MEDIA DAN KOMUNIKASI

Teori, Praktik, dan Perkembangan Digital

Tim Penulis:
Musdalipa R, Syubhan Akib, Nofia Natasari, Susiana Dewi Ratih,
Athik Hidayatul Ummah, Ummy Chairiyah, Maya Sari, Ovi Olivia Belida,
Ni Putu Sinta Dewi, Fachrul Rozie, Lintang Citra Christiani



MEDIA DAN KOMUNIKASI

Teori, Praktik, dan Perkembangan Digital

Tim Penulis:
Musdalipa R, Syubhan Akib, Nofia Natasari, Susiana Dewi Ratih, Athik Hidayatul Ummah, Ummy Chairiyah, Maya Sari, Ovi Olivia Belida, Ni Putu Sinta Dewi, Fachrul Rozie, Lintang Citra Christiani

Penerbit Widina

MEDIA DAN KOMUNIKASI:
TEORI, PRAKTIK, DAN PERKEMBANGAN DIGITAL

Tim Penulis:
Musdalipa R, Syubhan Akib, Nofia Natasari, Susiana Dewi Ratih, Athik Hidayatul Ummah, Ummy Chairiyah, Maya Sari, Ovi Olivia Belida, Ni Putu Sinta Dewi, Fachrul Rozie, Lintang Citra Christiani

Desain Cover:
Helmaria Ulfa

Sumber Ilustrasi:
www.freepik.com

Tata Letak:
Handarini Rohana

Editor:
Neng Rismawati

ISBN:
978-634-317-403-5

Cetakan Pertama:
Oktober, 2026

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang
by Penerbit Widina Media Utama

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT:
WIDINA MEDIA UTAMA
Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI No. 519/JBA/2025
Website: www.penerbitwidina.com
Instagram: @penerbitwidina
Telepon (022) 87355370

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga buku berjudul "Media dan Komunikasi: Teori, Praktik, dan Perkembangan Digital" ini dapat diselesaikan dengan baik.

Dunia komunikasi saat ini tengah berada dalam pusaran transformasi yang sangat cepat. Kehadiran teknologi digital tidak hanya mengubah cara manusia bertukar pesan, tetapi juga merevolusi struktur industri media, pola interaksi sosial, hingga cara kita memandang realitas. Buku ini disusun dengan tujuan utama untuk memberikan pemahaman yang komprehensif dan multidimensional mengenai perkembangan ilmu komunikasi, mulai dari fondasi teoretis klasik hingga dinamika kontemporer di era digital.

Buku ini dirancang secara sistematis ke dalam sebelas bab untuk memandu pembaca memahami kompleksitas media. Pembahasan dimulai dengan dasar-dasar ilmu komunikasi dan evolusi teori yang menjadi landasan berpikir para akademisi dan praktisi. Selanjutnya, buku ini membedah berbagai jenis media dari cetak hingga *media social* serta menelaah proses komunikasi dalam berbagai tingkatan, baik interpersonal, kelompok, maupun massa.

Lebih jauh lagi, buku ini tidak hanya berhenti pada aspek teknis dan praktis, tetapi juga menyentuh aspek-aspek krusial seperti etika, hukum media, dan dampak sosiokultural yang ditimbulkan oleh konvergensi teknologi. Topik-topik mutakhir seperti *Big Data*, algoritma, budaya siber, hingga fenomena filter *bubble* turut dibahas sebagai bentuk respons terhadap tantangan nyata di masa depan.

Akhir kata, semoga buku ini mampu memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu komunikasi di Indonesia dan menjadi pemantik diskusi yang bermakna di tengah perkembangan era digital yang dinamis.

Oktober, 2026
Tim Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR ..... **iii**
DAFTAR ISI ..... **iv**
BAB 1 PENDAHULUAN **1**
A. Pendahuluan 1
B. Pengertian Media 4
C. Pengertian Komunikasi 5
D. Unsur-Unsur Komunikasi 6
E. Fungsi Media dan Komunikasi 9
F. Rangkuman Materi 11
BAB 2 EVOLUSI TEORI ILMU KOMUNIKASI: DARI KLASIK HINGGA ERA DIGITAL **15**
A. Pendahuluan 15
B. Model-Model Komunikasi: Fondasi Pemahaman Proses 22
C. Teori Ilmu Komunikasi Klasik 26
D. Teori Ilmu Komunikasi Modern 30
E. Perkembangan Teori Komunikasi: Adaptasi dan Konvergensi di Era Digital 35
F. Rangkuman Materi 38
BAB 3 JENIS-JENIS MEDIA **41**
A. Pendahuluan 41
B. Media Cetak 42
C. Media Elektronik 46
D. Media Digital 50
E. Media Sosial 55
F. Rangkuman Materi 59
BAB 4 PROSES KOMUNIKASI **63**
A. Pendahuluan 63
B. Perubahan Pola Komunikasi di Era Digital 65
C. Proses Komunikasi 67
D. Komunikasi Verbal 70
E. Komunikasi Nonverbal 72
F. Komunikasi Interpersonal 74

G. Komunikasi Kelompok 79
H. Rangkuman Materi 81
BAB 5 KOMUNIKASI MASSA DALAM EKOSISTEM MEDIA DIGITAL ..85
A. Pendahuluan 85
B. Pengertian Komunikasi Massa 88
C. Karakteristik Komunikasi Massa 90
D. Fungsi Komunikasi Massa 94
E. Dampak Komunikasi Massa 104
F. Transformasi Komunikasi Massa di Era Digital 107
G. Rangkuman Materi 111
BAB 6 MEDIA DAN MASYARAKAT 113
A. Pendahuluan 113
B. Peran Media dalam Masyarakat 114
C. Pengaruh Media terhadap Perilaku 118
D. Media dan Budaya 121
E. Media dan Opini Publik 125
F. Rangkuman Materi 129
BAB 7 ETIKA DAN HUKUM MEDIA MASSA 131
A. Pendahuluan 131
B. Etika Komunikasi 132
C. Kode Etik Jurnalistik 134
D. Regulasi Media 139
E. Tanggung Jawab Media 147
F. Rangkuman Materi 150
BAB 8 MEDIA & TEKNOLOGI INFORMASI 153
A. Pendahuluan 153
B. Perkembangan Teknologi Media 155
C. Konvergensi Media 162
D. *Big Data* dan Media 169
E. Keamanan Informasi 174
F. Rangkuman Materi 178
BAB 9 STRATEGI KOMUNIKASI MEDIA 181
A. Pendahuluan 181
B. Konsep Dasar Strategi Komunikasi Media 184
C. Teori Pendukung Strategi Komunikasi Media 185

D. Model Perencanaan Strategi Komunikasi Media 187
E. Strategi Komunikasi di Era Media Sosial..... 188
F. Komunikasi Media dalam Situasi Krisis 190
G. Peran Konten dalam Strategi Komunikasi Media..... 191
H. Pengukuran dan Evaluasi Strategi Komunikasi Media 192
I. Dimensi Etika dalam Strategi Komunikasi Media..... 193
J. Strategi Komunikasi Media dalam Konteks Indonesia 195
K. Strategi Komunikasi Media untuk Organisasi Nirlaba dan Sektor Publik..... 196
L. Inovasi Teknologi dan Masa Depan Strategi Komunikasi Media..... 197
M. Rangkuman Materi 199
BAB 10 TANTANGAN DAN MASA DEPAN MEDIA DAN KOMUNIKASI 201
A. Pendahuluan..... 201
B. Transformasi Media dan Komunikasi di Era Digital..... 203
C. Perkembangan Teknologi dalam Media dan Komunikasi ... 205
D. Tantangan Media dan Komunikasi di Era Digital..... 206
E. Dampak Sosial dan Budaya Media Digital 209
F. Implikasi bagi Pendidikan, Organisasi, dan Masyarakat..... 211
G. Rangkuman Materi 213
BAB 11 ALGORITMA DAN BUDAYA SIBER..... 217
A. Pendahuluan 217
B. Algoritma, Kuasa, dan *Platform* sebagai Ruang Komunikasi219
C. Identitas *Online*, Jejak Digital, dan Relasi Sosial..... 223
D. Filter *Bubble*, Viralitas, dan *Influencer*..... 225
E. Pengawasan Data, Kebebasan Berkomunikasi, dan Urgensi Literasi Digital..... 228
F. Rangkuman Materi 230
DAFTAR PUSTAKA..... 234
GLOSARIUM 263
PROFIL PENULIS..... 285



BAB 1

PENDAHULUAN

Musdalipa R, S.Pd.I., M.Si.
Universitas Islam DDI A.G.H Abdurrahman
Ambo Dalle Polewali Mandar

A. PENDAHULUAN

Komunikasi dan media merupakan simbiotis saling mempengaruhi. Latar belakang munculnya komunikasi dan media tidak dapat dipisahkan dari sejarah peradaban manusia itu sendiri. Komunikasi ada karena kebutuhan eksistensial manusia sebagai makhluk sosial yang harus bertahan hidup, sementara media ada dari kebutuhan praktis untuk mengatasi keterbatasan ruang, jarak, dan waktu.



BAB 2

EVOLUSI TEORI ILMU KOMUNIKASI: DARI KLASIK HINGGA ERA DIGITAL

Syubhan Akib, S.H., M.I.Kom.
Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

A. PENDAHULUAN

a. Pengantar Teori Komunikasi

Komunikasi adalah aktivitas fundamental yang melekat pada eksistensi manusia. Setiap hari manusia berbicara, membaca berita, mengunggah konten di media sosial, atau menafsirkan bahasa tubuh orang lain. Karena sifatnya yang sangat alami dan terjadi secara otomatis, komunikasi sering kali dianggap sebagai hal yang lumrah.



BAB 3

JENIS-JENIS MEDIA

Nofia Natasari, S.Kom.I., M.Sos.
Universitas Pertiwi

A. PENDAHULUAN

Media merupakan sarana utama dalam proses penyampaian informasi, pesan, gagasan, maupun pengetahuan dari komunikator kepada khalayak (Natasari, Milyane, *et al*., 2023). Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, media mengalami perubahan yang sangat pesat, baik dari sisi bentuk, cara penyampaian, maupun pola interaksi yang dibangun dengan audiens. Jika pada awalnya masyarakat hanya mengenal media cetak sebagai sumber informasi utama, perkembangan teknologi kemudian melahirkan media elektronik, media digital, hingga media sosial yang menawarkan



BAB 4

PROSES KOMUNIKASI

Dr. Dra. Susiana Dewi Ratih, M.M.
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Mohammad Husni Thamrin Jakarta

A. PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan kebutuhan mendasar dalam kehidupan manusia karena berfungsi sebagai sarana utama dalam menjalin hubungan, menyampaikan gagasan, berbagi informasi, serta menciptakan kesepemahaman dalam berbagai konteks sosial. Dalam lingkungan keluarga, pendidikan, organisasi, bisnis, maupun masyarakat, komunikasi berperan sebagai penghubung yang memungkinkan individu maupun kelompok mencapai tujuan bersama melalui proses interaksi yang bermakna. Perkembangan ilmu komunikasi menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi tidak hanya



BAB 5

KOMUNIKASI MASSA DALAM EKOSISTEM MEDIA DIGITAL

Athik Hidayatul Ummah, M.Pd., M.Si.
Universitas Islam Negeri Mataram

A. PENDAHULUAN

Pada awal perkembangan, komunikasi massa dipahami sebagai proses penyampaian pesan melalui media yang mampu menjangkau khalayak luas secara serempak. Media arus utama yang memungkinkan informasi diproduksi secara terpusat dan didistribusikan kepada khalayak dalam skala besar seperti: surat kabar, radio, televisi, dan film. Dalam konteks tersebut, khalayak adalah audiens yang diposisikan sebagai penerima pesan *(receiver)* yang cenderung pasif, sementara



BAB 6

MEDIA DAN MASYARAKAT

Ummy Chairiyah, M.I.Kom.
UIN Sunan Ampel Surabaya

A. PENDAHULUAN

Hubungan antara media dan masyarakat bersifat dinamis serta saling memengaruhi. Media tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga berperan dalam proses pendidikan, hiburan, kontrol sosial, hingga pembentukan opini *public* (Altheide, 2013). Sebaliknya, masyarakat turut menentukan perkembangan media melalui pola konsumsi, kebutuhan informasi, nilai-nilai budaya, serta partisipasi aktif dalam berbagai ruang komunikasi yang tersedia (Puluhulawa *et al*., 2026).



BAB 7

ETIKA DAN HUKUM MEDIA MASSA

Maya Sari, S.S., M.Si.
IAIN Fattahul Muluk Papua

A. PENDAHULUAN

Media massa dan media digital telah bertransformasi menjadi pilar utama dalam kehidupan masyarakat modern. Tidak sekadar menjadi saluran penyampai informasi, media kini berfungsi sebagai pembentuk opini publik, pengawal kebijakan pemerintah, serta ruang interaksi sosial yang tanpa batas. Kehadirannya yang begitu melekat dalam keseharian manusia membuat media memiliki kekuatan besar untuk mengarahkan pandangan, memicu gerakan massa, hingga mengubah tatanan budaya suatu bangsa. Namun, kekuatan yang masif ini membawa konsekuensi besar yang menuntut adanya batasan-batasan moral dan legal agar tidak disalahgunakan.



BAB 8

MEDIA & TEKNOLOGI INFORMASI

Ovi Olivia Belida, S.I.Kom., M.I.Kom.
Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

A. PENDAHULUAN

Teknologi digital telah mengubah jurnalisme dan industri media secara besar-besaran dan dengan cara-cara baru. Seiring dengan pesatnya perkembangan alat komunikasi, media mulai menyatu, mengubah cara orang berbagi dan mendapatkan berita (Ahmed & Khalid, 2011). Perpindahan dari surat kabar cetak tradisional ke berita digital membawa peluang dan masalah baru, sehingga orang perlu berpikir berbeda dan menggunakan metode baru untuk menangani berita saat ini. Kecerdasan Buatan (AI) adalah salah satu perubahan terpenting dalam media saat ini.



BAB 9

STRATEGI KOMUNIKASI MEDIA

Konsep, Pendekatan, dan Implementasi di Era Digital

Ni Putu Sinta Dewi, M.I.Kom.
Universitas Bumigora

A. PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan elemen mendasar dalam kehidupan manusia yang terus mengalami transformasi seiring perkembangan zaman. Perjalanan panjang komunikasi manusia dimulai dari era tatap muka, berkembang melalui media cetak, penyiaran, hingga kini memasuki era digital yang serba terkoneksi. Media sebagai saluran komunikasi berperan sentral dalam membentuk, menyebarkan, dan memengaruhi cara pandang masyarakat terhadap berbagai fenomena sosial, politik, ekonomi, dan budaya. Pemahaman terhadap strategi komunikasi media menjadi kebutuhan yang begitu krusial bagi akademisi, praktisi, maupun pemangku kebijakan.



BAB 10

TANTANGAN DAN MASA DEPAN MEDIA DAN KOMUNIKASI

Fachrul Rozie, M.Pd.
Universitas Mulawarman FKIP PGPAUD

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam *framework* media dan komunikasi global. Transformasi ini tidak sebatas mengubah cara informasi diproduksi dan disebarluaskan, tetapi juga memengaruhi pola interaksi sosial, budaya komunikasi, hingga cara masyarakat membangun pengetahuan dan opini publik. Kehadiran internet, media sosial, kecerdasan buatan, serta berbagai *platform* komunikasi digital menjadikan arus informasi berlangsung sangat cepat, tanpa batas ruang dan waktu. Dalam konteks ini, media



BAB 11

ALGORITMA DAN BUDAYA SIBER

Lintang Citra Christiani, S.I.Kom., M.I.Kom.
Universitas Tidar

A. PENDAHULUAN

Pernahkah Anda memperhatikan bahwa setelah menonton satu video tentang topik tertentu di YouTube, tiba-tiba seluruh rekomendasi Anda dipenuhi video-video dengan topik serupa? Kondisi lain yang sering terjadi, setelah mencari satu produk di *marketplace*, iklan produk itu mengikuti Anda ke mana pun Anda pergi di internet? Mungkin Anda juga pernah merasa bahwa orang-orang di sekitar Anda semakin sulit diajak berdiskusi tentang isu-isu sosial dan politik karena seolah masing-masing hidup dalam realitas yang berbeda-beda? Semua pengalaman ini sesungguhnya adalah gejala dari sesuatu yang jauh lebih besar dan lebih sistematis.

DAFTAR PUSTAKA

Baran, S. J., & Davis, D. K. (2021). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future* (8th ed.). Cengage Learning.

Fuchs, C. (2024). *Social Media: A Critical Introduction* (4th ed.). SAGE *Public*ations.

Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2022). *Theories of Human Communication* (12th ed.). Waveland Press.McQuail, D., & Deuze, M. (2021). *McQuail's Media & Mass Communication Theory* (7th ed.). SAGE *Public*ations.

Straubhaar, J., LaRose, R., & Davenport, R. (2023). *Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology* (11th ed.). Cengage Learning.

West, R., & Turner, L. H. (2021). *Introducing Communication Theory: Analysis and Application* (7th ed.). McGraw-Hill Education.

Cangara, H. (2022). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Edisi Keempat). PT RajaGrafindo Persada.

Mulyana, D. (2023). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar* (Edisi Revisi). PT Remaja Rosdakarya.

Nasrullah, R. (2022). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosa Rekatama Media.

Baran, S. J., & Davis, D. K. (2021). Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future (8th ed.). Cengage Learning.

Cangara, H. (2022). Pengantar Ilmu Komunikasi (Edisi Keempat). PT RajaGrafindo Persada.

Fuchs, C. (2024). *Social* Media: A Critical Introduction (4th ed.). SAGE *Public*ations.

Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2022). Theories of Human Communication (12th ed.). Waveland Press.

McQuail, D., & Deuze, M. (2021). McQuail's Media & Mass Communication Theory (7th ed.). SAGE *Public*ations.

Mulyana, D. (2023). Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar (Edisi Revisi). PT Remaja Rosdakarya.

Nasrullah, R. (2022). Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. Simbiosa Rekatama Media.

Straubhaar, J., LaRose, R., & Davenport, R. (2023). Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology (11th ed.). Cengage Learning.

West, R., & Turner, L. H. (2021). Introducing Communication Theory: Analysis and Application (7th ed.).McGraw-Hill Education.

Barthes, R. (1957). Mythologies. Editions du Seuil.

Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge. Anchor Books.

Castells, M. (2009). Communication Power. Oxford University Press.

Festinger, L. (1957). A Theory of Cognitive Dissonance. Stanford University Press.

Gerbner, G. (1998). Cultivation Analysis: An Assessment. Elements of Culture and Communication.

Gerbner, G., & Gross, L. (1976). Living with television: The violence profile. Journal of Communication, 26(2), 172-199.

Hjarvard, S. (2008). The mediatization of society: A theory of the media as agents of social and cultural change. Nordicom Review, 29(2), 105-134.

Jenkins, H. (2006). Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York University Press.

Just, N., & Latzer, M. (2017). Governance by algorithms: Introduction to the special issue. Media, Culture & Society, 39(2), 238-258.

Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of Mass Communication by the Individual. The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research.

Kerlinger, F. N. (1986). Foundations of Behavioral Research. Holt, Rinehart and Winston.

Lasswell, H. (1948). The Structure and Function of Communication in Society. The Communication of Ideas.

Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., & Gaudet, H. (1944). The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign. Columbia University Press.

Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). Theories of Human Communication (9th ed.). Thomson Wadsworth.

McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. Public Opinion Quarterly, 36(2), 176-187.

McQuail, D. (2010). McQuail's Mass Communication Theory (6th ed.). SAGE Publications.

McQuail, D., & Windahl, S. (1993). Communication Models for the Study of Mass Communications (2nd ed.). Longman.

Mosco, V. (2009). The Political Economy of Communication (2nd ed.). SAGE Publications.

Noelle-Neumann, E. (1974). The Spiral of Silence: A Theory of Public Opinion. Journal of Communication, 24(2), 43-51.

Pariser, E. (2011). The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You. Penguin UK.

Schramm, W. (1997). The Beginnings of Communication Study in America: A Personal Memoir. SAGE Publications.

Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949). The Mathematical Theory of Communication. University of Illinois Press.

Turner, J. H. (1986). The Structure of Sociological Theory. Dorsey Press.

Welles, O., & Koch, H. (1938). The War of the Worlds [Radio Broadcast]. Mercury Theatre on the Air.

Ahmad, N. (2015). Radio Sebagai Sarana Media Massa Elektronik. *At-Tabsyir Stain Kudus*, *3*(2).

Alamsyah, I. L., Aulya, N., & Satriya, S. H. (2024). TRANSFORMASI MEDIA DAN DINAMIKA KOMUNIKASI DALAM ERA DIGITAL: TANTANGAN DAN PELUANG ILMU KOMUNIKASI. *Jurnal Ilmiah Research Student*, *1*(3), 168–181.

Asari, A., Syaifuddin, E. R., Ningsi, N., Maria, H. D., Adhicandra, I., Nuraini, R., Baijuri, A., Pamungkas, A., Kusumah, F. G., & Yuhanda, G. P. (2023). *Komunikasi digital*. Penerbit Lakeisha.

Bangsawan, M. I. P. R. (2024). *Masa Depan Literasi: Minat Baca Di Era Media Sosial*. Pustaka Adhikara Mediatama.

Basiroen, V. J., Putra, I. N. A. S., Judijanto, L., Anggara, I. G. A. S., Negoro, A. T., Sutarwiyasa, I. K., Nurhadi, N., Afandi, H. R., Prasetyo, D., & Ramadhani, N. (2024). *Dasar-Dasar Desain Komunikasi Visual (DKV)*. PT. Green Pustaka Indonesia.

Cangara, H. (2011). *Pengantar ilmu komunikasi*.

Carr, N. (2014). *The Shallows: Internet mendangkalkan cara berfikir kita*. Mizan Pustaka.

Dhani, A. M. R. (2025a). *Dinamika Komunikasi Melalui Radio*. PT Penerbit Qriset Indonesia.

Dhani, A. M. R. (2025b). *Dinamika Komunikasi Melalui Radio*. PT Penerbit Qriset Indonesia.

Dyatmika, T. (2021). *Ilmu komunikasi*. Zahir Publishing.

Fadila, R. N., Rahma, M. A., Trisnawati, T., Astuti, H. F. W., Ahmad, R. H., Fuadin, R. F., Barokah, P. R., & Fisya'bani, F. (2024). *Media, Komunikasi, Dan Jurnalistik Di Era Digital: Teori, Praktik, Dan Tantangan Masa Depan*.

Farwati, M., Salsabila, I. T., Navira, K. R., & Sutabri, T. (2023). Analisa pengaruh teknologi artificial intelligence (AI) dalam kehidupan sehari-hari. *Jursima*, *11*(1), 39–45.

Fauzi, U., Effendi, E., & Dity, A. (2024). Optimasi penggunaan media sosial oleh mahasiswa hukum ekonomi syariah: Analisis strategi efektif pada *platform* YouTube. *Jurnal Komunikan*, *3*(1), 55–73.

Febriana, K. A., Watie, E. D. S., Fanani, F., & Setiawan, Y. B. (2025). *MEDIA SOSIAL DAN TRANSFORMASI KOMUNIKASI PUBLIK: Dari Opini hingga Mitigasi Bencana*. PENERBIT MITRA CENDEKIA MEDIA.

Ginting, R., Yulistiyono, A., Rauf, A., Manullang, S. O., Siahaan, A. L. S., Kussanti, D. P., PS, T. E. A., Djaya, T. R., Ayu, A. S., & Effendy, F. (2021). *Etika Komunikasi dalam Media Sosial: Saring Sebelum Sharing* (Vol. 1). Penerbit Insania.

Hadi, I. P., Wahjudianata, M., & Indrayani, I. I. (2020). Komunikasi massa. In *Komunikasi Massa*. CV. Penerbit Qiara Media.

Herawati, N. A., Nay, G. K., Aparato, M., & Dwiarta, I. M. B. (2025). Peran media sosial sebagai strategi digital marketing dalam mengubah perilaku konsumen. *Jurnal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis Dan Digital*, *2*(2), 17–30.

Ikhwan, M. (2022). *Manajemen media kontemporer: Mengelola media cetak, penyiaran, dan digital*. Prenada Media.

Izzati, S., & Fasa, M. I. (2025). Memaksimalkan Dampak: Peran Strategis *Influencer* Marketing Dalam Lanskap Pemasaran Digital. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, *3*(4).

Jokhanan Kristiyono, S. T., & Kom, M. M. (2022). *Konvergensi media: Transformasi media komunikasi di era digital pada masyarakat berjejaring*. Prenada Media.

Jonaedi Efendi, S. H. I., Lutfianingsih, F. F., & SH, M. (2023). *Aspek Hukum Media Sosial: Perdata dan Pidana*. Prenada Media.

Khaer, A., Khoir, N., & Hidayati, Y. A. (2021). Senjakala Media Cetak: Tantangan Jurnalisme Cetak di Era Digital. *TRILOGI: Jurnal Ilmu Teknologi, Kesehatan, Dan Humaniora*, *2*(3), 324–331.

Milyane, T. M., Dewi, N. P. S., Yusanto, Y., Putra, A. E., Natasari, N., Meisyaroh, S., Nofiasari, W., Haerany, A., Fitriyah, N., & Subandi, Y. (2023). *Komunikasi antarbudaya*. CV WIDINA MEDIA UTAMA.

Mulyadi, E. (2019). Industri media televisi di tengah era digitalisasi dan konvergensi media baru. *VISIONER: Jurnal Komunikasi, Bisnis Dan Konten Kreatif*, *6*(1), 1–10.

Natasari, N., Lopulalan, D. L., Dewi, N. P. S., Hidayanto, S., Amir, A. S., Putri, D. M., Christiani, L. C., Kasmaniar, K., Puspitasari, M., & Wahyuni, P. (2024). *TEORI-TEORI KOMUNIKASI*.

Natasari, N., Meisyaroh, S., Kraugusteeliana, K., Irwanto, I., Dawami, D., Daud, R. F., Khairunnisa, K., Ahmadin, A., Rahman, A., & Dewi, N. P. S. (2023). *MEDIA SIBER*.

Natasari, N., Milyane, T. M., Darmaningrum, K., Setiawan, G. A., Sembiring, D., Irwanto, I., Kraugusteeliana, K., Fitriyah, N., Sutisnawati, A., Sagena, U., Nurhayati, S., Indriana, I. H., & Putri, M. S. (2023). *LITERASI MEDIA DIGITAL*. CV WIDINA MEDIA UTAMA.

Neliawati, I. L. G. (2024). Sejarah Perkembangan Radio Republik Indonesia (RRI): History of the Development of Radio Republik Indonesia (RRI). *Nirwasita: Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Ilmu Sosial*, *5*(2), 135–137.

Nopembereni, E. D., Sucipta, J. A. W., Prajawahyudo, T., Podamantra, P., Ibrizah, Z., Taufik, E. N., Rosyidah, U., Alodia, A. Y., Sari, R. N. C., & Damayanti, A. K. (2026). *Teori Komunikasi: Buku Ajar*. Star Digital Publishing.

Nugroho, A. Y., Kom, M., Par, M., Apriyanto, I. H., Wardi, M., IRKH, M., Samariansyah, I., Widodo, R. B., Tuanggoro, A., & Almarwan, A. U. (2025). *DASAR–DASAR ILMU PENYIARAN: TEORI, PRAKTIK, DAN ETIKA MEDIA*. CV PUSTAKA INSPIRASI MINANG.

Nugroho, C., Sos, S., & Kom, M. I. (2020). *Cyber Society: Teknologi, Media Baru, dan Disrupsi Informasi*. Prenada Media.

NURHIJA, N. (2022). *E-COMMERCE PERSPEKTIF GENERASI MILENIAL PADA MEDIA SOSIAL FACEBOOK* [PhD Thesis, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo]. https://repository.uinpalopo.ac.id/id/eprint/6239/1/NURHIJA.pdf

Pamuji, E. (2019). *Media cetak vs media online*. Unitomo Press.

Pramono, M. F. (2016). Komunikasi Pembangunan dan Media Massa: Suatu Telaah Historis, Paradigmatik dan Prospektif. *Komunikasi Pembangunan Dan Media Massa: Suatu Telaah Historis, Paradigmatik Dan Prospektif*, *1*(01), 41–56.

Prasetyo, P., Olifia, S., & Judijanto, L. (2026). *Pengantar Komunikasi Media Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Ramadhani, F. (n.d.). *Prinsip Dasar Telekomunikasi*.

Ramdhani, A., Hardian, R., & Priyono, D. (2020). Analisis rekomendasi program pendidikan desain komunikasi visual (DKV) berbasis potensi industri kreatif di Kota Tegal. *Wacadesain*, *1*(1), 34–47.

Ristiani, R., Nugroho, M. A., Wardani, K. K., Erkamim, M., Radhitanti, A., Priyana, I. P. O., Alamin, R. Y., Negoro, A. T., Prasetyo, D., & Royyana, F. (2026). *Buku Ajar Desain Komunikasi Visual di Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Rizqiyah, N., Jauhari, A. H., Fawaied, M., & Maudy, M. (2025). *Revolusi digital dalam pendidikan: Peran teknologi dan media sosial dalam pembelajaran*. Penerbit KBM Indonesia.

Rojabi, M. A., & Amalia, A. (2026). *Pengantar Internet*. Afdan Rojabi Publisher.

Setiawan, R. (2016). *Peran Etika Dalam Pendidikan Di Era Teknologi Media Sosial*.

STANDAR, B., & KURIKULUM, D. A. P. (2022). *SEJARAH PERBUKUAN*.

Sucipta, J. A. W., Purwanti, S., Baihaky, R., Djaya, T. R., Nurliah, N., Kristian, D., Khairifa, F., Simamora, J., & Baskoro, S. E. (2025). *Komunikasi Massa: Buku Ajar*. Star Digital Publishing.

Sugihartati, R. (2017). *Budaya populer dan subkultur anak muda: Antara resistensi dan hegemoni kapitalisme di era digital*. Airlangga University Press.

Sukmana, O., Sulistyaningsih, T., Damanik, F. H. S., Wahyudi, F. D., Ras, A., Astari, F., Agustang, A. D. M. P., Tantri, E., Adnan, R. S., & Nur, M. (2025). *Sosiologi Digital: Transformasi Sosial di Era Teknologi*. Star Digital Publishing,.

Sulianta, F. (n.d.). *Dasar dan Konsep Internet*. Feri Sulianta.

Sulistiani, I., Rasyid, A., Wahidar, T. I., & Angela, S. (2025). Perkembangan Teknologi Komunikasi: Sejarah, Transformasi, dan Masa Depan Media dan Informasi. *AMU Press*, 1–185.

Sulvinajayanti, S. (2018). *Manajemen dan Konvergensi Media Penyiaran*. Penerbit Aksara Timur.

Supuwiningsih, N. N., Santiari, N. P. L., Kom, S., & Kom, M. (2025). *LITERASI TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI*. PT Media Penerbit Indonesia.

Syaipudin, L. (2020). Peran komunikasi massa di tengah pandemi COVID-19. *Kalijaga Journal of Communication*, *2*(1), 14–34.

Tarigan, R. (2024a). Media pembawa perubahan: Tinjauan atas teori ekologi media [Media bringing change: A review of media ecology theory]. *Jurnal Lectura*, *1*(1), 1–10.

Tarigan, R. (2024b). Media pembawa perubahan: Tinjauan atas teori ekologi media [Media bringing change: A review of media ecology theory]. *Jurnal Lectura*, *1*(1), 1–10.

Triyana, I. G. N. (2018). Media Sosial Dalam Proses Pembelajaran Di Perguruan Tinggi. *Guna Widya: Jurnal Pendidikan Hindu*, *5*(1).

Wardani, P. K. (2018). *Budaya Partisipasi (Participatory Culture) di Kalangan Vlogger* [PhD Thesis, Universitas Airlangga]. https://repository.unair.ac.id/75031

Widiantara, I. M., Maddi, J. H., Masduki, D., Merta, N., & Mandagi, D. W. (2025). *ILMU KOMUNIKASI MEDIA SOSIAL*. CV GET PRESS INDONESIA.

Yusa, I. M. M., Judijanto, L., Ruslan, A., Noor, F., Kuntarto, G. P., Sujarwo, S., Dewi, G. S. K. P., Hidayat, A. N., Rachmaria, L., & Wibowo, S. E. (2026). *Media Baru & Komunikasi Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Aswaruddin, A. H. (2025). Keterampilan Komunikasi Verbal Dan Non Verbal Dalam Pembelajaran. *Jurnal Pendidikan Indonesia: Teori, Penelitian, dan Inovasi, 5(1),*, 17-23.

Burgoon, J. K., Guerrero, L. K., & Manusov, V. (2021). *Nonverbal Communication (2nd ed.).* Routledge.

Lim, W. M., Rasul, T., Kumar, S., Ala, M., & Dhir, A. (2023). Digital Communication and *Social* Interaction In The Contemporary Era. *Journal of Business Research,* 163.

Littlejohn, S. W. (2021). *Theories of Human Communication (12th ed.).* Waveland Press.

Manning, J. (2021). Beyond the hammer: A Critical Turn For Interpersonal And Family Communication Studies. *Review of Communication, 21(3),*, 177–186.

Nirmalasari, I., Rahma, S. A., Sati, P. L., & Pawasa, C. S. (2025). Improving Interpersonal Relationships through Interpersonal Communication. *International Conference on Psychology and Education (ICPE), 2(1)* (pp. 1-5). Surabaya: Departemen of Psychology, Universitas Negeri Surabaya.

Ratih, S. D. (2025). Bab 3 Dasar Dasar Komunikasi Efektif. In A. Riyanti, H. Halim, S. D. Ratih, P. Hanggarini, D. Rosyadi, D. Silaswati, & S. Mauludani, *Melatih Public Speaking* (pp. 41-58). Bandung: Widina Media Utana.

Schrodt, P. S. (2022). *Engaging Theories In Interpersonal Communication: Multiple perspectives (3rd ed.).* Routledge.

Setiawati, R. (2024). Society in the Digital Era: Adaptation, Change, and Response to Communication Technology. *Journal International Dakwah and Communication*, 639.

Suherman, M. M., Alawiyah, T., & Zakiah, L. N. (2026). Transformation of Student Interpersonal Communication Through Digital Media in Higher Education. *G-COUNS: Jurnal Bimbingan dan Konseling Vol. 10 No. 01,*, 487-499.

West, R., & Turner, L. H. (2022). *Introducing Communication Theory: Analysis and application (7th ed.).* New York: McGraw Hill.

Yuliana, Y., & Irma, A. (2026). Interpersonal Communication Style of Generation Z: The Role of *Social* Media in Relationship Patterns, Trust, and Self-Disclosure. *ISTIFHAM: Journal Of Islamic Studies, 4(1)*, 13-24.

Bennett, W. L., & Livingston, S. (2018). The disinformation order. *European Journal of Communication, 33*(2), 122–139.

Carlson, M. (2015). The robotic reporter: Automated journalism and the redefinition of labor, authority, and news. *Digital Journalism, 3*(3), 416–431.

Castells, M. (2015). *Networks of outrage and hope: Social movements in the internet age* (2nd ed.). Polity.

Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The mediated construction of reality*. Polity.

Davenport, T. H., & Beck, J. C. (2001). *The attention economy: Understanding the new currency of business*. Harvard Business School Press.

Gillespie, T. (2018). *Custodians of the internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. Yale University Press.

Gray, J., Bounegru, L., & Chambers, L. (Eds.). (2021). *The data journalism handbook: Towards a critical data practice*(2nd ed.). Amsterdam University Press.

Hall, S., Evans, J., & Nixon, S. (2020). *Representation* (2nd ed.). SAGE.

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.

Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2021). *Theories of human communication* (12th ed.). Waveland Press.

McQuail, D., & Deuze, M. (2020). *McQuail's media and mass communication theory* (7th ed.). SAGE.

Napoli, P. M. (2021). *Social media and the public interest: Media regulation in the disinformation age*. Columbia University Press.

Papacharissi, Z. (2015). *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*. Oxford University Press.

Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the internet is hiding from you*. Penguin.

Van Dijk, J., Poell, T., & de Waal, M. (2021). *The platform society: Public values in a connective world* (Updated ed.). Oxford University Press.

WeAre*Social*. (2026). Data Digital Indonesia 2026. https://weare*social*.com/id/blog/2025/11/digital-2026-top-digital-and-*social*-media-trends-in-indonesia/, diakses pada tanggal 2 Juni 2026

YouGov. (2025). *Screens, streams, and scrolls: State of Indonesia's media consumption in 2025*. https://yougov.com/reports/52747-id-media-consumption-report-2025, diakses pada tanggal 2 Juni 2026.

Abdullah, S., Astin, A., Dima, D., Andaria, A. J., Rumbrawer, M., Jayadisastra, Y., Bajari, A. H., Morin, H., Badjari, L. A., & Lasinta, M. (2026). *Komunikasi Massa dan Digital*. CV Insight Media.

Alfi, A. Y. R. (2025). The Symbolic and Cultural Meaning Behind The Virality of "Dame Un Grr" On *Social* Media: Makna Simbolik dan Budaya dibalik Viralitas "Dame Un Grr" di Media Sosial. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *14*(1), 110–119.

Altheide, D. L. (2013). Media logic, *social* control, and fear. *Communication Theory*, *23*(3), 223–238.

Amalia, A., Ramadhani, A. L., Vitacheria, F. G., & Azizah, I. (2024). Pendidikan karakter dan teknologi: Pengaruh penggunaan media sosial terhadap pembentukan karakter remaja. *Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pembelajaran*, *3*(1), 32–39.

Bailusi, P. J. M., Syauqiyah, N., David, A. D. S., Munawwarah, M., Anggowa, S. N. F., Renyaan, R., Asyla, K. R., Rahim, A. K., Wahyudi, S. R., & Efendi, F. K. (2025). Penanggulangan Penyebaran Hoax dan Hate Speech di Media Sosial. *MARAS: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, *3*(4), 1697–1709.

Bangsawan, M. I. P. R. (2024). *Masa Depan Literasi: Minat Baca Di Era Media Sosial*. Pustaka Adhikara Mediatama.

Buckingham, D. (2007). *Youth, identity, and digital media*. MIT press.

Çela, E. (2015). *Social* media as a new form of *public* sphere. *European Journal of Social Sciences Education and Research*, *4*(1), 195.

Clark, J., & Aufderheide, P. (2009). *Public media 2.0: Dynamic, engaged publics*. Center for *Social* Media at American University Washington, DC.

Feldman, T. (2003). *An introduction to digital media*. Routledge.

Friedland, L. A. (2001). Communication, community, and democracy: Toward a theory of the communicatively integrated community. *Communication Research*, *28*(4), 358–391.

Guess, A., Nyhan, B., Lyons, B., & Reifler, J. (2018). Avoiding the echo chamber about echo chambers. *Knight Foundation*, *2*(1), 1–25.

HAPSARI, D. T. R. I. (n.d.). Teori Komunikasi Massa Dan Perkembangannya Di Era Media Baru. *Dinamika Komunikasi*.

Hodkinson, P. (2024). *Media, culture and society: An introduction*.

Jackson, R. (2014). *Signposts-policy and practice for teaching about religions and non-religious world views in intercultural education*. Council of Europe.

Juska, J. M. (2021). *Integrated marketing communication: advertising and promotion in a digital world*. Routledge.

Kozyreva, A., Lewandowsky, S., & Hertwig, R. (2020). Citizens versus the internet: Confronting digital challenges with cognitive tools. *Psychological Science in the Public Interest*, *21*(3), 103–156.

Kusum, J. W., Akbar, M. R., & Fitrah, M. (2023). *Dimensi Media Pembelajaran (Teori dan Penerapan Media Pembelajaran Pada Era Revolusi Industri 4.0 Menuju Era Society 5.0)*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Luik, J. E. (2011). Media sosial dan presentasi diri. *Komunikasi*, *2*, 108–129.

McCombs, M., & Valenzuela, S. (2020). *Setting the agenda: Mass media and public opinion*. John Wiley & Sons.

Moe, H. (2008). Dissemination and dialogue in the *public* sphere: A case for *public* service media *online*. *Media, Culture & Society*, *30*(3), 319–336.

Pambudi, A. D. (2013). Pembentukan Identitas Masyarakat Tulungagung Melalui Hibriditas Budaya Cethe. *Malang: Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Brawijaya*.

Pani, N. M. H. P., Parasari, N. S. M., Anggreswari, N. P. Y., & Maheswari, A. A. I. A. (2025). Peran Media Digital dalam Pelestarian Kesenian Joged Bumbung untuk Mewujudkan Ketahanan Budaya Kota Denpasar. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *16*(1), 122–128.

Peranginangin, I. F. D., Lubis, P. R., & Batubara, M. Q. (2025). Dinamika Media Massa dan Perubahan Sosial di Indonesia. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, *9*(2), 58–69.

Potter, W. J. (2012). *Media effects*. Sage *public*ations.

Puluhulawa, F. Y., Kurniasih, S., Utami, A. D., & Widowati, I. G. A. R. (2026). Media, budaya, dan komunikasi. *Padang: Cv Hei Publishing Indonesia*.

Ridaryanthi, M. (2014). Bentuk Budaya Populer Dan Konstruksi Perilaku Konsumen Studi Terhadap Remaja. *Jurnal Visi Komunikasi*, *13*(1), 87–104.

Ronda, A. M., Sainyakit, A., Bilqis, F., Sarasati, F., Basuki, P. A., Wibowo, W. A. S., Wahyuti, T., Aristyavani, I., Julianto, E. N., & Sianipar, H. (2025). *Prosumenesia: Digital Era Produsen-Konsumen di Indonesia*. Indigo Media.

Rusadi, U. (2015). *Kajian media: Isu ideologis dalam perspektif, teori dan metode*. PT. RajaGrafindo Persada-Rajawali Pers.

Safitri, F. (2025). Peran media sosial dalam membentuk kesadaran sosial Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Mahasiswa Dan Akademisi*, *1*(2), 11–24.

Salsabila, F., Daviza, T. P., Istiqomah, K., Ibadillah, Z., Ikhsan, M., Iryani, E., & Asafri, H. (2025). Membangun kecakapan literasi digital di era disinformasi: telaah teoritis dan implikasinya pada perguruan tinggi. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, *4*(5), 7116–7135.

Sanusi, B. O., Ifedolapo, A. S., & Ayinde, L. O. (2025). The role of *social* media in development communication: Opportunities and challenges. *Lead City International Journal of Library, Information & Communication Sciences*, *2*(1), 217–231.

Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi dan media sosial. *Jurnal The Messenger*, *3*(2), 69.

Schirch, L. (2021). Digital information, conflict and democracy. *Social Media Impacts on Conflict and Democracy*, 21–42.

Shovmayanti, N. A. (2024). *Generasi digital: Mengasah keterampilan komunikasi di era teknologi*. Mega Press Nusantara.

Simon, A., & Xenos, M. (2000). Media *framing* and effective *public* deliberation. *Political Communication*, *17*(4), 363–376.

Suryasuciramdhan, A., Zulfikar, M., Rahmanda, E., Feranza, F. Y., & Kartika, K. (2025). Peran Media *Public* Relations dalam Menciptakan Engagement di Era Digital. *Jurnal Komunika Islamika: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Kajian Islam*, *11*(2), 63–78.

Swastiwi, A. W. (2024). *Globalisasi dan media: Konvergensi budaya dan komunikasi*. PT Indonesia Delapan Kreasi Nusa.

Wasistha, C. H. (2025). The Role Of Mass Media In Building An Anti-Corruption Culture In Society: Peran Media Massa Dalam Membangun Budaya Anti Korupsi di Masyarakat. *JIC: Jurnal Hukum Dan Konstitusi*, *1*(2), 49–63.

Dewan Pers. (2024). Kode etik jurnalistik dan pedoman pemberitaan media siber. Dewan Pers.

Flew, T. (2024). Regulating *platform*s and digital media. Polity Press.

Johannesen, R. L. (2008). Ethics in human communication (6th ed.). Waveland Press.

Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2021). The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the *Public* Should Expect. New York: Crown Publishing.

McQuail, D. (2024). McQuail's Media and Mass Communication Theory. London: Sage *Public*ations.

Napoli, P. M. (2023). *Social* media and the *public* interest: Media regulation in the disinformation age. Columbia University Press.

Nilsen, T. R. (1974). Ethics of speech communication (2nd ed.). Bobbs-Merrill.

Organisation for Economic Co-operation and Development. (2024). Media diversity and democracy report. OECD Publishing.

Reporters Without Borders. (2024). World press freedom index 2024. Reporters Without Borders.

UNESCO. (2023). Guidelines for the Governance of Digital *Platform*s. Paris: UNESCO.

Ward, S. J. A. (2024). Ethics and the media: An introduction. Cambridge University Press.

World Economic Forum. (2024). Artificial intelligence and the future of media. World Economic Forum.

Ahmed, A., & Khalid, Dr. M. Z. (2011). Exploring News in the Digital Age: An Overview. https://doi.org/10.15373/2249555X/FEB2014/99

Al-Quran, M. W. (2022). Traditional media versus *social* media: challenges and opportunities. Technium Romanian Journal of Applied Sciences and Technology. https://doi.org/https://doi.org/10.47577/technium.v4i10.8012

Alshawi, A. S. M. (2025). The Impact of Artificial Intelligence in Digital Media on the Reality of Content Production and Journalists' Perceptions of Their Functions and Roles. International Journal of Environmental Science. https://doi.org/10.64252/58fen002

Anggarani, N. P. R., Wardani, K. D. K. A., Suparna, P., & Ramadiansyah, S. A. (2026). Strategi Penyebaran Konten Digital TVRI Bali dalam Meningkatkan Visibilitas Berita Lokal. MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi. https://doi.org/10.54259/mukasi.v5i1.6676

Aunul, S., Sannusi, S. N., & Mustaffa, N. (2025). Transmedia News Production: Bridging Traditional TV Authority with Digital Agility of Metro TV. E-Bangi Journal of *Social* Science and Humanities. https://doi.org/10.17576/ebangi.2025.2204.11

Azieiev, S. (2024). ARTIFICIAL INTELLIGENCE TOOLS IN JOURNALISTS' WORK WITH AUDIOVISUAL CONTENT. Dialog: Media Studios. https://doi.org/10.18524/2308-3255.2024.30.318416

Berker, D. Y., & Çelikiz, E. (2026). The future of internet and television journalism in the age of artificial intelligence: A perspective through "Robo Tv Media." OPUS Toplum Araştırmaları Dergisi. https://doi.org/10.26466/opusjsr.1786045

Bodó, B. (2019). Selling News to Audiences – A Qualitative Inquiry into the Emerging Logics of Algorithmic News Personalization in European Quality News Media. Digital Journalism. https://doi.org/https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1624185

Çenberli, Y. (2025). Incursion of Artificial Intelligence into News Production: Will AI Revive Journalism? OPUS Journal of Society Research. https://doi.org/10.26466/opusjsr.1743749

Claes, A., & Philippette, T. (2020). Defining a critical data literacy for recommender systems: A media-grounded approach. Journal of Media Literacy Education. https://doi.org/https://doi.org/10.23860/jmle-2020-12-3-3

Dek, K. A., & Ali, A. (2026). The Role of *Social* Media in Political Reform in Ethiopia: The Case of Somali Region. Journal of Political Science and International Relationship. https://doi.org/10.54536/jpsir.v3i1.5851

Dr, K. S., & Dua, S. (2026). Youth Political Awareness in the Age of Instagram-Based Citizen Journalism. S3R Academia. https://doi.org/10.70682/s3r.2026.05

Elahi, M., Jannach, D., Skjærven, L., Knudsen, E., Sjøvaag, H., Tolonen, K., Holmstad, Ø., Pipkin, I., Throndsen, E., Stenbom, A., Fiskerud, E., Oesch, A., Vredenberg, L., & Trattner, C. (2021). Towards responsible media recommendation. AI and Ethics. https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s43681-021-00107-7

Handayani, N., Hidayat, R., Anggraini, N., Amanda, T., Munthe, R. I., & Kustiawan, W. (2026). Inovasi Manajemen Penyiaran dan Peliputan Jurnalisme Modern di Tengah Perkembangan Media Sosial Digital Nasional Terkini. Jurnal Publikasi Teknik Informatika. https://doi.org/10.55606/jupti.v5i1.6348

Hansen, A. S., & Hartley, J. M. (2021). Designing What's News: An Ethnography of a Personalization Algorithm and the Data-Driven (Re)Assembling of the News. Digital Journalism. https://doi.org/https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1988861

Jaha, S., Rumra, F., & Salakay, S. (2024). Multi*platform* Journalism dan Transformasi Media Lokal: Konvergensi Harian Ambon Ekspres sebagai Strategi Komunikasi Adaptif. Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. https://doi.org/10.30598/populis.19.1.1-15

Kozyreva, A., Lewandowsky, S., & Hertwig, R. (2020). Citizens Versus the Internet: Confronting Digital Challenges With Cognitive Tools. Gothic.Net. https://doi.org/https://doi.org/10.1177/1529100620946707

Lestari, M., Sulistya, A., & Laksito, G. S. (2026). Mapping Artificial Intelligence-Driven Broadcasting Research: A Bibliometric Analysis of Content Production, Audience Engagement, and Personalized Media in the Digital Media Era. International Journal of Linguistics, Communication, and Broadcasting. https://doi.org/10.46336/ijlcb.v4i1.315

Macnamara, J. (2010). Remodelling Media: The Urgent Search for New Media Business Models. Media International Australia. https://doi.org/https://doi.org/10.1177/1329878x1013700104

Permatasari, A., Hasrullah, & Sonni, A. F. (2026). Media Convergence in the Era of Digital Disruption: Visual News Strategies on Kabar Makassar's *Social* Media. Architecture Image Studies. https://doi.org/10.62754/ais.v7i1.1041

Petrushicheva, A., Dyachenko, N., & Ermakov, S. (2025). Digital Transformation of Media: Machine Learning in Communication Development and Content Creation. Intellectual Technologies on Transport. https://doi.org/10.20295/2413-2527-2025-242-42-49

Putra, D., & Ibrahim, R. (2026). Artificial Intelligence and Streaming Technology in Digital Broadcasting: Examining Their Influence on Audience Engagement in the Digital Communication Ecosystem. International Journal of Linguistics, Communication, and Broadcasting. https://doi.org/10.46336/ijlcb.v4i1.312

Sonni, A. F., Hafied, H., Irwanto, I., & Latuheru, R. (2024). Digital Newsroom Transformation: A Systematic Review of the Impact of Artificial Intelligence on Journalistic Practices, News Narratives, and Ethical Challenges. Journalism and Media. https://doi.org/10.3390/journalmedia5040097

Subroto, V. K., Kusumajaya, R. A., & Tobing, W. T. M. (2024). The Business Model of the Mass Media Industry in the Era of Artificial Intelligence (AI) Development in Indonesia. Journal of Management and Informatics. https://doi.org/10.51903/jmi.v3i2.31

Tahir, Dr. H., Shah, S. Z. A., Kiani, H. Z., & Zahid, M. (2026). AI-Driven Media Evolution: Redefining Journalism and Communication in the Digital Age. Inverge Journal of *Social* Sciences. https://doi.org/10.63544/ijss.v5i2.242

Takach, A. E., Nassour, F., & Hejase, H. (2022). Digital Transformation of Media Companies in Lebanon from Traditional to Multi*platform* Production: An Assessment of Lebanese Journalists' Adaptation to the New Digital Era. Žurnalistikos Tyrimai. https://doi.org/10.15388/zt/jr.2022.6

Tenku, H. Y., De, S. A. E., & Kurniadi, D. (2025). KONVERGENSI MEDIA DIGITAL: TINJAUAN KRITIS DAN IMPLEMENTASINYA DALAM KOMUNIKASI MASSA KONTEMPORER. Indonesian Journal of Digital *Public* Relations (IJDPR). https://doi.org/10.25124/ijdpr.v4i1.9791

Villi, M., & Vivó, J. M. N. (2017). Sharing media content in *social* media: The challenges and opportunities of user-distributed content (UDC). Journal of Applied Journalism & Media Studies. https://doi.org/https://doi.org/10.1386/ajms.6.2.207_1

Voinea, D. V. (2025). Reconceptualizing Gatekeeping in the Age of Artificial Intelligence: A Theoretical Exploration of Artificial Intelligence-Driven News Curation and Automated Journalism. Journalism and Media. https://doi.org/https://doi.org/10.3390/journalmedia6020068

Ян, Ж. (2024). Применение машинного обучения и искусственного интеллекта для анализа медиапотребления аудитории: возможности и вызовы. Management of Education. https://doi.org/10.25726/h8921-9297-9701-v

Bandura, A. (1977). *Social* learning theory. Prentice-Hall.

Barcelona Principles 3.0. (2020). AMEC International Association for the Measurement and Evaluation of Communication.

Barton, L. (2007). Crisis in organizations II (2nd ed.). South-Western College Publishing.

Benoit, W. L. (1995). Accounts, excuses, and apologies: A theory of image restoration strategies. State University of New York Press.

Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). *Social* network sites: Definition, history, and scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), 210–230.

Bruns, A. (2008). Blogs, Wikipedia, Second Life, and beyond: From production to produsage. Peter Lang.

Cangara, H. (2014). Perencanaan dan strategi komunikasi. Raja Grafindo Persada.

Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate *social* responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. Business Horizons, 34(4), 39–48.

Cisco. (2022). Cisco Annual Internet Report (2018–2023). Cisco Systems.

Coombs, W. T. (2015). Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding (4th ed.). SAGE *Public*ations.

Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2006). Effective *public* relations (9th ed.). Prentice-Hall.

Dahlstrom, M. F. (2014). Using narratives and storytelling to communicate science with nonexpert audiences. Proceedings of the National Academy of Sciences, 111(4), 13614–13620.

Davenport, T. H., & Harris, J. G. (2007). Competing on analytics: The new science of winning. Harvard Business School Press.

Effendy, O. U. (2003). Ilmu, teori dan filsafat komunikasi. Citra Aditya Bakti.

Entman, R. M. (1993). *Framing*: Toward clarification of a fractured paradigm. Journal of Communication, 43(4), 51–58.

Freberg, K., Graham, K., McGaughey, K., & Freberg, L. A. (2011). Who are the *social* media *influencer*s? A study of *public* perceptions of personality. *Public* Relations Review, 37(1), 90–92.

Hall, S. (1997). Representation: Cultural representations and signifying practices. SAGE *Public*ations.

Halvorson, K., & Rach, M. (2012). Content strategy for the web (2nd ed.). New Riders.

Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. Dalam J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), The uses of mass communications (hlm. 19–32). SAGE *Public*ations.

Kominfo. (2023). Indeks literasi digital Indonesia 2022. Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia.

Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. Dalam L. Bryson (Ed.), The communication of ideas (hlm. 37–51). Harper.

Lee, M. (2008). Government *public* relations: A reader. CRC Press.

Luwarso, L., Asmono, W., & Sirikit, S. (2009). Media dan perubahan sosial: Suara korban kekerasan dan pengungsi di Indonesia. UNESCO-ISAI.

Mafindo. (2022). Laporan hoaks 2022: Peta sebaran dan kategorisasi hoaks di Indonesia. Masyarakat Anti Fitnah Indonesia.

Marston, J. E. (1963). The nature of *public* relations. McGraw-Hill.

McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public* Opinion Quarterly, 36(2), 176–187.

McQuail, D. (2010). McQuail's mass communication theory (6th ed.). SAGE *Public*ations.

Muniz, A. M., & O'Guinn, T. C. (2001). Brand community. Journal of Consumer Research, 27(4), 412–432.

Pulizzi, J. (2012). The rise of storytelling as the new marketing. Publishing Research Quarterly, 28(2), 116–123.

Rogers, E. M. (1995). Diffusion of innovations (4th ed.). Free Press.

Rosenthal, U., Boin, A., & Comfort, L. K. (2001). Managing crises: Threats, dilemmas, opportunities. Charles C Thomas Publisher.

Schultz, D. E., Tannenbaum, S. I., & Lauterborn, R. F. (1993). Integrated marketing communications: Putting it together and making it work. NTC Business Books.

Smith, P. R. (1999). Marketing communications: An integrated approach (2nd ed.). Kogan Page.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi.

Ward, S. J. A. (2011). Ethics and the media: An introduction. Cambridge University Press.

Waters, R. D., Burnett, E., Lamm, A., & Lucas, J. (2009). Engaging stakeholders through *social* networking: How nonprofit organizations are using Facebook. *Public* Relations Review, 35(2), 102–106.

Afrianty, T. W., Raharjo, K., Prakasa, Y., Abimanyu, A., & Burgess, J. (2026). Internal and external factors enhancing knowledge acquisition and digital literacy for digital business transformation: Evidence from small businesses in Indonesia. *Social Sciences and Humanities Open*, *13*. https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2026.102851

Alshaketheep, K., Al-Ahmed, H., & Kinana, S. B. (2026). Digital marketing and the behavioral intention to use learning management systems. *Acta Psychologica*, *266*. https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2026.106968

Alwafi Ridho Subarkah. (2018). Jurnalisme: Harapan dan Tantangan di Era Revolusi Industri 4.0 dalam Mendidik Masyarakat. *Attaqwa: Jurnal Ilmu Pendidikan Islam*, *151*(2).

Arafah, B., Hasyim, M., & Abbas, H. (2025). Netizens as Readers, Producers, and Publishers: Communication Ethics and Challenges in *Social* Media. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, *16*(4). https://doi.org/10.14569/IJACSA.2025.0160421

Asiyah, Gita Tamara, Shafiyah Binti Nur Ikhwan, Suci Pebriani, Zahra Ulfah Nasution, & Ere Mardella Arbiani. (2025). Komunikasi Pendidikan Di Era Digital: Sebuah Kajian Konseptual Tentang Tranformasi Interaksi EdukatiF. *Indonesian Journal of Social Science and Education (IJOSSE)*, *1*(3). https://doi.org/10.62567/ijosse.v1i3.1588

Barus, D. H. N., & Surbakti, R. (2023). Analisa Dan Pengembangan Pemasaran Perguruan Tinggi Di Indonesia. *MANNERS*, *5*(2). https://doi.org/10.56244/manners.v5i2.525

Baym, N. K. (2009). Personal Connection in a Digital Age. *Personal Connectios*.

Boeskens, L., & Meyer, K. (2025). Policies for the digital transformation of school education: Evidence from the OECD Policy Survey on School Education in the Digital Age. In *OECD Education Working Papers No. 328* (Issue 328).

Callais, V. (2020). Reclaiming Conversation: The Power of Talk in a Digital Age. *Journal of College Orientation, Transition, and Retention*, *27*(2). https://doi.org/10.24926/jcotr.v27i2.3099

Choi, M. (2016). A Concept Analysis of Digital Citizenship for Democratic Citizenship Education in the Internet Age. *Theory and Research in Social Education*, *44*(4). https://doi.org/10.1080/00933104.2016.1210549

Cover, R. (2015). Digital Identities: Creating and Communicating the *Online* Self. In *Digital Identities: Creating and Communicating the Online Self*. https://doi.org/10.1016/B978-0-12-420083-8.00010-9

Dai, C. P., Ke, F., Zhang, N., Barrett, A., West, L., Bhowmik, S., Southerland, S. A., & Yuan, X. (2026). Investigating preservice teachers' emotions and dialogic teaching practices in simulation-

based learning with artificial intelligence-powered virtual student agents. *Learning and Instruction*, *104*. https://doi.org/10.1016/j.learninstruc.2026.102381

Dea Syifa Natasya, Anisti, T. M. (2025). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Pendaftaran Siswa Baru TK Al Hanief (Studi Kasus Pada Akun TK Al Hanief). *Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Pendaftaran Siswa Baru TK Al Hanief (Studi Kasus Pada Akun TK Al Hanief)*, *11*(7).

Díaz-Fernández, M., Rivera-Prieto, J. C., & López-Cabrales, Á. (2026). Digital transformation and *social* sustainability: the mediating role of employees' digital competencies. *Technovation*, *156*. https://doi.org/10.1016/j.technovation.2026.103607

Durrani, B. A., Lecturer, S., Ivanauskien, N., Volung, J., Rahmani-Nejad, L., Firoozbakht, Z., Taghipoor, A., Arokiasamy, A. R. A., Pourdehghan, A., Tjan, S., Sukamto, R., Lumintan, D. B., Dhurup, M., Mafini, C., Dumasi, T., Kheng, L. L., Mahamad, O., Ramayah, T., Mosahab, R., … Wirawan, V. (2014). Implementation of E-Government in Welcoming the Contemporary Industrial Revolution 4.0 Era in Indonesia. *International Journal of Marketing Studies*, *1*(1).

Farrelly, D., Scheiber, L., & Maulbeck, J. (2026). Exploring critical digital literacies in community college teacher education. *Teaching and Teacher Education*, *181*. https://doi.org/10.1016/j.tate.2026.105687

Fidan, M. (2025). Teacher Happiness in the Age of Artificial Intelligence. *EDUCATIONE*, *4*(1). https://doi.org/10.58650/educatione.1523304

Fuchs, C. (2012). Some reflections on Manuel Castells' book networks of outrage and hope. *Social* movements in the internet age. *TripleC*, *10*(2). https://doi.org/10.31269/triplec.v10i2.459

Holmes, W., Bialik, M., & Fadel, C. (2019). Artificial intelligence in education: Promises and implications for teaching and learning. The Center for Curriculum Redesign, Boston, MA. *Journal of Computer Assisted Learning*, *14*(4).

Jiang, W., Wang, Y., & Zhang, X. (2026). Does education bridge the digital divide for middle-aged and older adults? Evidence from 55 societies. *Telematics and Informatics*, *107*. https://doi.org/10.1016/j.tele.2026.102419

Jin, X., Cui, H., Liu, F., Hu, Z., & Cai, Y. (2025). Does cybersecurity regulation promote digital transformation? Evidence from the Cyber Security Law in China. *Finance Research Letters*, *76*. https://doi.org/10.1016/j.frl.2025.107041

Juwita, M. R., Anggraini, N. R., Ulum, M. S., Prananta, M. D., Hidayat, M. F., & Purnama, N. A. (2025). Hoaxes in the Digital Era: An Analysis of *Social* Media Users. *Jurnal Lemhannas RI*, *12*(4). https://doi.org/10.55960/jlri.v12i4.944

Krisnanik, E., Yulistiawan, B. S., Indriana, I. H., & Yuwono, B. (2024). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dalam Pelestarian Budaya Dan Wujud Bela Negara. *Jurnal Bela Negara*, *1*(2). https://doi.org/10.70377/jbn.v1i2.7317

Kristalia, B. Y. Y., & Wibisono, I. W. (2024). Ancaman Siber Dan Penguatan Kedaulatan Digital Indonesia Dari Perspektif Geopolitik Digital. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, *3*(02). https://doi.org/10.56127/jukim.v3i02.1584

Lee, M. H., Yun, J. H. J., Pyka, A., Won, D. K., Kodama, F., Schiuma, G., Park, H. S., Jeon, J., Park, K. B., Jung, K. H., Yan, M. R., Lee, S. Y., & Zhao, X. (2018). How to respond to the Fourth Industrial Revolution, or the second information technology revolution? Dynamic new combinations between technology, market, and society through open innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, *4*(3). https://doi.org/10.3390/joitmc4030021

Mansour, M., Albawwat, A. H., Marei, A., & Abozeid, H. O. (2026). Cybersecurity disclosure and digital maturity as strategic drivers of banking performance: Evidence from Europe. *International Journal of Information Management Data Insights*, *6*(1). https://doi.org/10.1016/j.jjimei.2026.100403

Milton, J., & Al-Busaidi, A. (2023). New Role of Leadership in AI Era: Educational Sector. *SHS Web of Conferences*, *156*.

https://doi.org/10.1051/shsconf/202315609005

Mospan, N. (2023). Trends in emergency higher education digital transformation during the COVID-19 pandemic. *Journal of University Teaching and Learning Practice*, *20*(1). https://doi.org/10.53761/1.20.01.04

Mousavi, V., Rashidi, M., & Ghazimoghadam, S. (2026). Advancing bridge management systems: Optimizing maintenance planning through deep learning, big data, and digital twins. In *Results in Engineering* (Vol. 29). Elsevier B.V. https://doi.org/10.1016/j.rineng.2026.109895

Munandar, A., Yaasin, M. S., & Firdaus, R. A. (2023). Analisis Sentimen Netizen Indonesia Mengenai Boikot Produk. *Journal of Islamic Banking and Economics*, *3*(1).

Muzaki Hasan. (2022). Marketing Mix Dalam Pemasaran Perguruan Tinggi. *AmaNU: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Hasan Muzaki*, *5*(1).

Nugrahita Herlambang, A. Z., & Mardiana, L. (2024). Strategi Transformasi Media Cetak Suara Merdeka MenghadapiTantangan Era Digital. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, *11*(2).

Nyre, L. (2018). The mediated construction of reality. *New Media & Society*, *20*(2). https://doi.org/10.1177/1461444817742900

Orben, A. (2020). Teenagers, screens and *social* media: a narrative review of reviews and key studies. In *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology* (Vol. 55, Issue 4). https://doi.org/10.1007/s00127-019-01825-4

Peña-Alonso, U., Peña-Fernández, S., & Meso-Ayerdi, K. (2025). Journalists' Perceptions of Artificial Intelligence and Disinformation Risks. *Journalism and Media*, *6*(3). https://doi.org/10.3390/journalmedia6030133

Phu, L. H., Thao, L. P., Thuy, B. T., & Thao, N. H. (2026). The association between digital divide and economic growth: Evidence from 81 developing countries. *Social Sciences and Humanities Open*, *13*. https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2026.102959

Putra, A. M., Gunawan, A. S., & Erlita, N. (2023). From Conventional To Digital Media: Digital Transformation Strategies On Metro TV In Indonesia. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, *101*(23).

Redecker, C. (2017). European framework for the digital competence of educators: DigCompEdu. In *Joint Research Centre (JRC) Science for Policy report*. https://doi.org/10.2760/159770

Romli, M. E. (2020). Strategi Pemasaran Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, *16*(4). https://doi.org/10.31851/jmwe.v16i4.3726

Rotatori, D., Lee, E. J., & Sleeva, S. (2021). The evolution of the workforce during the fourth industrial revolution. *Human Resource Development International*, *24*(1). https://doi.org/10.1080/13678868.2020.1767453

Saragih, M. Y. (2018). Jurnalisme: Harapan dan Tantangan di Era Revolusi Industri 4.0 dalam Mendidik Masyarakat. *Attaqwa: Jurnal Ilmu Pendidikan Islam*, *14*(1).

Schwab, K. (2024). The Fourth Industrial Revolution: What it means, how to respond. In *Handbook of Research on Strategic Leadership in the Fourth Industrial Revolution*. https://doi.org/10.4337/9781802208818.00008

Shoaib, M. R., Wang, Z., Ahvanooey, M. T., & Zhao, J. (2023). Deepfakes, Misinformation, and Disinformation in the Era of Frontier AI, Generative AI, and Large AI Models. *ICCA 2023-2023 5th International Conference on Computer and Applications, Proceedings*. https://doi.org/10.1109/ICCA59364.2023.10401723

Tahir, I., & Ramadhan, M. G. F. (2024). Hate Speech On *Social* Media: Indonesian Netizens' Hate Comments Of Presidential Talk Shows On Youtube. *LLT Journal: Journal on Language and Language Teaching*, *27*(1). https://doi.org/10.24071/llt.v27i1.8180

Tan, C. (2022). The curious case of regulating false news on Google. *Computer Law and Security Review*, *46*. https://doi.org/10.1016/j.clsr.2022.105738

Tenku, H. Y., Artuti Erda De, S., & Kurniadi, D. (2025). Konvergensi Media Digital: Tinjauan Kritis Dan Implementasinya Dalam Komunikasi Massa Kontemporer. *Indonesian Journal of Digital Public Relations (IJDPR)*, *4*(1). https://doi.org/10.25124/ijdpr.v4i1.9791

Tremblay, K., Katharina, M., & Boeskens, L. (2023). Policies for the Digital Transformation of School Education: Proposed analytical framework and methodology. *Oecd*.

Tsang, S. J., & Zhou, L. (2025). Understanding *public* preference for misinformation interventions: support for digital *platform* monitoring, media literacy education and legislation. *Online Information Review*, *49*(4). https://doi.org/10.1108/OIR-07-2024-0454

Tsiotsou, R. H., Abbasi, A. Z., Li, L., & Albashrawi, M. (2026). Digital literacy and trust as drivers of blockchain E-voting systems adoption: Impacts on voter satisfaction and referral behavior. *Journal of Innovation and Knowledge*, *17*. https://doi.org/10.1016/j.jik.2026.101053

Ujang Badru Jaman, & Endah Pertiwi. (2023). Kedaulatan Pajak Negara Indonesia Terhadap Perusahaan Multinasional Digital. *Jurnal Aktiva : Riset Akuntansi Dan Keuangan*, *5*(1). https://doi.org/10.52005/aktiva.v5i1.178

UNESCO. (2023). Global Education Monitoring Report 2023, Southeast Asia: *Technology in Education: A Tool on Whose Terms? UNESCO.*.

UNESCO. (2024, May 24). *UNESCO dan KOMINFO: Metodologi Penilaian Kesiapan AI di Indonesia*. Https://Indonesia.Un.Org/Id/279021-Unesco-Dan-Kominfo-Metodologi-Penilaian-Kesiapan-Ai-Di-Indonesia.

Valkenburg, P. M., Meier, A., & Beyens, I. (2022). *Social* media use and its impact on adolescent mental health: An umbrella review of the evidence. In *Current Opinion in Psychology* (Vol. 44). https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.08.017

Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news *online*. *Science*, *359*(6380). https://doi.org/10.1126/science.aap9559

Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation | Harvard Business Publishing Education. *Harvard BUssines Review Press*, *ISBN: 9781625272478*.

Wihandarti, A. P., Suriansyah, A., & Rafianti, W. R. (2024). Analisis pengaruh media pembelajaran digital terhadap prestasi belajar siswa sekolah sasar. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, *2*(12).

Yuniarti, S., & Herawati, E. (2020). Analisis Hukum Kedaulatan Digital Indonesia. *Pandecta*, *Volume 15.*(2).

Zhu, L., Omar, B., Qi, F., & Kee, N. S. (2026). Do people disclose less after experiencing privacy invasion? The moderating role of digital privacy literacy and gender differences. *Acta Psychologica*, *267*. https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2026.107022

Zhu, Z., Dai, Z., Jiang, Y., Wu, B., Zhang, S., Ma, X., Wang, X., & Feng, Y. (2026). Bridging the knowledge gap: how farmers' digital literacy affects their ability to receive and understand meteorological warnings and emergency guidance during extreme weather events in China's Guanzhong Region. *Climate Risk Management*, *53*. https://doi.org/10.1016/j.crm.2026.100837

Asosiasi Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). *Laporan Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024*. APJII.

Bakardjieva, M. (2005). *Internet Society: The Internet In Everyday Life*. Sage *Public*ations.

Bell, D. (2001). *An Introduction to Cybercultures*. Routledge.

Boyd, D. (2014). *It's Complicated: The Social Lives Of Networked Teens.* Yale University Press.

Bucher, T. (2018). *If...Then: Algorithmic Power And Politics*. Oxford University Press.

Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford University Press.

Couldry, N., & Mejias, U. A. (2019). *The Costs Of Connection: How Data Is Colonizing Human Life And Appropriating It For Capitalism.* Stanford University Press.

Delmonaco, D., Mayworm, S., Thach, H., Guberman, J., Augusta, A., & Haimson, O. L. (2024). "What Are You Doing, Tiktok?": How Marginalized *Social* Media Users Perceive, Theorize, And "Prove"

Shadowbanning. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction, 8(CSCW1),* 1-39.

Freberg, K., Graham, K., McGaughey, K., & Freberg, L. A. (2011). Who are the *social* media *influencer*s? A study of *public* perceptions of personality. *Public Relations Review, 37(1),* 90-92.

Fuchs, C. (2014). *Social Media: A Critical Introduction*. Sage *Public*ations.

Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self In Everyday Life*. Doubleday.

Harff, D., Stehr, P., & Schmuck, D. (2025). Revisiting Opinion Leadership In The Digital Realm: *Social* Media *Influencer*s As Proximal Mass Opinion Leaders. *New Media & Society*. https://doi.org/10.1177/14614448251336441

Hogan, B. (2010). The Presentation Of Self In The Age Of *Social* Media: Distinguishing Performances And Exhibitions *Online*. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30(6), 377-386.

Hutchby, I. (2001). Technologies, Texts And Affordances. *Sociology, 35(2),* 441-456.

Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable Media: Creating Value And Meaning In A Networked Culture.* New York University Press.

Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (1955). *Personal Influence: The Part Played By People In The Flow Of Mass Communications.* Free Press.

Lou, C. (2021). *Social* Media *Influencer*s And Followers: Theorization ff A Trans-Para*social* Relation And Explication Of Its Implications For *Influencer* Advertising*. Journal of Advertising, 51(1)*, 4-21.

Papacharissi, Z. (2015*). Affective Publics: Sentiment, Technology, And Politics.* Oxford University Press.

Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What The Internet Is Hiding From You*. Penguin Press.

Penney, J. (2025). *Chilling Effects: Repression, Conformity, and Power in the Digital Age*. Cambridge University Press.

Schroeder, R. (2018). *Social Theory After The Internet: Media, Technology And Globalization*. UCL Press.

Sunstein, C. R. (2017). #*Republic: Divided Democracy In The Age Of Social Media*. Princeton University Press.

Thomas, S., & Manalil, P. (2025). Digital Silence: The Psychological Impact Of Being Shadow Banned On Mental Health And Self-Perception. *Frontiers in Psychology*, 16, 1-4.

Van Dijck, J. (2013). *The Culture Of Connectivity: A Critical History Of Social Media*. Oxford University Press.

Wang, L. H., Arch, D. N., & Metzger, M. J. (2025). Not The Average User: A Latent Profile Analysis Of Privacy Protection Appraisals In Targeted Advertising. *New Media & Society*. https://doi.org/10.1177/14614448251393913

Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight For A Human Future At The New Frontier Of Power. Public*Affairs.

BBC News. (2019, July 18). Instagram hides likes count in international test 'to remove pressure'. BBC News. https://www.bbc.com/news/world-49026935

Kompas.com. (2024, December 18). Mengenal Meta, perusahaan induk Facebook, WhatsApp, dan Instagram. Kompas.com. https://tekno.kompas.com/read/2024/12/18/15100077/mengenal-meta-perusahaan-induk-facebook-whatsapp-dan-instagram

The Conversation. (2022, November 3). What is shadowbanning? How do I know if it has happened to me, and what can I do about it? The Conversation. https://theconversation.com/what-is-shadowbanning-how-do-i-know-if-it-has-happened-to-me-and-what-can-i-do-about-it-192735.

The New York Times. (2019, November 10). Instagram hides 'likes' in test to reduce pressure on users. The New York Times.

PROFIL PENULIS

Musdalipa R, S.Pd.I., M.Si.



Penulis lahir di Majene, 31 Oktober 1991. Penulis adalah dosen tetap Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam DDI A.G.H Abdurrahman Ambo Dalle Polewali Mandar Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Pendidikan Guru Sekolah Dasar dan melanjutkan S2 pada Jurusan Komunikasi Pendidikan. Tidak lupa saya mengucapkan terima kasih atas dukungan yang penuh orang tua, suami dan anak-anak tercinta sehingga dapat kesempatan menulis lagi. Penulis adalah pendamping halal UMKM selain menekuni bidang menulis, adapun buku *chapter* mulai 2022-2025 yang sudah terbit dan jurnal *terindex* sinta.

Syubhan Akib, S.H., M.I.Kom.



Penulis merupakan seorang akademisi pada universitas swasta di Jakarta. Sebagai seorang profesional, penulis telah menjadi jurnalis selama belasan tahun dan juga berkecimpung di dunia pemasaran digital. Saat ini penulis menghabiskan kegiatannya sebagai seorang konsultan komunikasi, jurnalis, dan juga menjadi dosen di Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI.

Nofia Natasari, S.Kom.I., M.Sos.



Penulis merupakan dosen Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Bisnis dan Teknologi, Universitas Pertiwi. Selain aktif mengajar, penulis juga menjadi Tutor (Tuton) di Universitas Terbuka pada bidang ilmu komunikasi. Memiliki minat dalam kajian komunikasi, media digital, desain komunikasi visual, literasi digital, serta penelitian dan pengembangan akademik. Melalui kegiatan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat, penulis berkomitmen mengembangkan ilmu komunikasi yang adaptif terhadap perkembangan teknologi digital serta relevan dengan kebutuhan dunia pendidikan dan industri kreatif.

Dr. Dra. Susiana Dewi Ratih, M.M.



Penulis lahir di Jakarta, 5 September 1964. Menamatkan pendidikan sarjana dari jurusan Biologi FMIPA Universitas Indonesia di tahun 1988, program Magister Manajemen, konsentrasi Manajemen Keuangan di Program Pascasarjana Universitas Sahid Jakarta di tahun 1999. Dan menjadi Doktor Ilmu Komunikasi di Sekolah Pascasarjana Universitas Sahid Jakarta tahun 2017. Spesialisasinya adalah Komunikasi bisnis dan Organisasi. Lintasan keilmuan yang beragam merefleksikan penguatan perspektif multidisipliner dalam memahami komunikasi organisasi dan perilaku manusia. Pengalaman menduduki jabatan struktural dan manajerial, memantapkan keputusannya untuk mendalami ilmu komunikasi agar berhasil dalam mengelola organisasi dan masyarakat. Hal ini juga mendukung kariernya sebagai dosen di Perguruan Tinggi Swasta, dalam melakukan kegiatan Tridarma Perguruan Tinggi, dalam bidang yang berkaitan dengan organisasi masyarakat, baik di bidang industri, pariwisata dan juga bidang kepemudaan. Pengalamannya dalam organisasi bisnis, yang mengharuskannya memiliki *skill* manajerial dalam mengelola

bisnis, termasuk manajemen, pemasaran, serta kemampuan menjalin komunikasi baik internal maupun eksternal.

Athik Hidayatul Ummah, M.Pd., M.Si.



Penulis merupakan dosen tetap di Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi (FDIK) Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram. Athik adalah alumni Magister Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia. Beberapa karya tulis ilmiah yang dipublikasikan melalui buku ber-ISBN di antaranya: Literasi Media dan pekerja Migran Indonesia di Arab Saudi (2026), Perempuan di Layar Digital: Representasi Isu-Isu Ketidakadilan Gender dalam Film Indonesia (2025), Mediamorfosis: Eksistensi, Kontestasi dan Komodifikasi Media (2024), Komunikasi Penyiaran Islam (2024), *Green Marketing* (2024), Komunikasi Dakwah Era *New Media* (2022), Pesantren: kemandirian dan jangkar nasional (2022), Membongkar Kekerasan Seksual di pendidikan Tinggi: Pemikiran Awal (2022). Selain itu, buku Manajemen Industri Media Massa (2021), *Split-Ticket Voting*: Pesan Kampanye dan Perilaku Pemilih (2021), Perempuan dan Media Vol.1 (2021), Komunikasi Korporat (2021), Komunikasi Organisasi (2021), Hukum Media Massa (2021), Manajemen Pendidikan Islam (2021), Antologi Kajian Keislaman (2021), Mengurai Konflik Agama dan Kitab Suci (2021), Covid-19 & Disrupsi: Tatanan Sosial Budaya, Ekonomi, Politik dan Multi. Sejumlah tulisan dalam bentuk artikel juga telah dipublikasikan dalam jurnal ilmiah bereputasi nasional maupun internasional yang dapat diakses melalui google scholar. Penulis dapat dihubungi di email: athika_hidayah@uinmataram.ac.id.

Ummy Chairiyah, M.I.Kom.



Penulis merupakan dosen *homebased* Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel Surabaya. Ia memiliki cabang keilmuan media dan komunikasi dengan ranting keilmuan desain media dan komunikasi. Fokus kajian akademiknya meliputi media komunikasi, desain media, komunikasi visual, desain grafis, serta pengembangan media berbasis komunikasi edukatif. Dalam kegiatan akademik, ia aktif melaksanakan pengajaran, penelitian, publikasi ilmiah, dan pengabdian kepada masyarakat yang berkaitan dengan desain media, media digital, komunikasi visual, serta pemanfaatan media sebagai sarana edukasi dan dakwah. Profil akademiknya juga tercatat dalam SINTA dan Google Scholar dengan bidang kepakaran *media and communication design, media communication, visual communication,* dan *graphic design*.

Maya Sari, S.S., M.Si.



Penulis lahir di Poso, Sulawesi Tengah 41 tahun lalu dan merupakan anak pertama dari tiga bersaudara. Sejak dibangku SMA sering menulis untuk Mading (Majalah Dinding). Menyelesaikan kuliah S-1 di Universitas Muslim Indonesia Makassar, jurusan Sastra Inggris pada tahun 2006 dan melanjutkan pendidikan ke jenjang Magister di Universitas Hasanuddin Makassar, pada Program Studi Ilmu Komunikasi (2007-2009). Tulisan ini merupakan buku kolaborasi setelah yang pertama pada tahun 2020 “Andai Bukan Karena Cinta”, yang kedua “Kita Menulis, Merdeka Menulis” yang ditulis bersama sejumlah rekan-rekan dosen dari seluruh Indonesia. Kemudian buku Pengantar Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran, Etika Perkantoran, Merdeka belajar Dan Kampus Merdeka, Media & Multimedia Pembelajaran, Komunikasi Bisnis (2022), Teori Komunikasi Pendidikan (2022), Pendidikan Anak Usia Dini (2022), Politik dan Pemasaran Pendidikan (2023), Komunikasi Bisnis; Pendekatan Praktis (2023), Komunikasi Politik, Komunikasi

Penyiaran Islam, Psikologi Komunikasi(2024), Kepemimpinan Dalam organisasi (2025), Strategi Komunikasi (2026) yang juga merupakan buku kolaborasi.

Ovi Olivia Belida, S.I.Kom., M.I.Kom.



Penulis menamatkan pendidikan Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi di Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama) pada tahun 2013, dan menuntaskan studi Magister (S2) di bidang serta universitas yang sama pada tahun 2016. Penulis memiliki latar belakang kuat sebagai praktisi media penyiaran dengan mengawali kariernya di industri televisi sejak tahun 2013. Pengalaman profesionalnya terentang mulai dari menjadi Kreatif Produksi di Rajawali Televisi (RTV), *Marketing Creative* di MNC TV, hingga menjabat sebagai *Senior Creative* di SEA *Today News*. Kiprah akademisnya dimulai pada tahun 2017 sebagai dosen, dan sejak tahun 2021 penulis tercatat aktif sebagai pengajar di Institut STIAMI. Di sana, ia mengampu mata kuliah yang berfokus pada produksi audio visual, jurnalistik, serta *public speaking*. Selaras dengan kepakarannya, penulis aktif melakukan publikasi penelitian dan kegiatan pengabdian masyarakat, khususnya di bidang industri media penyiaran. Kini penulis juga aktif berbagi ilmu dan pengalaman sebagai pembicara dalam bidang *public speaking* dan konten digital.

Ni Putu Sinta Dewi, M.I.Kom.



Penulis adalah seorang dosen, akademisi, dan peneliti profesional di bidang Ilmu Komunikasi. Saat ini, beliau aktif mendedikasikan dirinya dalam pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi dengan fokus kepakaran pada Kampanye Non-Komersial (Iklan Layanan Masyarakat), studi Isu dan Komunikasi Krisis, Hubungan Masyarakat (*Public Relations*), Komunikasi Politik, serta Dinamika Komunikasi Digital. Ketertarikannya yang mendalam terhadap dunia filsafat, tata kelola pemerintahan, dan komunikasi teoretis berkat dari latar belakang

akademisnya yang multidisipliner. Beliau menuntaskan studi sarjananya dengan meraih gelar Sarjana Filsafat (S.Fil.) serta Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.). Komitmennya pada pengembangan keilmuan kemudian dilanjutkan melalui studi pascasarjana, di mana beliau berhasil memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi (M.I.Kom.) dan Magister Ilmu Pemerintahan (M.I.P.). Guna memperkuat kontribusi keilmuannya di tingkat tertinggi, saat ini beliau tengah menempuh program Doktoral (S3) dalam bidang Ilmu Komunikasi. Sebagai seorang peneliti, Ni Putu Sinta Dewi aktif mengkaji berbagai fenomena sosial kontemporer. Fokus riset dan proyek akademis yang ditekuninya meliputi strategi pemasaran sosial (*social marketing*), perancangan Iklan Layanan Masyarakat (ILM) yang efektif untuk kampanye kesehatan dan lingkungan, serta penguatan literasi digital. Beliau juga menaruh perhatian besar pada isu-isu krusial penegakan etika digital serta mitigasi Kekerasan Berbasis Gender *Online* (KBGO) di masyarakat.

Fachrul Rozie, M.Pd.



Penulis sebagai dosen tetap pada Program Studi Pendidikan Guru PAUD FKIP Universitas Mulawarman dengan bidang kajian PAUD, *Etnoparenting* dan Ilmu Manajemen Pendidikan. Aktif dalam pengembangan kajian pembelajaran pola asuh berbasis budaya Rumpun Kalimantan dengan pendekatan digitalisasi pembelajaran. Latar belakang keilmuannya memandang pendidikan sebagai transformasi pengalaman berbasis minat penelitian yang berdampak secara berkelanjutan dalam dunia Pendidikan Anak Usia Dini. Penulis banyak melakukan riset, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat berfokus pada adaptasi teknologi dan digitalisasi *parenting* berbasis kearifan lokal dan melek teknologi bagi komunitas orangtua di lembaga PAUD. Kegiatan tersebut mencakup pengembangan strategi pembelajaran berbasis digital, pemanfaatan teknologi untuk penguatan interaksi belajar, serta pendampingan pendidik dalam mengimplementasikan pembelajaran yang adaptif terhadap perkembangan teknologi. Minat keilmuannya juga tertuju pada

tantangan pendidikan dan *artificial intelegence* serta pendekatan TPACK. Penulis meyakini bahwa kemajuan teknologi perlu bersinergi dengan penguatan pendidikan serta peranan peserta didik tetap memiliki kepekaan kemanusiaan serta refleksi kritis terhadap realitas sosial yang bersifat dinamis.

Lintang Citra Christiani, S.I.Kom., M.I.Kom.



Penulis lahir di Magelang pada 24 Maret 1988. Memperoleh gelar S1 Ilmu Komunikasi di Universitas Diponegoro (2010) dan menyelesaikan program S2 Ilmu Komunikasi di universitas yang sama (2015). Kini penulis menjadi dosen tetap di Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Tidar. Meminati penelitian di bidang media, khususnya kajian budaya dan media serta literasi media. Penulis aktif menulis buku dan artikel ilmiah yang telah terpublikasi di berbagai jurnal. Buku sebelumnya yang telah diterbitkan yaitu *Tween* Tubuh Perempuan Yang Patuh, bunga rampai dalam buku Perempuan dan Media Volume 1, serta buku berjudul Literasi Media. Alamat e-mail penulis adalah lintang.citra@untidar.ac.id



MEDIA DAN KOMUNIKASI

Teori, Praktik, dan Perkembangan Digital

Di tengah laju transformasi teknologi yang disruptif, pemahaman terhadap esensi media dan proses komunikasi menjadi semakin krusial. Buku ini hadir sebagai panduan komprehensif yang membedah dinamika komunikasi manusia, mulai dari landasan teoretis fundamental hingga manifestasi praktisnya di era digital.

Melalui pendekatan yang sistematis, buku ini menelusuri evolusi teori komunikasi dari model klasik hingga teori modern yang beradaptasi dengan fenomena konvergensi media. Pembaca diajak untuk mengeksplorasi berbagai spektrum media, mulai dari media cetak dan elektronik konvensional hingga kompleksitas media sosial serta ekosistem media digital saat ini. Lebih dari sekadar teori, karya ini juga memotret perubahan pola komunikasi interpersonal, kelompok, dan massa dalam merespons perkembangan teknologi informasi.

Buku ini tidak hanya mengulas aspek teknis, tetapi juga memberikan perhatian mendalam pada dimensi etika, regulasi, dan tanggung jawab sosial media. Fenomena kontemporer seperti algoritma *platform, Big Data,* filter *bubble,* hingga budaya siber dan identitas digital diulas secara tajam untuk memberikan wawasan tentang pengaruh media terhadap perilaku masyarakat dan opini publik.

Ditulis dengan gaya bahasa yang lugas namun akademis, buku ini menjadi referensi esensial bagi mahasiswa, akademisi, praktisi media, maupun masyarakat umum yang ingin memahami bagaimana media dan komunikasi membentuk realitas sosial kita saat ini. Sebuah karya penting bagi siapa pun yang ingin menavigasi arus informasi di tengah pesatnya perkembangan dunia digital.

www.penerbitwidina.com
@penerbitwidina
penerbit widina
penerbitwidina@gmail.com
widina store
widina bookstore

Layanan Pembaca & Penerbitan Buku
0815-7000-699

SCANME

Komunikasi

ISBN 978-634-317-403-5

9 786343 174035