

TRANSFORMASI KOMUNIKASI MODERN MELALUI MEDIA SOSIAL DAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE

Adriyan Syahputra

Program Studi Produksi Media, Institut Seni Indonesia Padang Panjang, Padang Panjang, Indonesia

Submitted: May 2026, **Revised:** June 2026, **Accepted:** August 2026, **Published:** August 2026

NOHP/WA :

ABSTRACT

Perkembangan teknologi digital melalui media sosial dan Artificial Intelligence (AI) telah mendorong transformasi komunikasi modern yang mengubah pola interaksi masyarakat menjadi lebih cepat dan interaktif. Namun, kajian mengenai hubungan media sosial dan AI dalam membentuk komunikasi modern masih sering dibahas secara terpisah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran media sosial dan Artificial Intelligence dalam membentuk transformasi komunikasi modern serta dampaknya terhadap pola komunikasi masyarakat. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi literatur melalui analisis jurnal ilmiah, buku, dan laporan digital yang relevan. Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memperluas ruang komunikasi dan pertukaran informasi, sementara AI memperkuat proses komunikasi melalui otomatisasi dan personalisasi konten. Integrasi keduanya menciptakan komunikasi yang lebih efisien, namun juga memunculkan tantangan seperti disinformasi, bias algoritma, dan penurunan kualitas interaksi sosial secara langsung. Jadi transformasi komunikasi modern itu dipengaruhi oleh integrasi media sosial dan AI yang mengubah cara masyarakat berkomunikasi dan mengakses informasi. Implikasi: Temuan ini menegaskan pentingnya literasi digital serta penggunaan teknologi yang etis agar komunikasi digital tetap berkualitas.

Keywords : komunikasi digital; media sosial; Artificial Intelligence; transformasi komunikasi; literasi digital.

Correspondence: Adriyan Syahputra, Program Studi Produksi Media, Institut Seni Indonesia Padang Panjang, Padang Panjang, Sumatera Barat, Indonesia.

Email: adriyansyahputra246@gmail.com

To cite this article (APA Style):

Syahputra, Adriyan. (2023). Transformasi Komunikasi Modern Melalui Media Sosial dan Artificial Intelligence. *Spectrum*. 1(1), 12-19.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).

Copyright © 2026

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital saat ini telah membawa perubahan besar terhadap berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam bagaimana cara masyarakat berkomunikasi. Komunikasi yang sebelumnya berlangsung secara konvensional dan terbatas oleh ruang serta waktu kini mengalami transformasi menuju pola yang lebih cepat, fleksibel, dan berbasis jaringan digital. Perubahan tersebut tidak hanya memengaruhi media yang digunakan, tetapi juga cara individu membangun relasi sosial, mengakses informasi, serta menyampaikan gagasan di ruang publik. Dalam konteks ini, komunikasi modern berkembang sebagai bagian dari dinamika masyarakat digital yang semakin terhubung melalui teknologi.

Castells (2010) menjelaskan bahwa perkembangan teknologi informasi melahirkan konsep *network society*, yaitu masyarakat yang aktivitas sosialnya dibentuk dan dipengaruhi oleh jaringan digital. Konsep ini menunjukkan bahwa teknologi tidak lagi sekadar berfungsi sebagai alat bantu komunikasi, tetapi telah menjadi struktur yang membentuk pola interaksi sosial masyarakat. Kehadiran internet serta perangkat digital mempercepat pertukaran informasi dan menciptakan ruang komunikasi yang tidak lagi bergantung pada batas geografis.

Media sosial menjadi salah satu faktor utama dalam transformasi komunikasi modern. Kaplan dan Haenlein (2010) mendefinisikan media sosial sebagai platform berbasis internet yang memungkinkan pengguna menciptakan, membagikan, serta bertukar konten secara interaktif. Berbeda dengan media massa konvensional yang cenderung bersifat satu arah, media sosial memungkinkan komunikasi berlangsung secara dua arah bahkan multi-arah. Pengguna tidak lagi hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga berperan sebagai produsen sekaligus penyebar informasi di ruang digital.

Transformasi tersebut terlihat pada tingginya penggunaan media sosial di Indonesia. Laporan Digital 2024 oleh We Are Social dan Meltwater menunjukkan bahwa Indonesia memiliki lebih dari 191 juta pengguna media sosial aktif dengan rata-rata penggunaan lebih dari tiga jam per hari. Data tersebut memperlihatkan bahwa media sosial telah berkembang menjadi bagian dari aktivitas sosial masyarakat, mulai dari komunikasi personal, pendidikan, hiburan, hingga aktivitas ekonomi dan promosi digital.

Selain media sosial, Artificial Intelligence (AI) juga menjadi elemen penting dalam transformasi komunikasi digital. AI berkembang melalui berbagai bentuk penerapan seperti chatbot, sistem rekomendasi konten, moderasi otomatis, hingga analisis perilaku pengguna. Kehadiran AI memungkinkan proses komunikasi berlangsung lebih cepat dan personal karena sistem mampu mempelajari preferensi pengguna serta menyesuaikan informasi yang ditampilkan.

Berbagai penelitian sebelumnya telah membahas peran media sosial maupun Artificial Intelligence dalam komunikasi digital. Nasrullah (2015) menjelaskan bahwa media sosial membentuk ruang komunikasi partisipatif melalui konsep prosumer, yaitu pengguna yang berperan sebagai produsen sekaligus konsumen informasi. Mulyana (2017) menambahkan bahwa komunikasi digital cenderung mengurangi konteks non-verbal sehingga berpotensi meningkatkan miskomunikasi dalam interaksi daring.

Meskipun demikian, sebagian besar penelitian masih membahas media sosial dan Artificial Intelligence sebagai dua aspek yang berdiri sendiri. Padahal dalam praktik komunikasi digital saat ini, keduanya bekerja secara terintegrasi melalui algoritma, sistem rekomendasi, serta personalisasi informasi. Kondisi tersebut menunjukkan adanya celah penelitian mengenai bagaimana integrasi media sosial dan AI secara simultan membentuk transformasi komunikasi modern.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis peran media sosial dan Artificial Intelligence dalam membentuk transformasi komunikasi modern serta dampaknya terhadap pola komunikasi masyarakat. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan studi komunikasi digital sekaligus meningkatkan kesadaran mengenai pentingnya literasi digital dan penggunaan teknologi secara etis.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi literatur (library research). Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman dan analisis terhadap transformasi komunikasi modern melalui media sosial dan Artificial Intelligence (AI) berdasarkan berbagai sumber ilmiah yang relevan. Objek penelitian adalah perubahan pola komunikasi masyarakat di era digital yang dipengaruhi oleh perkembangan media sosial dan teknologi Artificial Intelligence.

Data penelitian diperoleh melalui teknik studi dokumentasi dengan mengumpulkan berbagai sumber sekunder berupa jurnal ilmiah, buku, artikel akademik, serta laporan digital yang berkaitan dengan komunikasi digital, media sosial, dan Artificial Intelligence. Penelusuran literatur dilakukan secara daring melalui database jurnal dan sumber akademik yang memiliki relevansi dengan topik penelitian.

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri dengan memanfaatkan dokumentasi literatur sebagai sumber data. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif melalui tahapan identifikasi, klasifikasi, interpretasi, serta penarikan kesimpulan terhadap temuan-temuan yang diperoleh dari berbagai sumber. Analisis dilakukan untuk memahami hubungan antara media sosial dan Artificial Intelligence

dalam membentuk transformasi komunikasi modern serta dampaknya terhadap pola komunikasi masyarakat.

HASIL DAN ANALISIS

Transformasi komunikasi modern menunjukkan perubahan signifikan dalam cara masyarakat membangun interaksi dan mengakses informasi. Perubahan tersebut ditandai oleh meningkatnya penggunaan media digital, terutama media sosial, yang memungkinkan komunikasi berlangsung secara cepat, fleksibel, dan tanpa batas geografis. Kehadiran media sosial tidak hanya mengubah media penyampaian pesan, tetapi juga mengubah pola komunikasi masyarakat dari yang sebelumnya cenderung satu arah menjadi komunikasi yang bersifat partisipatif dan interaktif.

Tingginya penggunaan media sosial menjadi indikator penting dalam memahami perubahan tersebut. Data Digital 2026 menunjukkan bahwa Indonesia memiliki lebih dari 191 juta pengguna media sosial aktif dengan rata-rata penggunaan harian mencapai lebih dari tiga jam. Kondisi ini menunjukkan bahwa media sosial telah berkembang menjadi ruang komunikasi utama masyarakat modern. Platform seperti Instagram, TikTok, WhatsApp, dan X tidak lagi hanya dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi personal, tetapi juga sebagai ruang pertukaran informasi, pembentukan opini publik, aktivitas ekonomi digital, hingga media promosi dan edukasi.



Figure 1 Data Pengguna Media Sosial Indonesia
Source: data.goodstats 2024

Temuan tersebut memperkuat pandangan Castells (2010) mengenai network society yang menjelaskan bahwa masyarakat modern semakin dibentuk oleh jaringan digital. Dalam konteks ini, komunikasi tidak lagi bergantung pada kedekatan fisik, tetapi pada keterhubungan melalui platform digital. Media sosial memungkinkan individu berperan sebagai produsen sekaligus konsumen informasi atau prosumer sebagaimana dijelaskan oleh Nasrullah (2015). Fenomena ini menjadikan arus informasi bergerak lebih cepat dibandingkan model komunikasi konvensional.

Di sisi lain, perkembangan Artificial Intelligence (AI) turut mempercepat transformasi komunikasi digital. Teknologi AI hadir melalui berbagai bentuk penerapan seperti chatbot, algoritma rekomendasi, moderasi otomatis, serta analisis perilaku pengguna pada platform media sosial. Kehadiran AI memungkinkan sistem digital memahami preferensi pengguna dan menampilkan konten yang dianggap paling relevan. Dengan demikian, komunikasi digital modern tidak hanya berlangsung melalui interaksi antarmanusia, tetapi juga dipengaruhi oleh proses komputasional yang bekerja di balik platform digital.

Peran AI dalam komunikasi digital terlihat jelas melalui sistem personalisasi yang digunakan media sosial. Algoritma mempelajari aktivitas pengguna seperti riwayat pencarian, interaksi konten, dan durasi penggunaan untuk menentukan informasi yang muncul pada beranda pengguna. Sistem tersebut meningkatkan efisiensi komunikasi dan membantu pengguna memperoleh informasi sesuai kebutuhan serta minat masing-masing. Namun, kondisi tersebut juga menunjukkan bahwa arus informasi yang diterima masyarakat tidak sepenuhnya bersifat netral, melainkan dipengaruhi oleh mekanisme algoritmik yang dirancang platform digital.

Integrasi media sosial dan Artificial Intelligence menunjukkan bahwa transformasi komunikasi modern tidak hanya dipengaruhi oleh perkembangan platform digital, tetapi juga oleh sistem teknologi cerdas yang bekerja di dalamnya. Media sosial dan AI saat ini berkembang dalam hubungan yang saling bergantung. Platform media sosial memanfaatkan AI untuk mengelola distribusi informasi, merekomendasikan konten, serta memoderasi interaksi pengguna secara otomatis. Kondisi ini menjadikan AI sebagai elemen penting yang memengaruhi bagaimana informasi diproduksi, disebarkan, dan diterima masyarakat.

Implementasi AI pada media sosial terlihat melalui fitur rekomendasi konten yang digunakan berbagai platform digital. Sistem tersebut memanfaatkan machine learning untuk menganalisis perilaku pengguna berdasarkan aktivitas daring, termasuk pencarian, komentar, tanda suka, serta pola konsumsi media. Melalui mekanisme tersebut, platform mampu menampilkan konten yang dianggap paling relevan bagi setiap individu. Kehadiran AI dalam media sosial pada satu sisi memberikan manfaat berupa efisiensi pencarian informasi, peningkatan pengalaman pengguna, serta kemudahan komunikasi digital yang lebih personal dan adaptif.

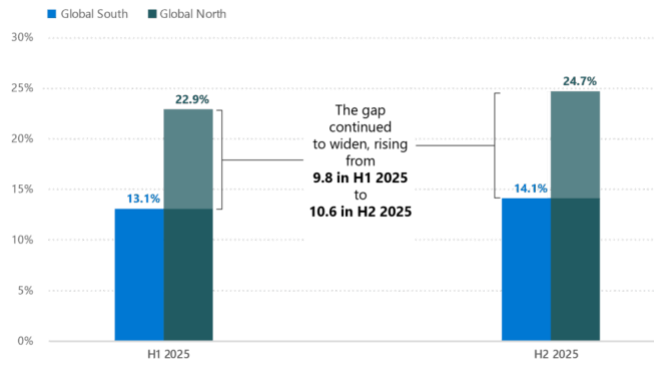


Figure 2 Implementasi Artificial Intelligence
Source: Global AI Adoption 2025

Meskipun demikian, integrasi media sosial dan Artificial Intelligence juga menghadirkan berbagai tantangan dalam komunikasi modern. Personalisasi informasi yang dilakukan algoritma berpotensi menciptakan echo chamber, yaitu kondisi ketika pengguna lebih sering menerima informasi yang sejalan dengan pandangan dan preferensinya sendiri. Akibatnya, keberagaman informasi dapat berkurang dan ruang diskusi publik menjadi kurang terbuka. Selain itu, tingginya arus informasi pada media sosial juga meningkatkan potensi penyebaran disinformasi dan hoaks yang sering kali menyebar lebih cepat dibandingkan proses verifikasi informasi.

Fenomena tersebut memperlihatkan bahwa komunikasi digital modern memiliki dua sisi yang berjalan bersamaan. Pada satu sisi, media sosial dan AI meningkatkan efisiensi serta memperluas akses komunikasi masyarakat. Namun pada sisi lain, keduanya juga dapat memengaruhi kualitas interaksi sosial dan objektivitas informasi yang diterima pengguna. Mulyana (2017) menjelaskan bahwa komunikasi digital cenderung mengurangi konteks non-verbal yang biasanya hadir dalam komunikasi tatap muka. Kondisi ini berpotensi meningkatkan kesalahpahaman serta menurunkan kedalaman relasi interpersonal apabila komunikasi digital menjadi bentuk interaksi yang dominan.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial dan Artificial Intelligence tidak dapat lagi dipahami sebagai dua elemen yang terpisah dalam komunikasi modern. Keduanya membentuk ekosistem komunikasi digital yang saling terhubung dan memengaruhi perilaku masyarakat dalam memperoleh serta memproduksi informasi. Hasil ini sekaligus memperkuat konsep network society dari Castells (2010) yang menempatkan teknologi digital sebagai struktur pembentuk relasi sosial modern. Dengan demikian, transformasi komunikasi modern bukan hanya perubahan alat komunikasi, melainkan perubahan mendasar terhadap pola interaksi sosial, budaya informasi, dan pengalaman komunikasi masyarakat di era digital.

KESIMPULAN

Transformasi komunikasi modern melalui media sosial dan Artificial Intelligence menunjukkan bahwa perkembangan teknologi digital telah mengubah pola komunikasi masyarakat secara signifikan. Media sosial tidak lagi sekadar menjadi sarana komunikasi, tetapi berkembang sebagai ruang interaksi sosial, pertukaran informasi, serta pembentukan opini publik. Di sisi lain, Artificial Intelligence memperkuat proses komunikasi digital melalui sistem rekomendasi, personalisasi konten, serta otomatisasi yang memengaruhi pengalaman komunikasi pengguna.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial dan Artificial Intelligence bekerja secara terintegrasi dalam membentuk ekosistem komunikasi modern. Integrasi tersebut menghadirkan berbagai manfaat seperti efisiensi komunikasi, perluasan akses informasi, serta peningkatan partisipasi digital masyarakat. Namun demikian, perkembangan tersebut juga menghadirkan tantangan berupa disinformasi, echo chamber, privasi data, serta potensi menurunnya kualitas interaksi sosial secara langsung.

Oleh karena itu, transformasi komunikasi modern perlu dipahami secara kritis melalui penguatan literasi digital dan penggunaan teknologi yang etis serta bertanggung jawab. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan studi komunikasi digital serta menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya mengenai hubungan media sosial dan Artificial Intelligence dalam kehidupan masyarakat digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, A. (2021). Possibilities and apprehensions in the landscape of artificial intelligence in education. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 12(1), 625–632.
- APJII. (2024). Survei penetrasi internet Indonesia 2024. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. <https://apjii.or.id>
- Castells, M. (2010). *The rise of the network society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.
- Cinelli, M., Quattrociocchi, W., Galeazzi, A., Valensise, C. M., Brugnoli, E., Schmidt, A. L., Zola, P., Zollo, F., & Scala, A. (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(9), 1–8. <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>
- Couldry, N., & Hepp, A. (2018). *The mediated construction of reality*. Polity Press.
- DataReportal. (2024). Digital 2024: Indonesia. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Ismagilova, E., Aarts, G., Coombs, C., Crick, T., Duan, Y., Dwivedi, R., Edwards, J., Eirug, A., Galanos, V., Ilavarasan, P. V., Janssen, M., Jones, P., Kar, A. K., Kizgin,

- H., Kronemann, B., Lal, B., Lucini, B., ... Williams, M. D. (2021). Artificial intelligence (AI): Multidisciplinary perspectives on emerging challenges, opportunities, and agenda for research, practice and policy. *International Journal of Information Management*, 57, 101994. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.08.002>
- Floridi, L., & Chiriatti, M. (2020). GPT-3: Its nature, scope, limits, and consequences. *Minds and Machines*, 30(4), 681–694. <https://doi.org/10.1007/s11023-020-09548-1>
- GoodStats. (2024). Menilik pengguna media sosial Indonesia 2017–2026. <https://data.goodstats.id/statistic/menilik-pengguna-media-sosial-indonesia-2017-2026-xUAlp>
- Howard, P. N. (2020). *Lie machines: How to save democracy from troll armies, deceitful robots, junk news operations, and political operatives*. Yale University Press.
- Jameson, J. (2013). E-leadership in higher education: The fifth age of educational technology research. *British Journal of Educational Technology*, 44(6), 889–915. <https://doi.org/10.1111/bjet.12103>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241–251. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005>
- Lupia, A. (2023). Artificial intelligence and democracy. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 120(38), 1–8. <https://doi.org/10.1073/pnas.2310040120>
- Microsoft AI Economy Institute. (2025). Global AI Adoption 2025. <https://www.microsoft.com/en-us/corporate-responsibility/topics/AI-Economy-Institute/reports/Global-AI-Adoption-2025/>
- Mulyana, D. (2017). *Ilmu komunikasi: Suatu pengantar*. PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin Books.
- Pavlik, J. V. (2023). *Artificial intelligence and journalism*. Routledge.
- Shin, D. (2021). The effects of explainability and causability on perception, trust, and acceptance: Implications for explainable AI. *International Journal of Human–Computer Studies*, 146, 102551. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2020.102551>
- Statista. (2024). Social media usage worldwide. <https://www.statista.com>
- Sundar, S. S. (2020). Rise of machine agency: A framework for studying the psychology of human–AI interaction. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 25(1), 74–88. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmz026>

- Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining “fake news”. *Digital Journalism*, 6(2), 137–153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
- UNESCO. (2023). *Guidance for generative AI in education and research*. UNESCO Publishing. <https://unesdoc.unesco.org>
- Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.
- We Are Social. (2024). *Digital 2024 Global Overview Report*. <https://wearesocial.com>
- Westerman, D., Spence, P. R., & Van Der Heide, B. (2014). Social media as information source. *Computers in Human Behavior*, 31, 171–176. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.10.037>
- Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism*. PublicAffairs.
- Zollo, F. (2019). Memory, echo chambers, and misinformation. *Frontiers in Physics*, 7, 1–7. <https://doi.org/10.3389/fphy.2019.00008>