

# Digital Media Baru

Penulis

Dr. Indawati Lestari, SE, M.Si

Diterbitkan oleh:

**Universitas Medan Area Press**

# Digital Media Baru

Desain Cover : Dr. Indawati Lestari SE, M.Si  
Edit Layout : Dr. Indawati Lestari SE, M.Si  
Editor : Dr. Indawati Lestari SE, M.Si

## **ISBN:**

Copyright@2025

Uk. UNESCO 15,5 cm x 23 cm hlm. 253

Diterbitkan oleh:

**Universitas Medan Area Press**

**Address: Jalan Kolam Nomor 1, Kenangan Baru, Kec.  
Percut Sei Tuan, Deliserdang, Sumatera Utara**

**Telephone:061-7366878,**

**e-mail: [pghc@uma.ac.id](mailto:pghc@uma.ac.id)**

## **UNDANG-UNDANG NOMOR 28 TAHUN 2014 TENTANG HAK CIPTA**

1. Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta yang meliputi penerjemahan dan pengadaptasian Ciptaan untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama **3 (tiga) tahun** dan/atau pidana denda paling banyak **Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)**
2. Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta yang meliputi penerbitan, penggandaan dalam segala bentuknya, dan pendistribusian Ciptaan untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama **4 (empat) tahun** dan/atau pidana denda paling banyak **Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah)**
3. Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada poin kedua di atas yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama **10 (sepuluh) tahun** dan/atau pidana denda paling banyak **Rp 4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah)**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga buku ajar yang berjudul “*Digital Media Baru*” ini dapat terselesaikan dengan baik. Buku ini disusun untuk memberikan pemahaman menyeluruh mengenai transformasi media dan komunikasi di era digital, yang telah membawa perubahan mendasar pada cara manusia berinteraksi, berinformasi, dan berpartisipasi dalam kehidupan sosial, ekonomi, serta politik. Buku ini diawali dengan pembahasan mengenai transformasi media dari konvensional ke digital, serta bagaimana perubahan tersebut memengaruhi pola komunikasi masyarakat modern. Pembaca diajak memahami definisi dan karakteristik media digital baru sebagai dasar konseptual untuk mengenali fenomena komunikasi masa kini. Selanjutnya, bagian landasan teori dan konsep menguraikan berbagai teori penting seperti komunikasi massa, teori jaringan (*network society*) dari Manuel Castells, serta *uses and gratifications* dalam konteks digital. Bagian ini membantu pembaca memahami dasar-dasar ilmiah yang melandasi perkembangan media baru dan perilaku pengguna di dalamnya.

Bab-bab berikutnya menelusuri ekosistem media digital, mencakup peran internet, media sosial, e-commerce, algoritma, big data, dan kecerdasan buatan dalam membentuk lanskap komunikasi global. Pada bagian jurnalisme dan informasi digital, dibahas pergeseran praktik jurnalisme, munculnya *citizen journalism*, hingga isu hoaks, misinformasi, dan pentingnya literasi digital. Pembahasan kemudian berlanjut pada isu-isu sosial dan budaya, seperti identitas diri, komunitas daring, budaya digital, serta tantangan etika dan privasi. Buku ini juga menyoroti bagaimana media digital memengaruhi gaya hidup

sehari-hari, kesehatan mental, serta karakter generasi Z dan Alpha sebagai digital natives. Selain itu, dalam konteks politik, buku ini menelaah peran media sosial dalam demokrasi, politik identitas, kampanye digital, serta isu regulasi dan kebebasan berekspresi. Bab terakhir mengajak pembaca melihat ke depan dengan membahas **tren masa** depan media digital, seperti konvergensi media, metaverse, realitas imersif (AR/VR), blockchain, NFT, hingga ekonomi kreator, serta peluang dan tantangan yang akan dihadapi di era mendatang. Penulis berharap buku ajar ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa, dosen, dan praktisi komunikasi yang ingin memahami fenomena media digital secara konseptual dan aplikatif.

Buku ini juga diharapkan dapat mendorong pembaca untuk berpikir kritis, beretika, serta berperan aktif dalam menciptakan ekosistem media digital yang sehat dan inklusif. Penulis menyadari bahwa buku ini masih memiliki keterbatasan dan ruang untuk penyempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang konstruktif sangat penulis harapkan demi pengembangan buku ini di masa mendatang. Akhir kata, semoga buku ajar "*Digital Media Baru*" ini dapat memberikan manfaat, memperluas wawasan, serta menjadi kontribusi nyata bagi pengembangan literasi dan kajian media digital di Indonesia.

Medan, 2025

Dr. Indawati Lestari, SE, M.Si

## SINOPSIS

Buku ajar “*Digital Media Baru*” ini membahas secara komprehensif transformasi komunikasi di era digital, mulai dari perubahan media konvensional menuju media berbasis jaringan hingga dampaknya terhadap kehidupan sosial, ekonomi, politik, dan budaya masyarakat. Pada bagian awal, buku ini mengulas perkembangan media dari konvensional ke digital, perubahan pola komunikasi masyarakat, serta karakteristik utama media digital baru yang melahirkan bentuk interaksi yang lebih cepat, terbuka, dan partisipatif. Bab selanjutnya memperkenalkan **landasan** teori komunikasi modern, termasuk teori jaringan (network society), teori uses and gratifications, serta konsep interaktivitas dan *user-generated content* yang menjadi ciri khas era digital.

Bagian tengah buku menjelaskan ekosistem media digital yang mencakup perkembangan internet dan Web 2.0, media sosial sebagai ruang publik baru, fenomena e-commerce dan ekonomi platform, serta peran algoritma, big data, dan kecerdasan buatan dalam mengatur arus informasi. Di sisi lain, pembaca juga diajak memahami pergeseran praktik jurnanisme, munculnya citizen journalism, hingga tantangan hoaks dan disinformasi, yang menegaskan pentingnya literasi digital dan fact-checking di masyarakat. Buku ini turut menyoroti dampak media digital terhadap identitas diri, komunitas daring, budaya virtual, dan etika digital, serta menggambarkan bagaimana teknologi membentuk gaya hidup, kesejahteraan digital, dan perilaku generasi Z serta Alpha. Dalam konteks politik, dibahas pula peran media sosial dalam demokrasi, politik identitas, dan kampanye berbasis big data, serta isu kebebasan berekspresi di ruang digital.

Sebagai penutup, buku ini mengulas tren masa depan media digital seperti konvergensi media, metaverse, AR/VR, blockchain, NFT, dan ekonomi kreator, sekaligus memetakan peluang dan tantangan yang akan dihadapi di era komunikasi yang semakin imersif dan terhubung. Dengan gaya penulisan yang sistematis dan disertai contoh kontekstual, buku ini diharapkan menjadi referensi penting bagi mahasiswa, dosen, dan praktisi komunikasi dalam memahami dinamika, teori, serta praktik media digital baru secara konseptual dan aplikatif.

## DAFTAR ISI

**Kata Pengantar** | iv

**Sinopsis** |vi

**Daftar Isi** |viii

### **Bab 1. Pendahuluan: Transformasi Media di Era Digital**

**|1**

1.1 Latar belakang perkembangan media dari konvensional ke digital |1

1.2 Perubahan pola komunikasi Masyarakat |4

1.3 Definisi *new media* (media digital baru) |7

1.4 Karakteristik utama media digital baru |10

### **Bab 2. Landasan Teori dan Konsep** |14

2.1 Teori komunikasi massa dan pergeseran ke komunikasi digital |14

2.2 Teori jaringan (*network society*) – Manuel Castells |17

2.3 Teori *uses and gratifications* dalam konteks media baru|20

2.4 Konsep interaktivitas, partisipasi, dan *user generated content*|22

### **Bab 3. Ekosistem Media Digital Baru** |26

3.1 Internet dan Web 2.0 |26

3.2 Media sosial sebagai ruang publik baru |27

3.3 E-commerce, digital marketing, dan ekonomi platform |30

3.4 Peran algoritma, *big data*, dan kecerdasan buatan |33

### **Bab 4. Media Sosial dan Budaya Partisipasi** |37

4.1 Media sosial sebagai media komunikasi personal, komunitas dan massa |37

4.2 Fenomena *influencer* dan *content creator* |39

4.3 Budaya *viral*, *memes*, dan *digital storytelling* |41

4.4 Dampak terhadap pola konsumsi informasi |42

**Bab 5. Jurnalisme dan Informasi di Era Media Baru |47**

- 5.1 Perubahan praktik jurnalisme digital |47
- 5.2 Fenomena *citizen journalism* |49
- 5.3 Hoaks, misinformasi, dan disinformasi |52
- 5.4 Literasi digital dan peran *fact-checking* |55

**Bab 6. Identitas, Komunitas, dan Interaksi Digita |59**

- 6.1 Identitas diri dalam dunia digital |59
- 6.2 Komunitas daring (*online community*) |60
- 6.3 Budaya digital, fandom, dan solidaritas virtual |64
- 6.4 Privasi, keamanan data, dan etika digital |65

**Bab 7. Media Baru dalam Kehidupan Sehari-hari |69**

- 7.1 Pengaruh media digital pada gaya hidup |69
- 7.2 *Digital well-being* dan kesehatan mental |71
- 7.3 Ketergantungan media sosial dan *digital detox* |74
- 7.4 Generasi Z dan Alpha sebagai *digital natives* |76

**Bab 8. Media Baru dan Politik |80**

- 8.1 Media sosial sebagai ruang demokrasi dan aktivisme |80
- 8.2 Politik identitas dan *echo chamber* |82
- 8.3 *Digital campaign* dan penggunaan *big data* |84
- 8.4 Isu regulasi dan kebebasan berekspresi |86

**Bab 9. Tren dan Masa Depan Media Digital Baru |90**

- 9.1 Konvergensi media Metaverse, AR/VR, dan realitas imersif |90
- 9.2 Metaverse, AR/VR, dan realitas imersif |92
- 9.3 Blockchain, NFT, dan Ekonomi Creator |94
- 9.4 Prediksi Masa Depan Interaksi Manusia Dengan Media |96

**Bab 10. Penutup |100**

- 10.1 Ringkasan perkembangan media digital baru |100
- 10.2 Peluang dan tantangan ke depan |102
- 10.3 Studi Kasus |105