai kajian berbasis literatur, penelitian ini memiliki keterbatasan inheren karena tidak melibatkan pengumpulan data primer melalui wawancara, observasi, atau survei lapangan. Namun, sifat reflektif dan konseptual dari pendekatan *narrative review* justru memberikan keunggulan metodologis: ia memungkinkan eksplorasi luas terhadap literatur lintas konteks, teori, dan disiplin ilmu tanpa batasan spasial maupun temporal yang ketat.

Selain itu, pendekatan ini bersifat interpretatif sehingga kualitas temuan sangat bergantung pada ketepatan seleksi literatur dan kedalaman analisis peneliti. Oleh karena itu, proses kurasi literatur dilakukan secara hati-hati dan kritis untuk meminimalkan bias dan memastikan kesahihan konseptual hasil sintesis.

Dengan kerangka metodologis seperti ini, penelitian diharapkan dapat menyumbang pemahaman yang komprehensif dan sistematis mengenai arah evolusi teori komunikasi digital. Lebih jauh lagi, hasilnya diharapkan dapat memperlihatkan sejauh mana teori-teori tersebut masih relevan dan adaptif dalam menjelaskan dinamika komunikasi di era media sosial yang ditandai oleh interaktivitas pengguna, dominasi algoritma, serta ekonomi data global.

### III. Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa teori komunikasi digital telah mengalami transformasi epistemologis dan konseptual yang sangat signifikan dalam dua dekade terakhir. Pergeseran paradigma dari model komunikasi linear menuju model jaringan partisipatif menandai perubahan mendasar dalam cara manusia berkomunikasi, berinteraksi, dan membangun makna di ruang digital. Jika pada masa lalu komunikasi cenderung bersifat satu arah, maka kini arus informasi berlangsung simultan, bersifat multi-arah, dan dimediasi oleh infrastruktur teknologi yang kompleks. Pengguna, algoritma, dan platform menjadi aktor utama dalam proses produksi, distribusi, dan konsumsi makna di ekosistem komunikasi kontemporer.

Temuan ini berhubungan langsung dengan tujuan penelitian yang berupaya menelaah evolusi serta relevansi teori komunikasi digital dalam menghadapi dinamika media sosial. Kajian ini juga menilai sejauh mana teori-teori klasik seperti *Uses and Gratifications Theory* (UGT) dan *Mediatization Theory* masih relevan dalam menjelaskan realitas komunikasi yang kini dimediasi oleh algoritma dan platform digital. Hasil analisis menunjukkan bahwa kedua teori tersebut tetap penting secara paradigmatis, namun keduanya perlu diperluas dengan memasukkan dimensi teknologi, algoritmik, serta ekonomi data yang menjadi fondasi komunikasi digital modern (Poell, Nieborg, & van Dijck, 2021).

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa teori komunikasi digital tidak cukup diperlakukan sebagai hasil adaptasi dari teori klasik semata, melainkan harus dikembangkan menjadi kerangka konseptual baru yang bersifat interdisipliner. Kajian ini memperlihatkan bahwa evolusi teori komunikasi kini bergeser ke arah hibriditas ilmu, yang menggabungkan pendekatan komunikasi, sosiologi jaringan, ekonomi politik digital, serta studi budaya dan teknologi.

#### 1. Interpretasi Temuan dalam Kerangka Teori Komunikasi Digital

##### a. Reinterpretasi *Uses and Gratifications Theory* (UGT)

UGT, yang pada awalnya dikembangkan untuk menjelaskan motivasi individu dalam memilih media massa, kini mengalami perluasan makna dalam konteks media sosial. Dalam era digital, gratifikasi yang dicari pengguna tidak lagi terbatas pada fungsi informatif dan hiburan, tetapi juga mencakup aspek emosional, identitas, dan eksistensial. Studi Alhabash et al. (2019) mengidentifikasi adanya dimensi baru seperti *self-validation*, *social approval*, dan *digital belonging*, yang menggambarkan kebutuhan pengguna untuk memperoleh pengakuan sosial di ruang maya.

Meski demikian, UGT memiliki keterbatasan karena masih menempatkan individu sebagai agen rasional yang sepenuhnya bebas memilih media. Dalam kenyataannya, perilaku pengguna kini dibentuk oleh sistem algoritmik yang mengatur aliran informasi, mempersonalisasi konten, serta mengarahkan pola konsumsi media. Gillespie (2018) menegaskan bahwa algoritma bukan sekadar instrumen teknis, melainkan aktor sosial yang memiliki "logika normatif" dalam menentukan apa yang layak dilihat dan dikonsumsi publik. Oleh sebab itu, teori UGT perlu diintegrasikan dengan *algorithmic communication theory* dan *platform studies*, agar dapat menjelaskan bagaimana teknologi turut membentuk motivasi dan pengalaman pengguna dalam ekosistem digital.

Dalam konteks Indonesia, reinterpretasi UGT menunjukkan bahwa motivasi penggunaan media sosial juga berakar pada nilai-nilai sosial budaya. Pengguna Indonesia cenderung menggunakan media digital untuk menjaga hubungan kekeluargaan, memperkuat solidaritas sosial, dan menegaskan identitas kolektif. Hal ini memperlihatkan bahwa gratifikasi dalam masyarakat Indonesia tidak hanya bersifat individual, tetapi juga kultural, dan karena itu perlu pendekatan teoritik yang lebih kontekstual dan multikultural.

##### b. Relevansi *Mediatization Theory*

*Mediatization Theory* memberikan lensa konseptual untuk memahami bagaimana media telah menjadi institusi sosial yang mengorganisasi kehidupan modern. Hepp (2020) memperkenalkan konsep *deep mediatization*, yang menunjukkan bahwa seluruh aspek kehidupan kini berlangsung melalui sistem mediasi digital – mulai dari ekonomi, politik, hingga ekspresi budaya personal. Media sosial tidak hanya merepresentasikan realitas sosial, tetapi juga mengonstruksi dan mengintervensinya.

Dalam konteks kehidupan sehari-hari, bentuk mediatization kini tidak hanya bersifat institusional, melainkan juga personal dan eksistensial. Penelitian Krotz & Couldry (2021) selama masa pandemi COVID-19 menunjukkan bahwa platform seperti Zoom, WhatsApp, dan Instagram menjadi sarana utama bagi masyarakat untuk melanjutkan fungsi sosial, emosional, bahkan spiritual mereka. Hal ini menandakan bahwa konsep “kehadiran sosial” bergeser dari bentuk fisik menjadi digital. Identitas diri dan hubungan sosial kini didefinisikan melalui aktivitas daring, sehingga batas antara kehidupan nyata dan virtual menjadi semakin kabur.

Dengan demikian, teori mediatization tidak lagi hanya berbicara tentang pengaruh media terhadap masyarakat, tetapi tentang bagaimana masyarakat itu sendiri menjadi bagian integral dari sistem mediasi digital. Pendekatan ini sangat relevan untuk memahami fenomena *influencer culture*, *digital self-branding*, dan performativitas identitas di ruang daring, di mana eksistensi sosial seseorang kini ditentukan oleh visibilitas dan keterlibatan digitalnya.

### c. Network Society dan Perubahan Struktur Kekuasaan

Dalam kerangka *Network Society Theory* yang dikemukakan oleh Manuel Castells, komunikasi digital membentuk tatanan sosial baru yang berbasis jaringan dan bersifat desentralistik. Castells (2009) menjelaskan konsep *mass self-communication* untuk menggambarkan kekuatan individu atau komunitas dalam memproduksi pesan yang dapat menjangkau massa global tanpa melalui lembaga media tradisional. Fenomena ini menjelaskan munculnya *citizen journalism*, *digital activism*, hingga *hashtag movements* seperti #MeToo, #BlackLivesMatter, dan #ReformasiDikorupsi yang mengubah wajah advokasi sosial.

Namun, Castells juga mengingatkan bahwa masyarakat jaringan tidak sepenuhnya egaliter. Struktur kekuasaan baru justru muncul dalam bentuk dominasi platform digital yang berperan sebagai *gatekeeper* informasi. Penelitian Törnberg (2023) mengonfirmasi bahwa algoritma media sosial berperan penting dalam memperkuat polarisasi, menciptakan *echo chamber*, dan memperdalam bias kognitif pengguna. Dalam konteks ini, teori jaringan perlu diperluas dengan pendekatan *algorithmic politics* untuk memahami relasi kuasa yang tersembunyi di balik sistem distribusi informasi.

Kekuasaan di era jaringan tidak lagi berwujud institusional, tetapi algoritmik – sebuah bentuk kekuasaan tanpa wajah yang menentukan visibilitas pesan, relevansi isu, dan arah opini publik. Oleh sebab itu, teori komunikasi masa depan perlu mengkaji bagaimana mekanisme teknologi ini membentuk struktur sosial, ideologi, dan bahkan demokrasi digital.

## 2. Komparasi dengan Penelitian Sebelumnya

Temuan penelitian ini konsisten dengan sejumlah studi nasional dan internasional yang mengonfirmasi bahwa teori komunikasi digital tengah bergerak ke arah pendekatan interdisipliner. Poell, Nieborg, dan van Dijck (2021) menegaskan bahwa komunikasi kini berlangsung dalam ekosistem platformisasi (*platformization of communication*), di mana seluruh bentuk interaksi sosial termediasi oleh logika ekonomi data dan algoritma.

Sementara itu, Rachmawati & Fitriah (2022) dalam *Jurnal Komunikasi dan Media* menyoroti bagaimana generasi muda Indonesia menggabungkan ekspresi budaya lokal dengan gaya komunikasi global di media sosial. Fenomena ini memperluas kerangka mediatization ke dalam konteks budaya non-Barat, menegaskan pentingnya pendekatan komunikasi yang berorientasi multikultural.

Di sisi lain, Baym (2018) dalam *Personal Connections in the Digital Age* mengungkap paradoks komunikasi digital, di mana media sosial memperkuat hubungan sosial sekaligus meningkatkan tekanan performatif (*performative connectedness*). Hal ini memperlihatkan bahwa komunikasi digital tidak hanya menciptakan keterhubungan, tetapi juga menuntut representasi diri yang terus-menerus di ruang publik digital.



Dengan demikian, hasil penelitian ini berkontribusi terhadap pemahaman global bahwa komunikasi digital bukan hanya fenomena teknologi, melainkan proses sosial yang kompleks, penuh negosiasi makna, serta dipengaruhi oleh dimensi ekonomi dan politik.

### 3. Kontribusi Ilmiah dan Teoretis

Penelitian ini menawarkan kontribusi penting pada tiga ranah utama. Pertama, dari segi **konseptual**, kajian ini mengusulkan model sintesis bernama *Digital Communication Framework*, yang memposisikan pengguna, algoritma, dan platform sebagai tiga pilar utama komunikasi kontemporer. Model ini menjembatani teori klasik yang berfokus pada individu dengan teori kontemporer yang menekankan struktur teknologi dan ekonomi digital.

Kedua, dari segi **metodologis**, penelitian ini membuktikan bahwa pendekatan *narrative literature review* efektif untuk mengidentifikasi celah konseptual (*research gap*) dan mengintegrasikan literatur lintas disiplin. Pendekatan ini memperkaya metodologi kajian komunikasi yang selama ini cenderung empiris-positivistik.

Ketiga, dari sisi **empiris-konseptual**, penelitian ini menegaskan pentingnya konteks lokal dalam memahami komunikasi digital. Fenomena penggunaan media sosial di Indonesia menunjukkan bahwa nilai-nilai komunitas, solidaritas sosial, dan budaya kolektivistik masih mendominasi, sekaligus membedakan praktik komunikasi digital Indonesia dari pola Barat yang lebih individualistik.

#### a. Keterbatasan Penelitian

Meskipun memberikan kontribusi teoretis yang luas, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, penelitian ini sepenuhnya berbasis pada sumber sekunder, sehingga tidak menyertakan data primer untuk menguji validitas teoritik dalam konteks empiris. Kedua, cakupan literatur masih terbatas pada publikasi berbahasa Inggris dan Indonesia, sehingga belum mencakup perspektif non-Barat secara menyeluruh. Ketiga, penelitian ini belum menguji integrasi antar-teori secara langsung dalam konteks perilaku pengguna media sosial Indonesia.

Namun demikian, keterbatasan ini justru membuka peluang untuk penelitian lanjutan dengan pendekatan *mixed methods*, *computational communication analysis*, atau *digital ethnography*, yang dapat memverifikasi teori dan menemukan pola baru komunikasi digital di tingkat mikro dan makro.

#### b. Implikasi Penelitian

Hasil pembahasan ini memiliki beberapa implikasi praktis dan akademik. Bagi kalangan akademisi, penelitian ini menegaskan pentingnya pembaruan kurikulum teori komunikasi agar lebih responsif terhadap realitas algoritmik, etika digital, serta ekonomi platform. Kajian komunikasi masa depan perlu memasukkan dimensi teknologi dan datafikasi sebagai bagian integral dari pembentukan makna sosial.

Bagi praktisi media dan pembuat kebijakan, hasil ini menjadi dasar untuk merumuskan strategi komunikasi digital yang lebih etis, transparan, dan inklusif. Pemahaman tentang cara algoritma bekerja sangat penting dalam menjaga integritas ruang publik digital dan menghindari manipulasi informasi.

Sementara bagi masyarakat umum, penelitian ini mendorong peningkatan literasi media digital agar pengguna lebih sadar akan bagaimana platform membentuk pengalaman komunikatif mereka. Literasi algoritmik menjadi kompetensi baru yang diperlukan agar masyarakat tidak hanya mampu menggunakan media, tetapi juga memahami cara kerja sistem yang mengatur interaksi mereka.

Penelitian ini tidak hanya memperluas horizon teoritis studi komunikasi digital, tetapi juga memberikan arah praktis bagi pengembangan kebijakan, pendidikan, dan kesadaran publik terhadap dinamika komunikasi di era algoritma dan konektivitas global.

## IV. Penutup

### 1. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa teori komunikasi digital telah mengalami transformasi mendasar dari paradigma linier menuju paradigma jaringan yang bersifat partisipatif, interaktif, dan algoritmik. Melalui pendekatan **narrative literature review**, ditemukan bahwa teori-teori klasik seperti *Uses and Gratifications Theory* (UGT), *Mediatization Theory*, *Network Society*, dan *Culture of Connectivity* masih memiliki relevansi konseptual. Namun, teori-teori tersebut perlu diperluas agar mampu menjelaskan dinamika komunikasi yang kini dimediasi oleh teknologi digital dan sistem platform (Castells, 2009; van Dijck, 2013).

Media sosial tidak lagi sekadar berfungsi sebagai saluran komunikasi, melainkan telah menjadi **infrastruktur sosial** yang membentuk pola interaksi, konstruksi identitas, dan relasi kekuasaan di ruang publik digital. Komunikasi digital masa kini bersifat **ekosistemik**, dipengaruhi oleh relasi dinamis antara pengguna, algoritma, serta struktur teknologi (Couldry & Hepp, 2017). Oleh karena itu, teori komunikasi masa depan harus memperhitungkan integrasi antara aspek manusia dan mesin dalam proses pembentukan makna.

Selain itu, arah perkembangan teori komunikasi digital menunjukkan kecenderungan menuju paradigma yang **integratif dan interdisipliner**, dengan memadukan kajian media, sosiologi jaringan, serta etika teknologi. Model komunikasi partisipatif yang berpusat pada pengguna telah berevolusi menjadi model *platformized communication*, di mana kontrol informasi dan visibilitas pesan ditentukan oleh desain serta logika algoritma (Gillespie, 2018). Kondisi ini menuntut rekontekstualisasi teori komunikasi agar mampu menjelaskan tidak hanya perilaku individu dalam menggunakan media, tetapi juga bagaimana teknologi membingkai pengalaman sosial, budaya, dan politik di era digital.

## 2. Saran

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian komunikasi digital ke depan perlu diarahkan pada **pengembangan teori yang menjembatani dimensi mikro dan makro**. Dimensi mikro mencakup pengalaman pengguna, sedangkan dimensi makro meliputi struktur platform, logika algoritmik, dan regulasi digital. Pendekatan empiris seperti *computational communication research* dan *critical data studies* dapat digunakan untuk melengkapi hasil kajian teoritis yang diperoleh melalui penelitian berbasis literatur (Kitchin, 2014; Marres, 2017).

Dengan demikian, pengembangan teori komunikasi digital yang bersifat adaptif akan memperkuat kapasitas akademik dalam memahami ekosistem media yang terus berubah. Teori-teori tersebut diharapkan mampu menjelaskan dinamika komunikasi manusia di era media sosial yang semakin kompleks dan berorientasi pada algoritma.

## Daftar Pustaka

- Alhabash, S., Chiang, Y.-H., & Huang, K. (2019). *Why do we use Facebook? Uses and gratifications of Facebook use and Facebook addiction*. *Journal of Health Communication*, 24(6), 493–501. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10410236.2018.1548332>
- Baym, N. K. (2018). *Personal connections in the digital age* (2nd ed.). Wiley-Blackwell. <https://www.wiley.com/en-us/Personal+Connections+in+the+Digital+Age%2C+2nd+Edition-p-9780745695882>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). *Using thematic analysis in psychology*. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford University Press. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/46>
- Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. Yale University Press. <https://yalebooks.yale.edu/book/9780300261334/custodians-of-the-internet/>
- Hepp, A. (2020). *Deep mediatization*. Routledge. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/17427665221135094>
- Hug, T., & Leschke, R. (2021). *Medialization & Mediatization: A conceptual differentiation*. *Media Theory Journal*, 5(2). <https://mediatheoryjournal.org/2021/07/06/hug-leschke-medialization-mediatization/>
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). *Uses and gratifications research*. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523. <https://doi.org/10.1086/268109>

- Krotz, F., & Couldry, N. (2021). *Mediatization in times of pandemic*. *European Journal of Communication*, 36(3), 1–16. <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC9234375/>
- Poell, T., Nieborg, D. B., & van Dijck, J. (2021). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press. <https://global.oup.com/academic/product/platform-society-9780190889760>
- Rachmawati, A., & Fitriah, S. (2022). *Identitas digital generasi muda Indonesia: Perspektif mediatization dan budaya konektivitas*. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 6(2), 55–70. <https://journal.unair.ac.id/JKM.html>
- Sari, D. M. (2020). *Uses and Gratifications Theory pada pengguna Instagram: Analisis perilaku komunikasi mahasiswa*. *Jurnal Komunikasi Universitas Hasanuddin*, 5(1), 23–34. <https://journal.unhas.ac.id/index.php/jkom/article/view/11843>
- Snyder, H. (2019). *Literature review as a research methodology: An overview and guidelines*. *Journal of Business Research*, 104, 333–339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- Törnberg, P. (2023). *The algorithmic structure of disinformation*. *Social Media + Society*, 9(1). <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/20563051221131923>
- Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press. <https://global.oup.com/academic/product/the-culture-of-connectivity-9780199970773>
- Whiting, A., & Williams, D. (2013). *Why people use social media: A uses and gratifications approach*. *Qualitative Market Research*, 16(4), 362–369. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/QMR-06-2013-0041/full/html>