

Komunikasi Di Era Modern: Menjelajahi Peran Sosial, Media, dan Strategi Dalam Kehidupan Sehari-Hari

Resyiana Saffira Rustandi¹, Siti Maspupah Apriliani², Meylita Sekar Asri Mulya³, Fidy Alivia⁴,Fitra Algustaf⁵,

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Djuanda, 16720, Bogor, Provinsi Jawa Barat, Indonesia

*Korespondensi: resyianasr@gmail.com

ABSTRAK

Artikel ini memepelajari tentang transformasi komunikasi di era saat ini yaitu era modern dan juga membahas tentang pengaruhnya terhadap kehidupan sosial, profesional, dan institusional. Artikel di buat menggunakan penelitian metode studi litelatur dengan pendekatan kualitatif deskriptif terhadap sepuluh referensi artikel ilmiah yang berkaitan. Hasil dan pembahasan menunjukkan bahwa komunikasi di era saat ini tidak hanya berfungsi sebagai perangkat pertukaran informasi. namun sebagai rencana dalam membangun hubungan sosial, mempererat identitas, serta membantu pemasaran, pendidikan, dan pembangunan kota. Media sosial memainkan peran penting dalam membentuk interaksi antara individu dan organisasi , meskipun komunikasi interpersonal tetaplah menjadi dasar layanan publik. kesesuaian pesan dengan karakter media dan audiens sangat di pengaruhi oleh efektivitas komunikasi . Di sektor pendidikan dan bisnis, tiga point ini mempengaruhi meningkatkan efektivitas komunikasi yaitu gaya komunikasi yang terbuka, partisipasif, dan terstruktur. Secara keseluruhan komunikasi di era saat ini membutuhkan pendekatan yang adaptif, partisipatif, dan kontekstual guna menghadapi rintangan tantangan global.

Kata Kunci : komunikasi; modern; media sosial; efektivitas komunikasi; perilaku social

PENDAHULUAN

Komunikasi adalah dasar utama dalam interaksi manusia, yang terus berubah seiring zaman. Di era modern, komunikasi tidak lagi terbatas pada percakapan langsung atau surat menyurat, tetapi telah berkembang melalui media sosial, platform digital, dan teknologi komunikasi yang serba cepat dan instan. Perubahan ini telah menghasilkan dinamika baru dalam kehidupan sosial, budaya, dan profesional.

Seperti yang dijelaskan oleh (Purnomoa 2016)munculnya media baru telah memungkinkan masyarakat, terutama generasi muda, untyuki mengakses informasi, memberikan opini, dan membangun jaringan sosial dengan lebih baik. Kemudahan juga

menimbulkan tantangan, seperti penyebaran informasi yang tidak benar, kehilangan nilai integritas, dan mengaburkan perbedaan antara lingkungan pribadi dan publik.

Komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai cara untuk bertukar informasi, tetapi juga berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan kekuatan sosial, dan memperkuat identitas individu. Misalnya, dalam pemberdayaan peternak dikoprasi produksi susu bogor, komunikasi terbukti sangat penting untuk meningkatkan kapasitas individu dan kelompok melalui pendekatan dialogis , partisipatif, dan reflektif (Jatipermata and Purnomo 2022).

Metode komunikasi kontemporer juga memengaruhi cara orang dan kelompok membangun hubungan dengan publik, menyampaikan pesan, dan membangun citra. Seperti yang terlihat dalam sektor oleh oleh kuliner bogor, inivasi dalam komunikasi pemasaran menunjukkan bagaimana interaksi antara produsen dan konsumen melalui media sosial dapat menciptakan tren, menghasilkan produk baru, dan mempertahankan loyalitas pelanggan (Purnomo and Musyafi 2022).

Tulisan ini akan mempelajari secara menyeluruh bagaimana komunikasi di era modern memengaruhi kehidupan sehari hari dengan mempertimbangkan latar belakang tersebut. Fokus pembahasan mencakup peran komunikasi sosial, bagaimana media memengaruhi perilaku, dan strategi komunikasi yang relevan untuk mengatasi tantangan zaman digital.

MATERI DAN METODE

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur dengan skema pendekatan kualitatif deskriptif. Memperoleh data dari sepuluh artikel jurnal ilmiah tentang mempelajari beragam aspek komunikasi yang modern contohnya seperti komunikasi digital, komunikasi sosial, komunikasi pemasaran digital, strategi message komunikasi sifat kepemimpinan di institusi pendidikan dan riset sosiologi komunikasi.

Analisis dilakukan dengan teknik analisis isi (content analysis) untuk mengklasifikasi tema-tema kunci yang muncul dalam masing-masing artikel. Fokus analisis diarahkan pada peran media, strategi komunikasi, dan dampaknya terhadap perilaku sosial maupun organisasi. Hasil dari tiap artikel disintesis untuk memberikan pemahaman utuh mengenai dinamika komunikasi di era modern.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam kehidupan modern saat ini, komunikasi memainkan peran penting dalam pembentukan pola interaksi sosial, baik di bidang individu maupun institusi. Dengan pengembangan teknologi, komunikasi telah menjadi ruang strategis bagi individu dan organisasi, dengan Tingkat baru membangun hubungan, menyampaikan pesan dan membentuk citra diri. Penelitian oleh (Purnomo, Pratidina, and Setiawan 2022) menunjukkan bahwa komunikasi digital yang efektif ditentukan tidak hanya oleh kejelasan pesan, tetapi juga oleh konteks, koneksi dan kerja sama antara pengirim dan penerima pesan. Interaksi yang dikembangkan media sosial dapat menghasilkan kepercayaan konsumen dan memperkuat strategi pemasaran, khususnya dalam pasca pandemi.

Media komunikasi modern lainnya juga merupakan sarana refleksi sosial. Analisis bibliografi terhadap ribuan publikasi di ScienceDirect mengungkapkan perubahan signifikan dalam topik penelitian sosiologi komunikasi. Jika komunikasi massa yang lebih klasik sedang dibahas hingga sekarang, penelitian saat ini membahas topik yang lebih modern, seperti pandemi COVID-19, Kesehatan mental, perlawanan sosial, dan penggunaan kecerdasan buatan dalam komunikasi. Pergeseran ini menunjukkan bagaimana media tidak hanya saluran informasi tetapi juga cerminan dari pengembangan perubahan sosial (Agustina Multi Purnomo 2023)

Dari sisi strategis, efektivitas komunikasi modern sangat bergantung pada kompatibilitas pesan dan karakter media. Penelitian yang memeriksa komunikasi pemasaran online untuk produk produk indihome menunjukkan bahwa pesan yang dikirim melalui media sosial dan situs web bermanfaat, menarik, visual dan daya Tarik terkait teks, dan tidak cukup untuk secara langsung mempromosikan Bungan pada pembelian. Ini menunjukkan betapa pentingnya memasukkannya dalam pemahaman yang lebih dalam tentang factor identifikasi spesifik produk dan karakteristik kelompok target(Purnomo 2023).

Di bidang Pendidikan, peran komunikasi juga penting untuk mendukung efektivitas proses pembelajaran, terutama di bawah kondisi krisis seperti pandemi, sebuah studi kasus di SMP PGRI 1 Cigombong menunjukkan bahwa gaya komunikasi principal yang dinamis, terbuka dan terstruktur dapat mengurangi hambatan komunikasi antara guru, siswa dan orang tua. Namun demikian, efektivitas proses pembelajaran tidak sepenuhnya tercapai karena keterbatasan interaksi langsung dan kurangnya penilaian kedalaman hasil pembelajaran. Ini menegaskan bahwa, meskipun penting, komunikasi harus melibatkan manajemen yang kuat dan strategi Pendidikan untuk menciptakan pembelajaran yang efektif(Purnomo and Nurrachmah 2022).

Terlepas dari kenyataan bahwa komunikasi modern adalah sarana pemasaran dan pengiriman informasi, komunikasi memainkan peran strategis dalam desain efektivitas hubungan organisasi dan sosial. Komunikasi tidak lagi merupakan proses teknis, tetapi merupakan teknologi yang memahami audiens, dan membangun keintiman di tengah aliran digital yang cepat. Media sosial tidak hanya digunakan untuk makhluk, tetapi juga untuk membangun hubungan emosional yang kuat. Sementara itu, manajer dalam suatu organisasi harus dapat membangun komunikasi partisipatif dan menginspirasi untuk mempertimbangkan semua pemangku kepentingan di semua kondisi. Tantangan terbesar selama periode ini bukan hanya keterbatasan teknologi, tetapi kemampuan untuk mengomunikasikan berita yang membangun relevansi, menginspirasi, dan kepercayaan. Keberhasilan komunikasi tidak hanya dapat menjadi cepat dan viral, tetapi

juga dapat memberi perasaan dan menciptakan perubahan positif dalam kehidupan sehari-hari.

Di era digital ini, komunikasi bukan hanya alat tukar informasi, tetapi juga strategi membangun hubungan dan identitas. Media sosial menjadi ruang utama interaksi antara individu, komunitas, hingga merek. Strategi komunikasi yang dilakukan secara terencana terbukti dapat mempengaruhi perilaku konsumen, seperti pada penggunaan mempromosikan hubungan terbuka yang signifikan meningkatkan minat beli pelanggan H&M di Bogor (Hermawan, Purnomo, and Fitriah 2024). Di sisi lain, komunikasi interpersonal tetap menjadi fondasi dalam layanan langsung. Dalam konteks pelayanan penginapan, kemampuan komunikasi karyawan berpengaruh besar terhadap kepuasan tamu (Syamsudin, Purnomo, and Kusumadinata 2021). Lebih luas lagi, komunikasi juga berperan dalam pembangunan kota, seperti dalam proses urbanisasi di Kota Bogor yang turut membentuk wajah pariwisata kota melalui interaksi sosial dan sejarah lokal (Purnomo 2021).

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Seiring dengan berkembangnya teknologi digital dan dinamika sosial Masyarakat, komunikasi di era modern telah mengalami perubahan paradigma yang signifikan. Hasil dari berbagai penelitian yang dianalisis menunjukkan bahwa komunikasi sekarang dilihat bukan hanya sebagai proses pertukaran informasi, sekarang dilihat sebagai alat strategis untuk membangun relasi sosial, menangani krisis, menyampaikan nilai, dan membangun citra baik secara individu maupun kelembagaan.

Instagram dan platform media sosial lainnya telah terbukti membantu Perusahaan dalam pemasaran, terutama setelah pandemi. Penelitian menunjukkan bahwa pesan yang dikemas dengan mempertimbangkan elemen komunikasi seperti konteks, keterhubungan, kolaborasi, keterhubungan mampu meningkatkan kepercayaan dan kedekatan antara bisnis dan pelanggan. Namun, efektivitas pesan di media digital sangat

bergantung pada seberapa sesuai isi dengan karakter media dan seberapa kuat mereka dapat membuat diferensiasi produk.

Sebaliknya, komunikasi adalah bagian penting dari system Pendidikan yang efektif. Selama pandemi, gaya komunikasi kepala sekolah yang dinamis, setara, dan terstruktur sangat penting untuk mempertahankan motivasi guru, siswa, dan orang tua, studi bibliometric tentang topik sosiologi komunikasi menunjukkan bahwa fokus para peneliti saat ini telah bergeser ke masalah modern seperti komunikasi Kesehatan, ketahanan sosial dan teknologi sangat memengaruhi metodologi penelitian dan komunikasi kontemporer.

Keseluruhan temuan menunjukkan bahwa komunikasi di era modern menuntut pendekatan yang lebih adaptif, partisipatif, dan kontekstual. Keberhasilan komunikasi tidak hanya bergantung pada pesan yang di sampaikan, tetapi juga pada cara, media, strategi, dan nilai yang di bangun melalui proses komunikasi itu sendiri. Oleh karena itu, kemampuan untuk memahami kompleksitas komunikasi modern menjadi hal yang krusial bagi individu, organisasi, dan Masyarakat secara luas dalam menyongsong era informasi yang terus berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina Multi Purnomo. 2023. "Bibliometric Analysis of the Trend of Sociology of Communication Research Topics." 8(2).
- Hermawan, Heri, Agustina Multi Purnomo, and Maria Fitriah. 2024. "Pengaruh Marketing Public Relations Terhadap Minat Beli Pelanggan Di Toko H&M Aeon Sentul Bogor." *Karimah Tauhid* 3(4):4448–60. doi: 10.30997/karimahtauhid.v3i4.12756.
- Jatipermata, Fahma, and Agustina Multi Purnomo. 2022. "Peran Komunikasi Penyuluh Dalam Pemberdayaan Peternak Sapi Perah Pada Koperasi Produksi Susu Bogor." *Reformasi* 12(1):55–69. doi: 10.33366/rfr.v12i1.2694.

- Purnomo, Agustina Multi. 2021. "Urbanisasi Dan Perkembangan Pariwisata Di Kota Bogor." *Society* 9(1):393–409. doi: 10.33019/society.v9i1.338.
- Purnomo, Agustina Multi. 2023. "Efektifitas Penggunaan Pesan Dalam Media." 8(2):232–45.
- Purnomo, Agustina Multi, and Reza Ahmad Musyafi. 2022. "Sociology Approach in Food Souvenir Innovation: The Customer-Producers Relation on Online Marketing Communication." *Indonesian Journal of Social Research (IJSR)* 4(3):165–77. doi: 10.30997/ijsr.v4i3.230.
- Purnomo, Agustina Multi, and Raisya Nurrachmah. 2022. "Principal's Communication Style and Learning Process Effectiveness during Pandemic: The Case of SMP PGRI 1 Cigombong." *Kelola: Jurnal Manajemen Pendidikan* 9(1):22–36. doi: 10.24246/j.jk.2022.v9.i1.p22-36.
- Purnomo, Agustina Multi, Ginung Pratidina, and Muhamad Fajar Setiawan. 2022. "Komunikasi Pemasaran Perusahaan Pascapandemi: Studi Respon Pelanggan Terhadap Pesan Di Instagram." *Komunikasi* 8(2):104–13.
- Purnomo, A. M. 2016. "The Challenges of the Integrity Values Enforcement in New Media Communication: Case of Nmc Used By Students."
- Syamsudin, Mamat, Agustina Multi Purnomo, and Ali Alamysyah Kusumadinata. 2021. "Kemampuan Komunikasi Karyawan Kantor Depan Dan Kepuasan Tamu Di Wisma DPR RI Bogor." *Jurnal Sains Sosio Humaniora* 5(1):591–602. doi: 10.22437/jssh.v5i1.14307.