

KOMUNIKASI dan Sosial Media



ZAEHOL FATAH, M.KOM

KOMUNIKASI DAN SOSIAL MEDIA

Penulis:

ZAEHOL FATAH, M.KOM



KOMUNIKASI DAN SOSIAL MEDIA

Copyright © PT Penamuda Media, 2025

Penulis:

ZAEHOL FATAH, M.KOM

ISBN: 978-634-7431-23-3

Penyunting dan Penata Letak:

Tim PT Penamuda Media

Desain Sampul:

Tim PT Penamuda Media

Penerbit:

PT Penamuda Media

Redaksi:

Casa Sidoarum RT03 Ngentak, Sidoarum Godean Sleman Yogyakarta

Web: www.penamudamedia.com

E-mail: penamudamedia@gmail.com

Instagram: @penamudamedia

WhatsApp: +6285700592256

Cetakan Pertama, Oktober 2025

x + 169 halaman; 15 x 23 cm

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak maupun mengedarkan buku dalam bentuk dan
dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit maupun penulis



Kata Pengantar

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan karunia-Nya buku ini yang berjudul “Komunikasi dan Media Sosial” dapat tersusun dengan baik. Buku ini hadir sebagai upaya untuk memahami lebih dalam dinamika komunikasi manusia yang semakin kompleks di era digital. Perubahan teknologi informasi, khususnya kehadiran media sosial, telah menghadirkan wajah baru dalam cara kita berinteraksi, bertukar pesan, membangun jejaring, hingga memengaruhi opini publik.

Dalam buku ini pembahasan disusun secara sistematis mulai dari transformasi komunikasi tradisional menuju digital, peran media sosial dalam kehidupan sehari-hari, hingga bagaimana bahasa, simbol, dan konten visual digunakan dalam membentuk makna. Selain itu, buku ini juga membahas isu-isu kontemporer seperti etika komunikasi, hoaks, misinformasi, literasi media, serta fenomena jual beli dan sistem afiliasi di platform digital. Tidak lupa, aspek privasi, branding, iklan, serta tren masa depan komunikasi digital turut diuraikan untuk memberikan gambaran yang lebih utuh.



Harapannya, buku ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa, dosen, peneliti, praktisi komunikasi, maupun masyarakat luas yang ingin memahami komunikasi digital secara lebih mendalam. Di samping itu, contoh-contoh nyata seperti penggunaan TikTok Shop, Shopee, hingga strategi branding di media sosial dihadirkan agar materi lebih relevan dengan konteks kekinian dan mudah dipahami.

Akhir kata, semoga buku ini dapat memberikan manfaat, menambah wawasan, serta menjadi bekal bagi pembaca dalam memahami sekaligus menghadapi tantangan komunikasi di ruang digital yang semakin dinamis.

Situbondo, September 2025

Penulis



Daftar Isi

Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	vii
Bab 1: Transformasi Komunikasi di Era Digital	1
A. Evolusi Komunikasi: Dari Tradisional Ke Digital	1
B. Peran Teknologi Dalam Perubahan Pola Komunikasi	5
C. Dampak Digitalisasi Terhadap Budaya Komunikasi.....	9
D. Perbandingan Komunikasi Offline dan Online	12
Bab 2: Peran Sosial Media dalam Kehidupan.....	16
A. Definisi dan Fungsi Sosial Media.....	16
B. Sosial Media Sebagai Sarana Informasi dan Hiburan.....	19
C. Pengaruh Sosial Media Terhadap Kehidupan Sehari-Hari.....	22
D. Sosial Media dan Keterlibatan Sosial	25
Bab 3: Pola Interaksi Antar Individu Online.....	29
A. Bentuk Komunikasi di Platform Digital	29
B. Dinamika Percakapan di Grup dan Komunitas Online	33
C. Interaksi Asinkron Vs Sinkron	37
D. Fenomena Echo Chamber dan Filter Bubble	40
Bab 4: Bahasa dan Simbol di Sosial Media	45
A. Bahasa Gaul dan Slang di Dunia Maya	45
B. Emoji, Sticker, dan Simbol Sebagai Ekspresi Digital	48
C. Meme Sebagai Bentuk Komunikasi Sosial	51
D. Interpretasi Pesan Digital dan Risiko Miskomunikasi.....	53
Bab 5: Pengaruh Sosial Media terhadap Opini Publik	56



A. Pembentukan opini publik di era digital	56
B. Viralitas konten dan dampaknya terhadap masyarakat..	60
C. Studi kasus kampanye digital	63
Bab 6: Komunikasi Visual melalui Konten Digital	67
A. Pentingnya visual dalam komunikasi Online	67
B. Infografik, video, dan gambar sebagai media komunikasi	70
C. Strategi storytelling visual di sosial media.....	74
D. Analisis konten visual yang menarik perhatian.....	77
Bab 7: Hubungan Sosial dan Jejaring Virtual	82
A. Konsep jejaring sosial dan hubungan Darling	82
B. Pertemanan dan koneksi profesional di platform digital	86
C. Komunitas virtual dan kelompok minat khusus.....	90
D. Tantangan membangun relasi autentik di dunia maya....	93
Bab 8: Etika Komunikasi di Ruang Digital	98
A. Norma dan etika berkomunikasi Online	98
B. Netiquette: tata krama di sosial media	101
C. Privasi, keamanan, dan batasan komunikasi	107
D. Konflik dan penyelesaian sengketa di platform digital..	111
Bab 9: Hoaks, Misinformasi, dan Literasi Media	114
A. Definisi hoaks dan misinformasi.....	114
B. Mekanisme penyebaran berita palsu	117
C. Literasi media dan kemampuan kritis pengguna.....	120
D. Strategi verifikasi informasi	124
Bab 10: Sosial Media dalam Gerakan Sosial, Jual Beli, dan Affiliate.....	128
A. Sosial media sebagai alat gerakan sosial.....	128
B. E-commerce di sosial media: TikTok Shop, Shopee, Bukalapak.....	131



C. Affiliate marketing dan peran afiliator.....	135
D. Studi kasus sukses penjualan dan kampanye sosial.....	137
Bab 11: Privasi Personal dalam Komunikasi Daring, Branding, dan Iklan di Sosial Media	141
A. Pentingnya menjaga privasi di media sosial	141
B. Strategi membangun personal branding.....	144
C. Dasar-dasar iklan digital dan promosi Online	147
D. Branding dan Iklan.....	150
Bab 12: Tren Masa Depan Komunikasi Digital.....	155
A. Prediksi perkembangan sosial media	155
B. Potensi perubahan perilaku komunikasi	158
C. Tantangan dan peluang di era komunikasi digital	160
Referensi.....	163
Tentang Penulis.....	166



KOMUNIKASI dan Sosial Media



ZAEHOL FATAH, M.KOM

Buku Komunikasi dan Media Sosial menghadirkan pemahaman komprehensif mengenai dinamika komunikasi di era digital, mulai dari evolusi komunikasi tradisional ke digital, peran sosial media dalam kehidupan sehari-hari, hingga pengaruh konten visual dan

dan interaksi virtual terhadap opini publik dan perilaku masyarakat. Buku ini membahas berbagai fenomena penting, seperti viralitas konten, peran influencer, strategi branding dan pemasaran digital, hingga tantangan etika, privasi, dan penyebaran hoaks di platform daring. Dengan memadukan teori Komunikasi studi kasus nasional dan internasional, serta praktik nyata di media sosial seperti TikTok Shop, Shopee, dan Bukalapak, buku ini memberikan panduan lengkap bagi akademisi, praktisi, dan masyarakat umum untuk memahami, memanfaatkan, dan mengelola komunikasi digital secara efektif, bertanggung jawab, dan adaptif terhadap perubahan teknologi.

ISBN 978-634-7433-23-3



9

786347

431233



Penamuda.com

PT Penamuda Media
Casa Sidoarum, Ngentak Godean
penamuda_media

like

tweet