

Prof. Dra. Hj. Lusiana Andriani Lubis, MA, Ph.D.

Aldy Zakiani Lubis | Chairunnisa Rahmi Nasution | Bayu Herlambang Bimantara

Esdras Ideno Alfero Ginting | Christiani Natalia Br Surbakti | Rianti Laia

Shalli Anggia Putri | Nurhayati | Diva Trisha Venia

Grace Immanuella Pascauli Hasugian | Rahmad Nur Munthe

Marito Nasution | Trisna Mandala Putra | Gidion Dwiputra Parulian Lumbantoruan

Khairul Ansor Nasution | Ahmad Defry Rivaldi | Christian Yosua Halawa

Rasya Priyandira | Faisal Ramadan Hasibuan | Doni Hermawan

Marsha Zafirah Pohan | Siti Rahmah Putri

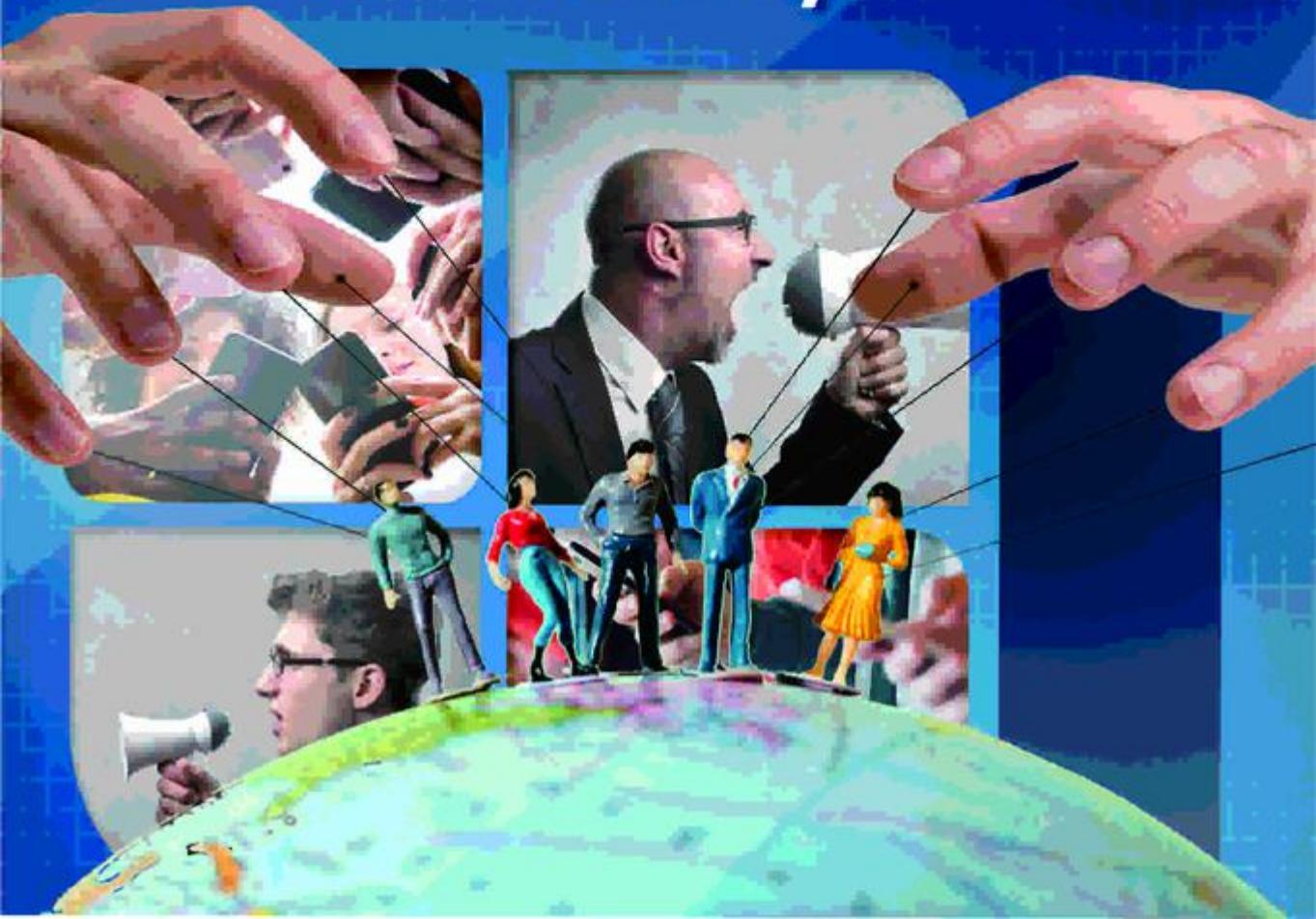
Editor

Prof Hj. Lusiana Andriani Lubis, M.A., Ph.D. | Aldy Zakiani Lubis, S.I.Kom

Chairunnisa Rahmi Nasution, S.T. | Christian Yosua Halawa, S.I.Kom



Komunikasi dalam Perubahan Sosial Budaya



Komunikasi Perubahan Sosial Budaya

dalam

Prof. Dra. Hj. Lusiana Andriani Lubis, MA, Ph.D.
Aldy Zakiani Lubis | Chairunnisa Rahmi Nasution | Bayu Herlambang Bimantara
Esdras Idi Alfero Ginting | Christiani Natalia Br Surbakti | Rati Laia
Shalli Anggia Putri | Nurhayati | Diva Trisha Venia
Grace Immanuella Pascauli Hasugian | Rahmad Nur Munthe
Marito Nasution | Trisna Mandala Putra | Gidion Dwiputra Parulian Lumbantoruan
Khairul Ansor Nasution | Ahmad Defry Rivaldi | Christian Yosua Halawa
Rassy Priyandira | Faisal Ramadan Hasibuan | Doni Hermawan
Marsha Zafirah Pohan | Siti Rahmah Putri

Editor

Prof Hj. Lusiana Andriani Lubis, M.A., Ph.D. | Aldy Zakiani Lubis, S.I.Kom
Chairunnisa Rahmi Nasution, S.T. | Christian Yosua Halawa, S.I.Kom



Komunikasi dalam Perubahan Sosial Budaya

Ditulis oleh:

Prof. Dra. Hj. Lusiana Andriani Lubis, MA., Ph.D.
Aldy Zakiani Lubis | Chairunnisah Rahmi Nasution
Bayu Herlambang Bimantara | Esdras Idi Alfero Ginting
Christiani Natalia Br Surbakti | Riati Laia | Shalli Anggia Putri
Nurhayati | Diva Trisha Venia | Grace Immanuella Pascauli Hasugian
Rahmad Nur Munthe | Marito Nasution | Trisna Mandala Putra
Gidion Dwiputra Parulian Lumbantoruan | Khairul Ansor Nasution
Ahmad Defry Rivaldi | Christian Yosua Halawa
Rassyaa Priyandira | Faisal Ramadan Hasibuan
Doni Hermawan | Marsha Zafirah Pohan | Siti Rahmah Putri

Diterbitkan, dicetak, dan didistribusikan oleh
PT Literasi Nusantara Abadi Grup
Perumahan Puncak Joyo Agung Residence Blok B11 Merjosari
Kecamatan Lowokwaru Kota Malang 65144
Telp : +6285887254603, +6285841411519
Email: literasinusantaraofficial@gmail.com
Web: www.penerbitlitnus.co.id
Anggota IKAPI No. 340/JTI/2022



Hak Cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang mengutip atau memperbanyak baik sebagian ataupun keseluruhan isi buku dengan cara apa pun tanpa izin tertulis dari penerbit

Cetakan I, Agustus 2025

Editor :

Prof. Hj. Lusiana Andriani Lubis, M.A., Ph.D. | Aldy Zakiani Lubis, S.I.Kom.
Chairunnisah Rahmi Nasution, S.T. | Christian Yosua Halawa, S.I.Kom

Perancang sampul: Dicky Gea Nuansa

Penata letak: Dicky Gea Nuansa

ISBN : 978-634-234-405-7

x + 294 hlm. ; 17,6x26 cm.

©Agustus 2025

Pengantar

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Yang Maha Kuasa, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulisan buku ini dapat diselesaikan. Tulisan ini mengenai isu-isu perubahan sosial dalam pembangunan indonesia yang tidak terlepas dengan literasi di media digital. Ada tiga sub bab pembahasan yaitu: Komunikasi kesehatan, Komunikasi literasi digital dan Komunikasi politik. Hal ini menarik perhatian dan mendorong semua penulis untuk memberikan pendapat dan pandangannya.

Penulisan buku ini sudah dipresentasikan di ruang kelas dan dibahas bersama pengampuh mata kuliah sehingga kayak untuk diterbitkan. Semoga buku ini dapat menjadi referensi kepada pembaca. Selain itu, harapan saya pada para penulis untuk tidak puas sampai disini. Penulis pemula perlu meningkatkan kemampuan menulis artikel ilmiah ke depannya.

Akhir kata, semoga buku ini dapat bermanfaat untuk semua pembaca.

Terima kasih atas perhatiannya.

Medan, 29 Juni 2025

Prof Hj. Lusiana A. Lubis, MA, PhD.

Daftar Isi

Pengantar.....	iii
Daftar Isi.....	v

Komunikasi Kesehatan

BAGIAN I

Kompetensi Komunikasi Penyuluhan dan Pemberdayaan Masyarakat dalam Percepatan Penurunan Angka Stunting di Indonesia

A. Pendahuluan	3
B. Tujuan	4
C. Pembahasan	5
D. Penutup.....	9
Daftar Referensi.....	10

BAGIAN II

Peran Komunikasi Kesehatan dalam Implementasi Kebijakan Kris BPJS Kesehatan

A. Pendahuluan	13
B. Komunikasi Kesehatan	15
C. KRIS: Langkah Reformasi Layanan BPJS.....	20
D. Strategi Komunikasi dalam Sosialisasi KRIS.....	27
E. Tantangan Komunikasi dalam Implementasi KRIS.....	30
F. Membangun Komunikasi yang Efektif dan Empatik.....	32
G. Penutup.....	34
Daftar Referensi.....	35

BAGIAN III

Strategi Komunikasi Kepemimpinan dalam Mengatasi Stigma Rawan Narkoba di Objek Wisata Bukit Lawang

A. Pendahuluan	37
B. New Media	43
C. Komunikasi Kepemimpinan	44
D. Komunikasi Pariwisata	45
E. Komunikasi Strategis	48
F. Stigma Sosial.....	49
G. Pembahasan	50
H. Strategi Berbasis Komunitas.....	56
I. Analisis dan Relevansi Kasus Pattaya dan Medellín dengan Bukit Lawang.....	56
J. Kesimpulan	58
Daftar Referensi.....	60

BAGIAN IV

Hubungan Komunikasi Teraupetik Perawat dengan Tingkat Kecemasan pada Anak Usia Prasekolah di Rumah Sakit

A. Pendahuluan	63
B. Konsep Komunikasi Teraupetik pada Anak Usia Prasekolah.....	66
C. Teknik-Teknik Komunikasi pada Anak	69
D. Strategi komunikasi Pada Anak Usia Prasekolah.....	72
E. Konsep Dasar Anak Usia Prasekolah	73
F. Konsep Kecemasan.....	74
G. Pembahasan	76
H. Tingkat Kecemasan Anak Usia Prasekolah Di Rumah Sakit	77
I. Kesimpulan	81
Daftar Referensi.....	82

Komunikasi New Media

BAB V

Penggunaan *Artifical Intellegent* dalam Dunia Akademik

A. Pendahuluan	87
B. <i>New Media</i> (Media Baru).....	90
C. Pembahasan	95
D. Regulasi & Etika Penggunaan AI dalam Dunia Akademik.....	98
E. Literasi <i>Articial Intellegent</i>	99
F. Penutup.....	101
Daftar Referensi.....	103

BAGIAN VI

Peran Media Sosial Tiktok terhadap Degradasi Moral

Generasi Muda Indonesia

A. Pendahuluan	107
B. Komunikasi Antar Pribadi	110
C. <i>New Media</i> (Media Baru).....	111
D. Teori Jarum Hipodermik (<i>Hypodermic Needle Theory</i>)	113
E. Teori Belajar Sosial (<i>Social Learning Theory</i>).....	114
F. Teori Kecemasan	115
G. Teori <i>Self-Disclosure</i>	116
H. Degradasi Moral	118
I. Pembahasan	119
J. Kesimpulan	128
Daftar Referensi.....	129

BAGIAN VII

Pengaruh Konten Tiktok terhadap Kesehatan Mental pada Generasi Z di Indonesia

A. Pendahuluan	133
B. Teori Uses and Gratifications (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973)	137
C. Pembahasan	142
Daftar Referensi.....	150

BAGIAN VIII

Fenomena Standar Tiktok pada Gaya Hidup *Doom Spending* Gen Z Indonesia

A. Pendahuluan	153
B. Fenomena Standar Tiktok Di Indonesia.....	155
C. Gaya Hidup <i>Doom Spending</i> Gen Z Indonesia.....	157
D. Dampak Standar Tiktok Pada Gaya Hidup <i>Doom Spending</i> Gen Z Indonesia	160
E. Literasi Digital Pada Gaya Hidup <i>Doom Spending</i> Gen Z Indonesia..	161
F. Literasi Keuangan Digital Pada Gaya Hidup <i>Doom Spending</i> Gen Z Indonesia.....	163
G. Kesimpulan	170
Daftar Referensi.....	172

BAGIAN IX

Pola Komunikasi *Live Shopping* dalam Ekosistem Digital

A. Pendahuluan	175
B. New Media	178
C. Komunikasi Pemasaran	180
D. Teori Interaksi Simbolik	181
E. Komunikasi Persuasif.....	183
F. Pembahasan	187
G. Kesimpulan	194
Daftar Referensi.....	195

BAGIAN X

Perubahan Sosial dan Budaya Kelompok Disabilitas dalam Pemberdayaan Kerja (Analisis Program Rumah Difabel Berdaya Pelindo)

A. Pendahuluan	199
B. Komunikasi Kelompok	203
C. Pembahasan	212
D. Kesimpulan	215
Daftar Referensi.....	216

Komunikasi Politik

BAGIAN XI

Simbol, Kuasa, dan Suara Rakyat : Komunikasi Politik di Pulau Nias

A. Mengapa Nias Harus Bicara: Politik, Budaya, dan Kuasa Narasi	221
B. Membaca Kuasa Lewat Simbol: Teori dan Konteks Komunikasi Politik	225
C. Ketika Simbol Mengatur Kuasa: Elite, Budaya, dan Politik di Nias	229
D. Menemukan Suara Rakyat: Refleksi dan Jalan Menuju Komunikasi yang Inklusif	234
Daftar Referensi.....	238

BAGIAN XII

Dalam Mencegah Money Politik pada Proses Pilkada Labuhan Batu Selatan 2024

A. Pendahuluan	241
B. Pengertian dan Bentuk Money Politik	243
C. Model Respon Stimulus	248
D. Model Lasswell	250
E. Komunikasi Persuasif dalam politik.....	252
F. Peran Strategis BAWASLU dalam Pengawasan Pemilu	254
G. Pembahasan	256
H. Kesimpulan	262
Daftar Referensi.....	263

BAGIAN XIII

Peran Kantor Komunikasi Kepresidenan Mengawal Kebijakan Efisiensi Anggaran Pemerintahan Prabowo Subianto

A. Pendahuluan	267
B. Komunikasi Massa	272
C. Teori <i>Public Relations</i>	273
D. Teori Agenda-Setting	274
E. Teori <i>Framing</i>	275
F. Media Baru (<i>New Media</i>).....	276
G. Pembahasan	277
H. Kesimpulan	280
Daftar Referensi.....	282



Komunikasi Kesehatan





BAGIAN I

Kompetensi Komunikasi Penyuluhan dan Pemberdayaan Masyarakat dalam Percepatan Penurunan Angka Stunting di Indonesia

Oleh : Prof. Hj. Lusiana Andriani Lubis, MA., Ph.D.
(Guru Besar Ilmu Komunikasi USU- Sumatera Utara)

A. Pendahuluan

Program Keluarga Berencana merupakan program yang dirancang pemerintah untuk menyeimbangkan kebutuhan dengan jumlah penduduk yang seimbang dan keluarga berkualitas. Hal ini tertuang dalam Undang-undang no. 52 tahun 2009, tentang Perkembangan Kependudukan dan Pembangunan Keluarga, yang menjelaskan bahwa program keluarga berencana merupakan upaya yang dilakukan untuk menekan angka kelahiran dan angka kematian, serta membentuk kualitas penduduk agar menjadi sumber daya manusia yang tangguh dan pembangunan

dapat dirasakan hasilnya oleh masyarakat secara adil dan merata (Lubis & Siregar, 2022).

Pelayanan yang diberikan oleh penyuluhan adalah kegiatan sosialisasi atau penyuluhan langsung ke masyarakat. Kegiatan penyuluhan dalam program keluarga berencana merupakan kegiatan komunikasi, informasi dan edukasi (KIE). Tujuan ada 3 (tiga) yaitu untuk meningkatkan *pengetahuan*, *sikap* dan *perilaku* (individu, keluarga maupun masyarakat). Kompetensi komunikasi merupakan salah satu kompetensi manajerial artinya terdapat standar yang harus dipenuhi penyuluhan dalam percepatan penurunan stunting bagi pekerja langsung yang berhadapan dengan masyarakat. Kompetensi manajerial adalah sikap/perilaku yang dapat diamati, diukur, dikembangkan, serta pengetahuan dan keterampilan yang harus dimiliki untuk mengelola tugas dan tanggung jawab mereka secara efektif. Komunikasi yang efektif dapat mendorong maupun memotivasi penyuluhan kepada masyarakat untuk dapat berpartisipasi secara aktif pada program percepatan penurunan stunting di berbagai wilayah di Indonesia.

Strategi Nasional di bidang kesehatan pada tahun 2018-2024, salah satunya adalah penangulangan masalah stunting. Hal ini secara tidak langsung berdampak pada keluarga dalam hal berkurangnya pemenuhan gizi keluarga, terutama gizi pada anak dan balita. Hasil penelitian Damuri & Hirawan (2020) menemukan dampak yang dirasakan sampai ke Daerah dengan naiknya angka kemiskinan dan tingkat pengangguran, serta menurunnya pendapatan daerah. Hal ini berdampak jangka panjang terkait dengan kualitas sumberdaya manusia yang mengalami gangguan penyakit degeneratif di masa yang akan datang, dampak jangka menengah terkait dengan intelektualitas dan kemampuan kognitif yang rendah dan dampak jangka pendek yang serius adalah *risiko morbiditas pada Bayi dan Balita*.

B. Tujuan

BKKBN melalui workshop ini mengajak kita untuk memperkuat kompetensi komunikasi dan pemberdayaan masyarakat menuju program perencanaan keluarga berkualitas, menciptakan keluarga yang makmur, sehat, independen, maju, memiliki jumlah anak yang ideal, bertanggung jawab, memiliki wawasan tentang masa depan, harmonis dan berdedikasi.



BAGIAN II

Peran Komunikasi Kesehatan dalam Implementasi Kebijakan Kris BPJS Kesehatan

Aldy Zakiani Lubis S.I.Kom, Chairunnisa Rahmi Nasution S.T.

A. Pendahuluan

1. Dalam kehidupan bermasyarakat, kebijakan publik adalah instrumen utama yang digunakan pemerintah untuk mengatur berbagai aspek kehidupan masyarakat. Namun demikian, kebijakan yang baik secara substansi tidak akan berjalan dengan efektif apabila tidak ditopang oleh komunikasi yang memadai. Dalam konteks ini, komunikasi bukan sekadar menyampaikan informasi secara teknis atau administratif, melainkan juga melibatkan proses penyampaian makna, interpretasi, dan pembentukan pemahaman yang utuh antara pembuat kebijakan dan masyarakat sebagai penerima kebijakan. Seringkali, masyarakat tidak menolak suatu kebijakan karena substansinya, melainkan karena cara kebijakan itu dikomunikasikan terasa asing, mendadak, atau tidak memberi ruang keterlibatan. Apalagi dalam era digital saat ini, masyarakat tidak lagi

menjadi objek pasif, melainkan telah menjelma sebagai aktor aktif yang memiliki akses informasi luas, daya kritis tinggi, serta ekspektasi terhadap transparansi dan keterbukaan. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah untuk tidak hanya fokus pada kualitas peraturan atau teknis pelaksanaan, tetapi juga pada proses komunikasi yang membangun partisipasi dan kepercayaan.

Komunikasi publik menjadi landasan yang menyatukan antara tujuan negara dengan kebutuhan masyarakat. Tanpa komunikasi yang efektif, kebijakan berisiko hanya menjadi dokumen formal yang kehilangan makna di lapangan. Bahkan dalam sejumlah kasus, kebijakan yang tidak dikomunikasikan dengan baik dapat memicu resistensi sosial, kesalahpahaman, hingga penolakan terbuka. Menurut Rina (2020), salah satu kegagalan kebijakan yang paling sering terjadi bukan karena isi kebijakan itu buruk, tetapi karena ketidaksiapan dalam membangun komunikasi yang menyentuh realitas dan kekhawatiran masyarakat. Isu ini menjadi semakin relevan ketika kebijakan yang diambil menyangkut bidang kesehatan. Kesehatan bukan hanya persoalan administratif, tetapi menyentuh aspek paling mendasar dari kehidupan manusia. Ia berkaitan dengan rasa aman, hak hidup, dan akses yang adil terhadap layanan. Oleh karena itu, setiap kebijakan yang berkaitan dengan kesehatan masyarakat seharusnya diiringi dengan strategi komunikasi yang tidak hanya informatif, tetapi juga humanis, adaptif, dan terbuka terhadap kritik serta aspirasi.

Salah satu bentuk kebijakan kesehatan yang tengah menjadi sorotan adalah kebijakan terkait Kelas Rawat Inap Standar, yang selanjutnya disingkat KRIS. Kebijakan ini lahir dari semangat penyederhanaan dan pemerataan pelayanan rawat inap bagi peserta Jaminan Kesehatan Nasional (JKN). Sebelumnya, peserta JKN dilayani dengan sistem kelas 1, 2, dan 3, yang secara tidak langsung mencerminkan stratifikasi sosial dalam pelayanan kesehatan. Dengan hadirnya KRIS, pemerintah ingin menghapus sekat tersebut dan membangun sistem layanan yang lebih egaliter. Namun, niat baik ini tidak serta-merta dapat diterima dengan mulus di lapangan. Masih banyak masyarakat yang belum memahami sepenuhnya apa itu KRIS, bagaimana penerapannya, serta apa dampaknya terhadap pengalaman mereka sebagai pasien. Di sisi lain, tenaga kesehatan juga masih meraba-raba seperti apa standar operasional yang akan dijalankan. Ketidakjelasan ini sebagian besar disebabkan oleh lemahnya komunikasi publik yang mendampingi proses pengenalan dan implementasi KRIS.



BAGIAN III

Strategi Komunikasi Kepemimpinan dalam Mengatasi Stigma Rawan Narkoba di Objek Wisata Bukit Lawang

Bayu Herlambang Bimantara S.I.Kom.
Esdras Idi Alfero Ginting S.Sos

A. Pendahuluan

Di tengah pesatnya perkembangan sektor pariwisata sebagai salah satu pilar utama perekonomian Indonesia, banyak destinasi wisata yang menghadapi tantangan serius terkait reputasi dan citra publik. Salah satu permasalahan yang kini semakin mengemuka adalah stigma negatif yang terkait dengan penyalahgunaan narkoba

di beberapa daerah wisata. Peredaran dan penyalahgunaan narkoba di suatu objek wisata tentu saja berpengaruh terhadap *image* wilayah tersebut.

Bukit Lawang, salah satu kawasan wisata yang terletak di Kabupaten Langkat, Sumatera Utara, menjadi contoh konkret dari permasalahan ini. Sebagai destinasi utama ekowisata yang terkenal dengan keindahan alamnya, terutama sebagai habitat orangutan Sumatera, Bukit Lawang seharusnya menjadi kebanggaan Indonesia dalam konteks pariwisata berbasis konservasi. Hanya saja, citra tersebut tercoreng dengan informasi banyaknya bermunculan berita penyalahgunaan dan peredaran gelap narkoba di sana.

Ekowisata Bukit Lawang yang terletak di Kecamatan Bahorok, Kabupaten Langkat, merupakan salah satu destinasi wisata alam yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Kawasan ini berjarak sekitar 80 km dari Kota Medan dan dapat ditempuh dalam waktu 3–4 jam menggunakan transportasi darat (Fitri, 2021; Marbun & others, 2018). Kawasan ini terkenal dengan keindahan sungainya yang jernih, goa alami, serta keberadaan orangutan yang hidup di habitat aslinya. Secara administratif, Bukit Lawang berada dalam wilayah Taman Nasional Gunung Leuser (TNGL), yang merupakan salah satu kawasan konservasi terbesar di Indonesia.

Bukit Lawang tetap menjadi daya tarik utama wisatawan, baik domestik maupun mancanegara, karena keindahan alamnya serta keberadaan habitat orangutan yang menjadi salah satu ikon utama kawasan ini. Potensi besar ini perlu dikembangkan lebih lanjut agar Bukit Lawang dapat menjadi destinasi wisata unggulan yang mampu meningkatkan sektor pariwisata di Kabupaten Langkat (Karo-karo et al., 2023; Sahnani, 2024; Yusri et al., 2023).

Namun, kawasan ini telah terjebak dalam lingkaran stigma narkoba yang merusak citra positifnya di mata wisatawan domestik maupun mancanegara. Peran sektor pariwisata dianggap sangat penting dengan permasalahan narkoba karena berkaitan dengan orang asing yang keluar masuk ke Indonesia. Selain itu sektor pariwisata juga beririsan dengan pintu masuk wisatawan seperti bandara, pelabuhan, terminal, stasiun dan juga pasar/mall serta tempat hiburan yang berdasarkan hasil penelitian menjadi sasaran peredaran gelap narkotika. Dapat dikatakan bahwa tempat-tempat tersebut masuk dalam kategori kawasan rawan dan rentan terhadap penyalahgunaan dan peredaran gelap narkotika (Bento Silitonga, 2024).



BAGIAN IV

Hubungan Komunikasi Terapeutik Perawat dengan Tingkat Kecemasan pada Anak Usia Prasekolah di Rumah Sakit

Christiani Natalia Br Surbakti, S.S.I , Rianti Laia, S.S

A. Pendahuluan

Proses rawat inap atau hospitalisasi di rumah sakit merupakan situasi krisis yang berpotensi menimbulkan dampak psikologis yang serius, terutama pada anak-anak. Bagi anak usia prasekolah (3–6 tahun), rumah sakit seringkali dianggap sebagai tempat yang asing, menakutkan, dan penuh ketidakpastian. Keberadaan mereka di lingkungan yang tidak dikenal, jauh dari rutinitas, keluarga, dan suasana yang familiar, dapat memicu reaksi emosional yang intens seperti stres dan kecemasan (Sari & Batubara, 2017). Kecemasan dapat didefinisikan sebagai situasi emosional yang

kurang nyaman ditandai dengan perasaan subjektif atau rasa tegang, kekhawatiran, serta ketakutan (Damayanti et al., 2023).

Sekitar 5-10% anak yang dirawat di rumah sakit di Eropa dan Amerika Serikat mengalami kecemasan selama masa perawatan. Di Australia, gejala kecemasan ditemukan pada 5-7% anak usia toddler hingga sekolah. Di Indonesia, menurut data BPS (2019), sebanyak 80 dari 665 anak menunjukkan kecemasan saat dirawat inap, dan jumlahnya meningkat menjadi 156 dari 754 anak pada tahun 2022 (Yazia & Suryani, 2024). Kecemasan yang muncul selama masa hospitalisasi bukan sekadar rasa takut yang bersifat sementara, melainkan kondisi psikologis yang kompleks dan dapat mengganggu proses pemulihan, mengurangi kerjasama anak dalam menjalani prosedur medis, serta berisiko menimbulkan trauma berkepanjangan.

Anak pada rentang usia prasekolah berada dalam fase perkembangan yang unik. Secara kognitif, mereka masih berpikir secara egosentrisk dan magis, sulit membedakan antara fantasi dan realitas, serta belum mampu memahami konsep penyakit dan pengobatan secara logis (Lilis & Salimo, 2020). Keterbatasan ini membuat mereka rentan menginterpretasikan prosedur medis yang menyakitkan sebagai hukuman atau agresi. Secara emosional, mereka sangat bergantung pada figur lekat utama, yaitu orang tua, sehingga perpisahan sekecil apa pun dapat memicu kecemasan perpisahan (separation anxiety) yang hebat (Atawatun et al., 2021). Kombinasi antara ketakutan akan rasa sakit, berpisah dengan orang tua, kehilangan kontrol, dan lingkungan yang tidak dikenal menjadikan hospitalisasi sebagai salah satu pemicu stress terbesar dalam kehidupan seorang anak.

Faktor lainnya adalah kurangnya pemahaman anak terhadap lingkungan rumah sakit yang masih belum terbiasa, hilangnya kendali diri, ketakutan terhadap perawat dan dokter berjas putih. Dalam situasi krisis hospitalisasi seperti ini, perawat memainkan peran kunci yang melampaui sekadar tugas medis, perlu memahami faktor-faktor penyebab kecemasan pada anak. Mereka merupakan tenaga kesehatan yang paling sering dan intens berinteraksi dengan pasien anak. Karena itu, kualitas hubungan antara perawat dan anak sangat menentukan pengalaman rawat inap anak. Untuk membangun hubungan ini serta memberikan pelayanan keperawatan yang menyeluruh, perawat mengandalkan komunikasi sebagai alat utamanya (Marpaung & Zendrato, 2022; Sarfika et al., 2018). Namun, komunikasi yang dimaksud bukan sembarang percakapan, melainkan bentuk interaksi yang terarah, bermakna, dan berfokus pada proses penyembuhan, yaitu komunikasi terapeutik.



BAB V

Penggunaan *Artifical Intellegent* dalam Dunia Akademik

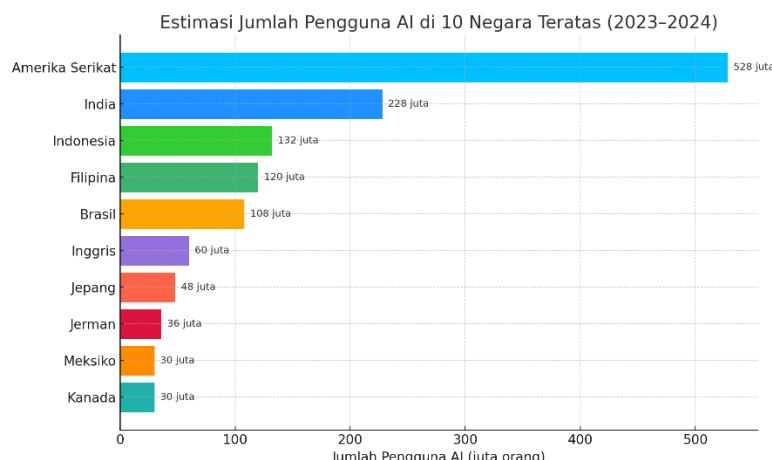
Marsha Zafirah Pohan S.I.Kom.
Siti Rahmah Putri S.I.Kom.

A. Pendahuluan

Dalam beberapa tahun terakhir kecerdasan buatan atau *artifical intellegent* (AI) telah mengalami perkembangan pesat. AI membawa perubahan yang cukup signifikan dalam berbagai aspek kehidupan seperti bidang perekonomian, kesehatan, pendidikan, bahkan di bidang militer. AI dapat didefinisikan sebagai kemampuan teknologi untuk meniru atau melakukan tugas-tugas yang umumnya membutuhkan kecerdasan manusia, seperti pemahaman bahasa, pengenalan pola, pengambilan keputusan, hingga pemecahan masalah. Adapun kemampuan manusia yang ditiru berupa kemampuan penalaran atas masukan yang diterima melalui panca indra

(Haris, h.2, 2024). Teknologi ini memungkinkan sistem untuk belajar dan terus beradaptasi dari data yang diperoleh (*machine learning*).

Perkembangan pesat AI membuka berbagai peluang besar untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas di berbagai sektor. Kemudahan yang ditawarkan oleh AI membuatnya semakin populer dan menarik minat masyarakat luas dari berbagai belahan dunia, termasuk Indonesia. Dalam laporan situs alat penulisan AI, yaitu Writer Buddy, mempublikasikan hasil laporan hasil riset, bahwa pada Agustus 2023 Indonesia menduduki peringkat ketiga sebagai negara dengan pengguna AI terbanyak yakni sebesar 1,4 juta kunjungan.



Gambar 1.1 10 Negara Pengguna AI terbanyak

Sumber : Writer Buddy

Indonesia memiliki selisih sebesar 0,7 juta dari India yang berada di peringkat kedua dan selisih 0,1 juta dengan Filipina yang berada di peringkat keempat. Writer Buddy juga melaporkan bahwa alat AI yang paling populer digunakan adalah ChatGPT dengan menyumbang sebesar 14 miliar penggunaan. Angka tersebut mencakup lebih dari 60% dari total penggunaan yang ditemukan dalam analisis riset (Rasyid, 2024).

Fenomena ini menunjukkan betapa besar penggunaan teknologi AI dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam dunia profesional hingga dunia pendidikan. Perkembangan pesat AI di lingkup pendidikan dimulai pada akhir November 2022 oleh *Open Artificial Intelligence (AI)* dengan layanan yang awalnya diluncurkan secara gratis dengan tujuan dapat mengatasi layanan yang dibutuhkan (Maula dkk, h. 11,



BAGIAN VI

Peran Media Sosial Tiktok terhadap Degradasasi Moral Generasi Muda Indonesia

Shally Anggia Putri S.I.Kom.
Nurhayati S.Sos.

A. Pendahuluan

Interaksi antara negara-negara menjadi tanda bahwa globalisasi sedang terjadi. Tidak ada yang bisa meramalkan kapan globalisasi akan berakhir atau bagaimana wujudnya di masa depan. Namun, yang pasti adalah bahwa globalisasi mengarahkan suatu bangsa menuju modernisasi, yang dapat menghasilkan dampak baik maupun buruk. Globalisasi mampu menghilangkan batasan antar negara berkat kemajuan teknologi. Kehadiran teknologi telah membuat interaksi semakin praktis dan cepat. Berdasarkan hasil survei penetrasi internet Indonesia 2024 yang dirilis APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), tingkat penetrasi internet Indonesia menyentuh angka 79,5% atau sekitar 221 Juta orang dari total populasi.

Sedangkan berdasarkan jenis kelamin, APJII menyampaikan bahwa kontribusi penetrasi internet Indonesia banyak bersumber dari laki-laki sebesar 50,7% dan perempuan 49,1%.

Saat ini, Indonesia semakin terbuka terhadap dunia dan telah mencapai banyak kemajuan di berbagai bidang sejak pejuang kemerdekaan mengakhiri penjajahan. Namun, sayangnya, aspek-aspek penting dalam kehidupan berbudaya yang selama ini dijunjung tinggi oleh masyarakat Indonesia mulai mengalami penurunan. Berita-berita mengenai moral generasi muda sering kali mencerminkan degradasi, yang banyak terlihat di televisi, surat kabar, dan media online. Di sini, degradasi berarti kemunduran, sementara moral berkaitan dengan akhlak atau budi pekerti. Dengan demikian, degradasi moral dapat diartikan sebagai krisis dalam kualitas budi pekerti.

Penindasan (perundungan), tindakan curang di sekolah, tawuran remaja, dan aksi begal sering dianggap sebagai tanda ketangguhan dan keberanian. Tindak kekerasan menjadi sarana untuk menyalurkan keisengan, sementara media sosial berfungsi sebagai platform untuk mengungkapkan kata-kata kasar atau umpanan. Pergaulan bebas menjadi ajang kompetisi untuk menunjukkan siapa yang paling menarik, dan gaya berpakaian yang minim menjadi cara untuk menampilkan kecantikan, mengabaikan norma dan adat istiadat. Semua ini mencerminkan degradasi moral di kalangan generasi muda saat ini.

Kasus bullying (perundungan) di Indonesia pada tahun 2024 yang dilansir pada Tirto.id menunjukkan tren peningkatan dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Data ini dikumpulkan oleh Jaringan Pemantau Pendidikan Indonesia (JPPI) melalui berbagai laporan yang diterima, baik melalui media sosial maupun situs resmi JPPI. JPPI mencatat terdapat 573 kasus kekerasan yang dilaporkan di lingkungan pendidikan, termasuk sekolah, madrasah, dan pesantren. Seperti pada Metrotvnews yang memberitakan adanya seorang gadis 13 tahun menjadi korban kekerasan seksual sesama remaja. Pelaku berusia 15 tahun mengancam korban dengan menyebarluaskan foto syur korban jika permintaannya tidak dipenuhi. Pelaku juga kerap meminta uang kepada korban (Metrotv News, 2024). Sementara itu, dilansir dari JPPN.Com, pada Minggu, 2 Februari 2025, terdapat Sembilan remaja ditangkap seusai terlibat tawuran di Jalan Selebes, Medan Belawan, Kota Medan dan polisi menyatakan enam diantaranya positif narkoba.



BAGIAN VII

Pengaruh Konten Tiktok terhadap Kesehatan Mental pada Generasi Z di Indonesia

Diva Trisha Venia S.I.Kom.
Grace Immanuella Pascauli Hasugian S.I.Kom.

A. Pendahuluan

Kemajuan teknologi berkembang dengan cepat beriring waktu. Setiap hari muncul berbagai fitur baru dari perkembangan teknologi yang terus bermunculan (Pebriana, 2017). Teknologi mendorong kemajuan peradaban manusia sehingga bisa lebih maju pada saat ini, karena hadirnya sosial media yang membantu seseorang untuk dapat berinteraksi dengan orang lain. Yang dimana dulu kita bertukar kabar melalui surat, sekarang bisa melalui sosial media. Informasi bisa melalui tulisan, gambar, video, dan lain sebagainya antar satu manusia dengan manusia yang lainnya. Dengan

adanya media sosial tersebut akan memudahkan manusia untuk dapat bertukar kabar, mencari berita dan mencari hiburan (Agustya, 2023).

Kemajuan teknologi dapat mempermudah masyarakat dalam mengakses dan mengunduh berbagai aplikasi media sosial seperti Facebook, Twitter, Line, WhatsApp, Instagram, YouTube, hingga Tiktok. Platform ini dapat berperan dalam membentuk berbagai aspek kehidupan individu, seperti kepribadian, kreativitas, kemampuan bersosialisasi, hingga kecerdasan. Disamping itu, sosial media memberikan manfaat besar bagi kelompok tertentu dalam masyarakat. Saat ini, peran media sosial tidak lagi terbatas sebagai sarana untuk menyampaikan pesan, melainkan telah berkembang menjadi wadah hiburan, interaksi sosial, penentu gaya hidup, alat promosi bisnis, serta sebagai sarana pendukung dalam bidang pendidikan (Bulele, 2020).

Pada awal tahun 2024 terdapat 185,3 juta pengguna internet di Indonesia dengan penetrasi internet mencapai 66,5 persen, Indonesia memiliki 139,0 juta pengguna media sosial pada Januari 2024, setara dengan 49,9 persen dari total populasi atau jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 278,7 juta jiwa pada januari 2024. Data menunjukkan bahwa populasi Indonesia meningkat sebesar 2,3 juta (0+8 persen) antara awal tahun 2023 hingga awal tahun 2024.

Analisis Kepios menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia meningkat sebesar 1,5 juta (+0,8 persen) antara januari 2023 hingga Januari 2024.

Tabel 1.1 Data Penggunaan Media Sosial di Indonesia tahun 2024

Media Sosial	Jumlah Penduduk	Jumlah Pengguna
Facebook	278,7 Juta Jiwa	117,6 juta Pengguna
YouTube	278,7 Juta Jiwa	139,0 Juta Pengguna
Instagram	278,7 Juta Jiwa	100,9 Juta Pengguna
TikTok	278,7 Juta Jiwa	126,8 Juta Pengguna

Sumber : We are sosial: Indonesia Digital Report 2024

Berikut adalah tabel yang menunjukkan trend peningkatan pengguna internet di Indonesia dari tahun 2020 hingga tahun 2025.

Tahun	Jumlah Pengguna internet (Juta)	Persentase Penetrasi (%)	Pertumbuhan Tahunan (%)
2020	175.4	64.0	8.5
2021	190.0	69.0	8.3



BAGIAN VIII

Fenomena Standar Tiktok pada Gaya Hidup *Doom Spending* Gen Z Indonesia

Rahmad Nur Munthe, S.Sos
Marito Nasution, S.Kom

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam pola hidup masyarakat modern, terutama pada generasi muda seperti Generasi Z. Generasi ini, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, merupakan kelompok yang tumbuh dan berkembang bersamaan dengan kemajuan teknologi digital. Sebagai digital native, Gen Z sangat akrab dengan penggunaan media sosial dan berbagai platform daring dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini menjadikan mereka sebagai generasi yang adaptif terhadap perubahan digital dan cepat menyerap tren yang berkembang di ruang maya.

Kemajuan teknologi membuat internet tumbuh sangat pesat. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), hingga Januari 2024, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai lebih dari 221 juta jiwa. Generasi Z tercatat sebagai pengguna internet dengan persentase tertinggi, yakni sebesar 34,40%. Dalam lanskap digital tersebut, media sosial menjadi platform yang paling dominan digunakan, dengan Indonesia masuk dalam 10 besar negara dengan tingkat keaktifan tertinggi di media sosial.

Salah satu media sosial yang paling populer di kalangan Gen Z adalah TikTok. Berdasarkan data The Global Statistics tahun 2024, TikTok berada di peringkat ketiga media sosial paling banyak digunakan di Indonesia dengan 129,17 juta pengguna aktif atau sebesar 63,10%. Pengguna TikTok didominasi oleh Gen Z berusia antara 18 hingga 24 tahun, yang mencapai persentase hingga 40%. TikTok menjadi pusat berbagai tren yang cepat viral, mulai dari fashion, makanan, gaya hidup, hingga gadget.

Namun, fenomena berkembangnya tren dan standar hidup yang ditampilkan di TikTok telah memunculkan tekanan sosial di kalangan Gen Z. Tren tersebut sering kali membentuk standar kecantikan, gaya hidup, dan keberhasilan yang dikonstruksi secara digital, dan kerap kali tidak realistik. Hal ini berpotensi mendorong perilaku konsumtif yang berlebihan atau yang dikenal dengan istilah *doom spending*. *Doom spending* adalah perilaku membeli secara impulsif dan tidak terkontrol, yang biasanya dilakukan sebagai pelarian dari tekanan sosial atau kecemasan terhadap masa depan.

TikTok, melalui algoritmanya yang mempersonalisasi konten, menciptakan standar yang mempengaruhi keputusan konsumsi. Pengguna secara tidak sadar ter dorong untuk mengikuti tren viral, seperti membeli produk kecantikan, fashion terkini, atau gadget terbaru, demi mendapatkan validasi sosial atau sekadar merasa “*up-to-date*”. Dorongan untuk terus mengikuti tren ini dapat menimbulkan beban finansial, apalagi jika dilakukan dengan menggunakan pinjaman online atau kartu kredit, yang pada akhirnya memperburuk kondisi mental dan keuangan pribadi.

Dalam konteks komunikasi intrapersonal, individu mulai membandingkan diri mereka dengan standar-standar yang ditampilkan di TikTok. Pemikiran seperti “kalau saya tidak mengikuti tren ini, saya akan tertinggal” menjadi pemicu perilaku konsumtif yang tidak rasional. Selain itu, promosi produk oleh influencer atau content creator juga memberi tekanan psikologis yang memperkuat keinginan untuk membeli, meski tidak sesuai kebutuhan.



BAGIAN IX

Pola Komunikasi *Live Shopping* dalam Ekosistem Digital

Trisna Mandala Putra, S.M.
Gidion D. Parulian Lumbantoruan S.I.Kom.

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara manusia berkomunikasi dan berinteraksi, termasuk dalam aspek konsumsi. Media sosial, yang awalnya hanya digunakan sebagai platform komunikasi dan berbagi informasi, kini berkembang menjadi ekosistem ekonomi digital yang semakin kompleks. Salah satu fenomena yang muncul dari perkembangan ini adalah *live shopping*, yaitu aktivitas belanja daring berbasis siaran langsung yang memungkinkan komunikasi interaktif antara penjual dan konsumen. Berbeda dengan *e-commerce* konvensional yang bersifat statis, *live shopping* menghadirkan pengalaman belanja yang lebih dinamis, real-time, dan berbasis interaksi sosial, sehingga menciptakan ruang sosial baru dalam ekosistem digital.

Fenomena *live shopping* semakin berkembang pesat di berbagai platform seperti Shopee Live, TikTok Shop Live, Lazada Live, dan Tokopedia Play. Tren ini terutama didorong oleh Generasi Z dan Milenial, yang cenderung lebih aktif menggunakan media sosial sebagai sarana konsumsi dan interaksi. Menurut laporan Digital 2024: Indonesia dari We Are Social dan Meltwater, per Januari 2024, sebesar 59% pengguna internet di Indonesia hobi berbelanja melalui media *online*. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial telah bertransformasi menjadi ruang ekonomi digital yang mengintegrasikan aspek komunikasi, hiburan, dan konsumsi dalam satu ekosistem yang terhubung.

Selain itu, *live shopping* juga mengubah pola komunikasi pemasaran. Strategi komunikasi yang digunakan dalam *live shopping* melibatkan elemen emosional, sosial, dan urgensi, seperti diskon terbatas waktu, testimoni langsung, serta interaksi spontan yang membangun kepercayaan konsumen. Diskon harga mampu memengaruhi sikap *impulse buying* konsumen pada *live shopping* (Kinasih & Wuryandari, 2023). Faktor *trustworthiness* dalam komunikasi pemasaran menjadi kunci dalam membentuk keputusan pembelian, di mana kepercayaan terhadap penjual atau *influencer* dalam *live shopping* sering kali lebih berpengaruh dibandingkan dengan iklan tradisional.

Dari sisi budaya konsumsi, fenomena *live shopping* juga memperlihatkan adanya pergeseran nilai dalam pola belanja masyarakat. Generasi muda semakin mengutamakan aspek pengalaman dan keterlibatan sosial dalam konsumsi digital mereka. Konsep “*shoppertainment*” (gabungan dari *shopping* dan *entertainment*) menunjukkan bahwa proses belanja kini tidak hanya berorientasi pada produk, tetapi juga pada pengalaman yang menyenangkan dan interaktif. Hal ini sejalan dengan teori *Uses and Gratifications*, yang menjelaskan bahwa individu memilih suatu media berdasarkan manfaat dan pengalaman yang diperoleh, bukan hanya sekadar kebutuhan dasar.

Selain aspek positif, *live shopping* juga menghadirkan tantangan baru dalam komunikasi digital. Munculnya budaya konsumsi impulsif, yang dipicu oleh strategi pemasaran berbasis FOMO (*fear of missing out*) dan *flash sale* terbatas waktu, menjadi salah satu konsekuensi dari model belanja berbasis interaksi ini. Keputusan pembelian yang didasarkan pada urgensi dan tekanan sosial dapat meningkatkan tingkat konsumsi yang tidak rasional, terutama di kalangan generasi muda yang lebih rentan terhadap tren digital.



BAGIAN X

Perubahan Sosial dan Budaya Kelompok Disabilitas dalam Pemberdayaan Kerja (Analisis Program Rumah Difabel Berdaya Pelindo)

Rassya Priyandira S.I.Kom.

A. Pendahuluan

Program Pemberdayaan Difabel merupakan salah satu kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan, kecakapan hidup, dan kemandirian bagi para penyandang disabilitas dalam berbagai aspek kehidupan. Masyarakat yang menyandang disabilitas diberikan pelatihan yang beragam, mulai dari keterampilan teknis (*hard skill*) seperti menjahit; penulisan berita; desain grafis; dan lain-lain, hingga keterampilan interpersonal (*soft skill*) seperti berpikir kritis; kepemimpinan; kemampuan komunikasi; dan kreativitas. Program pemberdayaan ini dilaksanakan

juga bertujuan untuk membantu penyandang disabilitas keluar dari kondisi yang tidak menguntungkan.

Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia mengemukakan adapun delapan misi menuju Indonesia Emas 2045 pada Pemerintahan Presiden Republik Indonesia Prabowo Subianto dan Wakil Presiden Republik Indonesia Gibran Rakabuming Raka tertuang dalam Asta Cita Presiden Prabowo & Wapres Gibran. Pada poin nomor empat dijelaskan bahwa harus memperkuat pembangunan sumber daya manusia, sains, teknologi, pendidikan, kesehatan, prestasi olahraga, kesetaraan gender, serta penguatan peran perempuan, pemuda, dan penyandang disabilitas. Dalam hal ini, artinya Pemerintahan Presiden Prabowo dan Wapres Gibran juga berfokus pada penyandang disabilitas untuk penguatan peran serta pembangunan sumber daya manusia dalam hal pembangunan nasional menuju Indonesia Emas 2045.

Program Pemberdayaan Difabel dibuat untuk memberikan akses pelatihan, pendampingan, serta peluang kerja yang sesuai dengan kebutuhan dan potensi dari setiap individu penyandang disabilitas. Dalam melaksanakan program pemberdayaan difabel tersebut, dibutuhkan peran dari berbagai pihak yang dapat menjadi agen perubahan. Peran tersebut meliputi keluarga, pemerintah, agen pemberdayaan, lembaga sosial, maupun dari relawan dan masyarakat (Afifah Az-Zahra & Almisar Hamid, 2022).

Salah satu bentuk upaya Program Pemberdayaan Difabel adalah seperti yang dilakukan PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 1 atau Pelindo 1. Dengan bekerja sama bersama Baitulmaal Muamalat (BMM), Pelindo 1 meluncurkan program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). Program TJSL yang diusung adalah Disability Development Program, yakni merupakan sebuah program pelatihan dan pendampingan dengan fokus kepada pengembangan kompetensi digital. Untuk mewadahi program tersebut, Pelindo 1 menghadirkan Rumah Difabel Berdaya yang dirancang sebagai ruang belajar dan pengembangan keterampilan bagi penyandang disabilitas. Rangkaian pelatihan yang diberikan berupa pengambilan fotografi dan videografi, penulisan konten, penulisan berita, dan manajemen media sosial.

Badan Pusat Statistik (BPS) merilis data jumlah pekerja dengan disabilitas di Indonesia mencapai 720.748 orang pada tahun 2022. Menteri Ketenagakerjaan



BAGIAN XI

Simbol, Kuasa, dan Suara Rakyat : Komunikasi Politik di Pulau Nias

Christian Yosua Halawa S.I.Kom.

A. Mengapa Nias Harus Bicara: Politik, Budaya, dan Kuasa Narasi

Pulau Nias, sebuah kepulauan yang kaya dengan tradisi dan nilai budaya, sering kali hanya dikenal melalui narasi yang terbatas dan terdistorsi. Media dan wacana nasional cenderung memosisikan Nias dalam kerangka yang sempit : sebagai daerah rawan bencana, miskin, atau wilayah dengan adat istiadat yang eksotis namun dianggap tertinggal dan tidak dinamis. Narasi-narasi semacam ini secara tidak langsung mengerdilkan ruang bagi masyarakat Nias untuk menampilkan realitas sosial, politik, dan budaya mereka yang sesungguhnya. Gambaran yang dominan ini bukan hanya mengaburkan keberagaman dan potensi lokal, tetapi juga menempatkan Nias sebagai objek pasif yang selalu “dibicarakan” oleh pihak

lain, bukan sebagai subjek yang memiliki suara dan mampu mengendalikan narasi tentang dirinya sendiri.

Pertanyaan mendasar yang harus diajukan kemudian adalah : siapa yang selama ini memiliki kuasa untuk membentuk dan mengendalikan narasi tentang Nias? Dan lebih penting lagi, siapa yang diberi ruang untuk berbicara dan mengekspresikan identitasnya dalam ranah publik dan politik? Dalam konteks komunikasi politik, pertanyaan ini bukan sekadar soal siapa yang berbicara, melainkan juga siapa yang memiliki akses dan kemampuan untuk memproduksi makna yang akan diterima masyarakat luas. Menurut *Stuart Hall* (2003), representasi tidak bisa dipahami sekadar sebagai cerminan dari kenyataan, tetapi merupakan sebuah tindakan aktif yang menciptakan makna, dan dalam proses itu, selalu terselip relasi kuasa antara pihak yang mewakili dan yang diwakilkan. . Dengan kata lain, representasi budaya dan politik adalah arena perebutan kuasa di mana kelompok dominan mampu mengendalikan cara masyarakat dan kelompok minoritas dilihat, dibicarakan, dan dimaknai.

Dalam konteks Nias, narasi tentang budaya dan masyarakatnya sering kali dibentuk oleh elite politik lokal maupun aktor eksternal seperti media nasional, birokrat, atau lembaga pembangunan yang memiliki akses luas ke sarana komunikasi massa. Mereka tidak hanya menjadi penyampai informasi, melainkan juga pembentuk makna yang secara sadar maupun tidak sadar menyusun wacana yang bisa saja memperkuat stereotip, marginalisasi, atau dominasi kelompok tertentu. Misalnya, penggunaan citra “Nias sebagai daerah tertinggal” sering kali mengabaikan suara masyarakat akar rumput yang aktif menginisiasi perubahan sosial dan mempertahankan warisan budaya secara dinamis. Dengan demikian, narasi yang beredar cenderung mengukuhkan posisi Nias sebagai “objek” pembangunan dan politik, bukan sebagai “subjek” yang berdaulat atas identitas dan masa depannya sendiri.

Fenomena ini menggambarkan bahwa komunikasi politik di Pulau Nias tidak bisa dilepaskan dari dinamika kekuasaan yang kompleks. Pengendalian narasi dan simbol budaya menjadi bagian dari strategi legitimasi elite yang bertujuan menguasai medan politik dan sosial. Masyarakat yang seharusnya menjadi partisipan aktif dalam pembentukan identitas dan kebijakan sering kali mengalami keterbatasan akses dan peluang untuk menyuarakan aspirasi mereka. Dengan memahami bagaimana kuasa bekerja dalam membentuk representasi ini, kita bisa mulai membuka ruang dialog



BAGIAN XII

Dalam Mencegah Money Politik pada Proses Pilkada Labuhan Batu Selatan 2024

Khairul Ansor Nasution S.I.Kom
Ahmad Defry Rivaldy S.Kom

A. Pendahuluan

Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) merupakan salah satu fondasi utama demokrasi di Indonesia. Namun, praktik politik uang (money politics) masih menjadi tantangan serius yang merusak kualitas dan keadilan dalam pemilihan. Politik uang dapat terjadi dalam berbagai bentuk seperti pemberian uang, barang, atau janji untuk mempengaruhi suara pemilih. Fenomena ini mengancam prinsip demokrasi karena menciptakan ketimpangan kompetisi dan melemahkan integritas pemilu.

Dalam konteks ini, Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) memainkan peran strategis untuk mencegah dan menangani praktik politik uang. Tugas Bawaslu

tidak hanya mengawasi jalannya pemilu secara normatif, tetapi juga mengedukasi masyarakat agar menolak praktik tidak sah tersebut. Pada Pilkada Labuhanbatu Selatan 2024, meskipun tidak ditemukan laporan resmi mengenai politik uang, tetap diperlukan evaluasi terhadap efektivitas strategi komunikasi yang digunakan Bawaslu dalam mencegahnya. Strategi ini antara lain mencakup sosialisasi, kolaborasi antarlembaga, pemanfaatan media digital, serta keterlibatan masyarakat.

Pentingnya peran Bawaslu semakin terasa ketika data nasional menunjukkan meningkatnya praktik politik uang. Bawaslu RI mencatat 2.264 laporan pelanggaran dalam Pemilu 2024, termasuk 702 temuan dari pengawas pemilu (Bawaslu RI, 2024). Survei Indikator Politik Indonesia bahkan menunjukkan bahwa 35% responden menentukan pilihan karena uang (Muhtadi, 2024). Selain itu, toleransi masyarakat terhadap praktik ini juga meningkat—dari 67% yang menolaknya pada 2019 menjadi hanya 49,6% di 2024 (Indikator, 2024).

Kondisi di Kabupaten Labuhanbatu Selatan mencerminkan tantangan yang serupa. Dengan populasi sekitar 330.008 jiwa (BPS Labuhanbatu Selatan, 2024), masyarakat pemilih rentan menjadi target praktik transaksional. Dalam survei pasca-pencoblosan, hanya 49,6% pemilih yang menyatakan politik uang sebagai tindakan yang tidak bisa diterima, sementara 46,9% menyebutnya wajar (Databoks, 2024).

Fenomena ini menunjukkan bahwa politik uang telah membudaya, bahkan dianggap hal biasa dalam proses demokrasi elektoral. Hal ini memunculkan keprihatinan mendalam karena membuka ruang bagi kandidat dengan kekuatan finansial untuk mengendalikan hasil pemilu. Padahal, pemilu seharusnya menjadi sarana untuk memilih pemimpin berkualitas berdasarkan kapasitas dan integritas, bukan kemampuan finansial.

Dalam perspektif ekonomi-politik, praktik politik uang juga memperbesar peluang korupsi, karena kandidat yang terpilih merasa perlu mengembalikan “investasi” kampanye mereka. Kondisi ini menjadikan politik uang sebagai “penyakit kronis” dalam tubuh demokrasi Indonesia yang sulit diberantas tanpa kesadaran kolektif dan pengawasan yang intensif.

Bawaslu memiliki tanggung jawab besar untuk membangun kesadaran publik akan bahaya politik uang. Tidak cukup hanya dengan imbauan, perlu pendekatan komunikasi yang persuasif dan berbasis data. Salah satu solusi strategis adalah



BAGIAN XIII

Peran Kantor Komunikasi Kepresidenan Mengawal Kebijakan Efisiensi Anggaran Pemerintahan Prabowo Subianto

Faisal Ramadan Hasibuan S.I.Kom.
Doni Hermawan S.I.Kom

A. Pendahuluan

Pemerintahan Prabowo Subianto menetapkan efisiensi anggaran untuk beberapa kementerian dan lembaga. Pemangkasan anggaran tercantum dalam Instruksi Presiden (Inpres) Nomor 1 Tahun 2025 tentang Efisiensi Belanja dan Pelaksanaan APBN dan APBD Tahun Anggaran 2025 yang dikeluarkan pada 22 Januari 2025. Prabowo menargetkan efisiensi sebesar Rp 306,6 triliun. Sekurangnya 16 anggaran belanja kementerian dan lembaga yang dipangkas. Masing-masing terkena persentase berbeda-beda. Alat tulis kantor dipotong 90 persen, kegiatan seremonial 56,9 persen,

rapat, seminar dan sejenisnya dipotong sebanyak 45 persen, kajian dan analisis 51,5 persen, diklat dan bimbingan teknis sebanyak 29 persen, dan honor output kegiatan dan jasa profesi sebanyak 40 persen dan lainnya.

Timbul kekhawatiran di masyarakat soal efisiensi anggaran ini. Terutama di berbagai sektor publik. Misalnya Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi (Kemendiktisaintek). Kementerian ini terkena pemangkasan anggaran sebesar Rp 22,5 triliun dari total pagu anggaran 2025 Rp 57,6 triliun.

Dikhawatirkan hal ini mempengaruhi berbagai program yang sudah berjalan seperti dana beasiswa, riset, dan bahkan bisa berdampak pada kenaikan uang kuliah tunggal atau UKT. Mengutip pemberitaan Tempo berjudul “Efisiensi Anggaran akan Pengaruhi Pelayanan Publik di Beberapa Kementerian dan Lembaga” pada 17 Februari 2025, ada berbagai sektor pelayanan publik yang justru dikhawatirkan terdampak.

Selain itu bias kebijakan juga terjadi saat beberapa lembaga penyiaran publik seperti TVRI dan RRI sempat mengeluarkan kebijakan memutus kontrak para kontributor daerah hingga penyiar. Bahkan TVRI dan RRI sempat melakukan kebijakan pemutusan kontrak para kontributor daerah hingga penyiar.

Hal ini menuai reaksi publik. Terutama saat para kontributor daerah yang diputus kontraknya speak up di media sosial. Sampai akhirnya digelar Rapat Dengar Pendapat (RDP) dengan DPR. Dalam artikel di BBC terbitan 12 Februari 2025 “TVRI dan RRI batal ‘rumahkan’ pegawai imbas efisiensi anggaran Prabowo – ‘Saya berharap honor kami bisa kembali seperti semula”, TVRI dan merevisi keputusannya untuk tidak lagi membuat kebijakan merumahkan dan PHK terhadap seluruh karyawan.

Anggota Komisi VII DPR RI Erna Sari Dewi, menyatakan kebijakan efisiensi anggaran yang berdampak pada pemutusan hubungan kerja (PHK) dan pengurangan kontributor di TVRI dan RRI tidak tepat. Hal itu diungkap dari pernyataan yang dikutip dari pemberitaan Bisnis.com pada 13 Februari 2025 berjudul “DPR Minta TVRI dan RRI Tak PHK Karyawan, Efisiensi Jangan Membabi Buta”

Pada akhirnya berbagai kebijakan yang dilakukan TVRI adalah dengan berkaitan dengan operasional. TVRI juga menghentikan produksi berbagai program acara yang sedang berjalan di antaranya Paket Hak Siar Olahraga, Seblak Show, Halo Dokter dan lain lain. Total program acara yang dihentikan produksinya sebanyak

Profil Penulis



Prof. Dra. Hj. Lusiana Andriani Lubis, MA, Ph.D.

Lahir di Medan 5 April 1967, menikah drg. H.M.Iqbal Siregar dan memiliki tiga orang anak. Pendidikan Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara pada tahun 1985 dan tamat tahun 1989. Lanjut S2 pada Pusat Pengajian Komunikasi Universiti Sains Malaysia tahun 1996 dan tamat 1998. Kemudian melanjutkan kuliah Doktoral (S3) di tempat yang sama pada tahun 2007 dan tamat 2010 bidang kajian Komunikasi Antarbudaya. Guru Besar diperoleh pada Desember 2015. Pada jenjang karir beliau sejak 1990 hingga sekarang merupakan staf pengajardan Guru Besar tetap FISIP USU Ilmu Komunikasi yang mengajar S1,S2 dan S3, juga mengajar pada beberapa PTS di Sumatera Utara. Selain di lingkungan akademik, aktif dalam berbagai organisasi profesi seperti Ketua umum ISKI Sumatera Utara tahun 2023-2026, Ketua Dewan Pakar ASPIKOM Sumatera 2018-2023, Ketua Bidang Pendidikan Perguruan Tinggi di Majelis Wilayah KAHMI Sumatera Utara 2020-2025, Ketua Umum IKA USM Sumut 2024-2027, Pengelola PAUD dan TK ILMA dari tahun 2010 sampai sekarang yang berada di Kecamatan Medan Selayang dan Sei Mencirim Sunggal Deli Serdang. Juga aktif pada beberapa Lembaga Swadaya Masyarakat yang konsen pada pembinaan dan pemberdayaan masyarakat. Beberapa buku yang dihasilkan, di antaranya Pemahaman Praktis Komunikasi Antarbudaya (2012) dengan HKI C00201304028 dan saat ini sudah masuk cetakan ke enam (2023) ; Dinamika Komunikasi Antarbudaya (2016) dengan HKI : C00201605150; Perkawinan Antaretnis (2018,2024), Perencanaan Komunikasi dan Audit komunikasi (2018, 2024), Analisis Komunikasi Normal Baru Saat Pandemi Covid 19 (2020, 2024) serta beberapa buku bunga rampai (tulisan bersama Pemikiran Guru besar USU antara lain Pencegahan dan penurunan angka Stunting melalui KIE Pemberdayaan Remaja dan Calon Pengantin di Indonesia, 2023 ; Kompetensi komunikasi dalam pemasaran Coffe Shop di Era Digital, 2023).

Aldy Zakiani Lubis S.I.Kom.

Merupakan mahasiswa program Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Sumatera Utara. Ia menyelesaikan pendidikan sarjananya pada tahun 2022 di jurusan dan universitas yang sama, yaitu Ilmu Komunikasi, Universitas Sumatera Utara. Saya memiliki minat besar terhadap dunia visual, aldy juga gemar mengeksplorasi bidang fotografi dan explore makanan.

Chairunnisah Rahmi Nasution S.T.

Merupakan mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Sumatera Utara. Ia meraih gelar sarjana Teknik Komputer dari Universitas Telkom pada tahun 2024. Berpengalaman di bidang IT dan UI design, ia tertarik mengembangkan Internet of Things (IoT) dan pernah merancang Sistem Inventaris Barang berbasis Website dan IoT untuk STIKes Abdi Nusantara Jakarta, mendesain tampilan aplikasi untuk berbagai kebutuhan, serta membuat tempat sampah otomatis berbasis sensor. Ketertarikannya pada teknologi berpadu dengan ilmu komunikasi, karena baginya, teknologi tidak hanya mempermudah kehidupan manusia, tetapi juga mengubah cara orang berkomunikasi, berinteraksi, dan membangun relasi di era digital.

Bayu Herlambang Bimantara, S.I.Kom.,

Merupakan seorang mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Sumatera Utara (USU). Ia menyelesaikan pendidikan sarjananya di bidang Ilmu Komunikasi pada tahun 2023. Memiliki minat besar terhadap dunia visual, Bayu gemar mengeksplorasi bidang fotografi, videografi, dan desain grafis. Selain itu, ia juga dikenal sebagai pribadi yang peduli terhadap isu-isu lingkungan hidup. Saat ini, Bayu aktif bertugas di Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa serta Kependudukan dan Pencatatan Sipil (PMD & Dukcapil) Provinsi Sumatera Utara, di mana ia turut berkontribusi dalam pengembangan dan pelayanan masyarakat.

Esdras Idi Alfero Ginting S.Sos.

merupakan mahasiswa program Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Sumatera Utara. Ia menyelesaikan pendidikan S-1 pada tahun 2007 dari Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Diponegoro (Undip) Semarang. Setelah lulus sarjana, ia sempat bekerja sebagai wartawan yakni di Koran Sore Wawasan (Grup Suara Merdeka Semarang) dan Harian Jogja (Grup Bisnis Indonesia). Tahun 2012 Esdras rehat dari aktivitas jurnalistik dan bergabung dengan Badan Narkotika Nasional (BNN) sebagai penyuluhan narkoba yang ditugaskan di BNNK Serdang Bedagai. Pada 2019 Esdras mutasi ke BNNK Deli Serdang.

Christiani Natalia Br Surbakti, S.S.I.

Merupakan mahasiswa yang sedang menempuh program Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Sumatera Utara. Ia menyelesaikan pendidikan Sarjananya pada tahun 2022 di Jurusan Perpustakaan dan Sains Informasi Universitas Sumatera Utara. Setelah lulus Sarjana, Saya langsung bekerja sebagai Pustakawan di STIKes Santa Elisabeth Medan hingga saat ini.

Riati Laia, S.S.

Merupakan mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi (angkatan 2024) di Universitas Sumatera Utara, kelahiran Soromaasi pada 13 Februari 1996. Lulusan Sastra Jepang Universitas Sumatera Utara tahun 2021, untuk saat ini aktif menekuni usaha sebagai sumber penghasilan. Di sela kesibukannya, ia menikmati hobi seperti perawatan diri di salon dan *traveling*, Riati adalah sosok yang memiliki semangat belajar tinggi dan pandai mengatur waktu antara pendidikan, usaha, dan kehidupan pribadi. Dengan kombinasi visi akademik dan jiwa kewirausahaan, ia berkomitmen untuk meraih cita-cita yang memberi kontribusi di bidang pendidikan maupun pemerintahan.

Shalli Anggia Putri, S.I.Kom.

merupakan mahasiswi Program Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Sumatera Utara. Ia menyelesaikan pendidikan sarjana pada tahun 2022 di program studi Ilmu Komunikasi, Universitas Sumatera Utara. Ketertarikannya terfokus pada bidang komunikasi pemasaran dan perkembangan *new media* sebagai respons terhadap dinamika komunikasi di era digital saat ini.

Nurhayati, S.Sos.

Penulis mengambil gelar S1 sosiologi dari universitas sumatera utara (2020-2024). Saat ini sedang melanjutkan studi di Magister Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sumatera Utara. Aktif di beberapa kegiatan sosial, seperti pemberdayaan masyarakat atau kegiatan kemanusian sebagai volunter. Di luar kegiatan akademik, penulis juga memiliki ketertarikan pada dunia kewirausahaan dan Digital Marketing. Penulis mengelola usaha toko bunga secara mandiri dan secara aktif memanfaatkan media sosial sebagai sarana digital marketing untuk memperluas jangkauan pemasaran produk kepada masyarakat luas.

Diva Trisha Venia S.I.Kom.

Merupakan mahasiswa program Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Sumatera Utara. Ia menyelesaikan pendidikan sarjananya pada tahun 2021 di jurusan dan Universitas yang sama, yaitu Ilmu Komunikasi, Universitas Sumatera Utara.

Grace Immanuella Pascauli Hasugian, S.I.Kom.

Merupakan mahasiswa yang sedang menempuh program Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Sumatera Utara. Ia menyelesaikan pendidikan sarjananya pada tahun 2022 di jurusan dan universitas yang sama, yaitu Ilmu Komunikasi, Universitas Sumatera Utara. Saat ini sedang bekerja sebagai staff administrasi di Aplikasi Satu Atap (ASA) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara hingga sekarang.

Rahmad Nur Munthe, S.Sos.

Lahir di Labuhanbatu Utara pada 04 April 2000. Meraih Gelar Sarjana Sosial Program Studi Manajemen Dakwah di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara pada tahun 2022. Saat ini sedang menempuh Program Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Sumatera Utara. Berkerja di Perusahaan Swasta di Medan. Aktif di dunia Akademik serta menulis di berbagai jurnal ilmiah. Penulis dapat dihubungi melalui email: rahmadmunthe0101@gmail.com

Marito Nasution, S.Kom.

Pria yang akrab dipanggil Ito walaupun namanya ke Jepang-Jepangan, merupakan putra asli Mandailing lahir di Padangsidempuan 39 tahun lalu tepatnya tanggal 5 September 1986 sebagai putra kelima dari tujuh bersaudara. Marito dalam bahasa Mandailing memiliki arti harapan orang tua untuk memiliki seorang anak perempuan kalau anak yang diberikan nama tersebut adalah laki-laki dan sebaliknya. Harapan pemberian nama tersebut ternyata belum mendapat Ridho Allah SWT – ianya dikaruniai 2 orang adik yang juga berjenis kelamin laki-laki. Kesehariannya beraktivitas sebagai Pegawai Negeri Sipil pada Sekretariat Daerah Provinsi Sumatera Utara. Menyandang gelar Sarjana Ilmu Komputer lulusan Universitas Sumatera Utara. Saat ini sedang menempuh studi Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara. Berkariernya dibidang Pengadaan Barang dan Jasa Pemerintah, bercita-cita menciptakan iklim pengadaan barang dan jasa pemerintah yang bersih dan menjadikan bidang pengadaan barang dan jasa pemerintah sebagai Centre of Excellence.

Trisna Mandala Putra, S.M.

Merupakan *awardee* Beasiswa LPDP Angkatan PK-243 yang saat ini sedang menempuh program Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Sumatera Utara. Ia telah menyelesaikan pendidikan Diploma III di STAN pada Tahun 2013, serta Sarjana Manajemen UT pada Tahun 2020. Sebagai seorang ASN pada Ditjen Perbendaharaan Kemenkeu, ia memiliki ketertarikan dalam riset dan penelitian komunikasi organisasi di era digital.

Gidion Dwiputra Parulian Lumbantoruan, S.I.Kom.

Merupakan mahasiswa Program Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Sumatera Utara. Ia menyelesaikan pendidikan sarjana pada tahun 2023 di program studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Yogyakarta. Memiliki ketertarikan pada bidang audio visual dan sering terlibat dalam proses pembuatan hingga pendistribusian film dan iklan beberapa produk dan jasa selama kuliah di UPN Yogyakarta melalui organisasi Audio Visual Komunikasi atau yang lebih dikenal AVIKOM UPNYK pada tahun 2018-2022.

Khairul Ansor Nasution S.I.Kom.

Lahir di Basilam Baru, 7 Februari 2000. Ia meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dari Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU) pada tahun 2023. Saat ini, ia melanjutkan studi Magister Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara (FISIP USU). Ansor pernah berproses di organisasi Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) dan memiliki pengalaman dalam berbagai kegiatan jurnalistik, baik di lapangan maupun dalam penulisan. Ia juga produktif menulis karya ilmiah yang membahas isu-isu komunikasi, media, dan sosial kemasyarakatan. Penulis dapat dihubungi melalui email:

[khairolansor31@gmail.com](mailto:khairulansor31@gmail.com)

Ahmad Defry Rivaldi, S.Kom.

Merupakan mahasiswa magister ilmu komunikasi di Universitas Sumatera Utara (USU) angatan 2024 yang sedang menjalani masa study program magisternya, ia memiliki minat khusus di bidang eksplorasi dan pemberdayaan masyarakat dan semasa kuliah juga aktif di organisasi pencinta alam dan juga aktif di beberapa event nasional, juga aktif di kegiatan jurnalistik di TRIBRATA TV.

Christian Yosua Halawa, S.I.Kom.

Merupakan lulusan Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sumatera Utara tahun 2022 dan saat ini melanjutkan studi Magister Ilmu Komunikasi di universitas yang sama. Ia menjabat sebagai Ketua Umum Ikatan Mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi (IMAMIKOM) periode 2024-2025. Memiliki latar belakang di bidang humas, media, dan komunikasi strategis, ia pernah berkarya di Efarina TV dan Wahana Visi Indonesia. Pengalamannya mencakup produksi konten media, hubungan masyarakat, peliputan jurnalistik, hingga pengelolaan kampanye komunikasi. Semasa kuliah, ia aktif di berbagai organisasi, seperti Pers Mahasiswa Pijar dan Ikatan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi (Imajinasi). Ia juga pernah memimpin studi banding ke Malaysia serta mewakili USU dalam pelatihan jurnalistik tingkat nasional di Universitas Hasanuddin. Selain itu, ia turut membentuk komunitas PETA NIAS saat pandemi Covid-19 dan dipercaya menjadi bagian dari Satgas Covid-19 Pemprovsu

Kepulauan Nias. Sebagai putra daerah dari Kabupaten Nias Selatan, ia berkomitmen untuk memperkenalkan budaya Nias ke tingkat nasional dan internasional melalui pendekatan komunikasi.

Rassyaa Priyandira, S.I.Kom.

Merupakan Mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara, Angkatan 2024. Rassyaa, sapaannya, menyelesaikan Program Sarjana di Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara pada tahun 2022. Saat ini, Rassyaa bekerja sebagai Kepala Kreatif Konten di Imaji Interaktif Media, sebuah perusahaan konsultan media yang bergerak melakukan branding Tokoh Politik dan Kepala Daerah Sumatera Utara. Rassyaa memiliki minat yang besar dalam bidang penelitian konvergensi media dan manajemen media.

Faisal Ramadan Hasibuan, S.I. Kom.

Merupakan putra mandailing yang lahir di Rantauprapat, Sumatera Utara. Lulusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Islam Sumatera Utara (UISU) tahun 2023 dan Saat ini sedang menempuh Pendidikan Program Magister Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Sumatera Utara. Bekerja di Universitas Islam Sumatera Utara

Doni Hermawan, S.I.Kom.

Merupakan alumni D3 Administrasi Perpajakan tahun 2004 dan kemudian melanjutkan jenjang S1 di Ilmu Komunikasi USU (ekstensi). Saat ini melanjutkan studi Magister Ilmu Komunikasi di universitas yang sama. Memiliki pengalaman 17 tahun menekuni dunia jurnalistik di Medan Pos, Harian Andalas, Harian Batak Pos, Waspada Online, Sumut Pos hingga kini masih aktif sebagai jurnalis di IDN Times Regional Sumatera Utara. Pernah melakukan peliputan jurnalistik ke berbagai even nasional maupun internasional. Semasa kuliah, ia aktif di organisasi Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) FISIP USU. Doni memiliki minat yang besar dalam penulisan ilmiah di bidang jurnalistik dan fotografi.

Marsha Zafirah Pohan S.I.Kom.

Merupakan mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Sumatera Utara. Ia menyelesaikan studi sarjananya pada tahun 2023 di program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara, dengan predikat *Cum Laude*. Selain menekuni dunia akademik, Marsha juga memiliki pengalaman sebagai instruktur praktikum mata kuliah Fotografi serta bekerja di bidang *digital marketing*. Pengalaman tersebut memperkaya pemahamannya dalam mengintegrasikan kajian teoretis komunikasi dengan penerapannya dalam konteks profesional, khususnya dalam produksi konten media dan strategi komunikasi digital. Ia juga telah meraih sejumlah penghargaan di bidang kreatif hingga tingkat nasional dan merupakan *awardee* Beasiswa Unggulan selama jenjang pendidikan sarjana. Saat ini, Marsha tengah memfokuskan diri pada pengembangan riset dan penulisan ilmiah yang berkaitan dengan *new media* dan dinamika media sosial, sebagai bagian dari kontribusinya terhadap pengembangan Ilmu Komunikasi di era transformasi digital. Penulis dapat dihubungi melalui email : marshazafirah1@gmail.com

Siti Rahmah Putri, S.I.Kom.

adalah lulusan Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sumatera Utara (UISU), yang menyelesaikan studi Strata-1 pada tahun 2023. Saat ini, ia merupakan bagian dari tim Hubungan Masyarakat Universitas Islam Sumatera Utara. Sejak tahun 2024, Siti melanjutkan pendidikannya pada jenjang Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Sumatera Utara (USU). Ia memiliki minat khusus di bidang videografi dan fotografi, yang menjadi bagian penting dalam proses komunikasinya. Dengan semangat belajar yang tinggi dan ketertarikan pada media kreatif, Siti terus mengembangkan kemampuannya dalam menyampaikan pesan secara visual dan berdampak. Memiliki cita-cita untuk menjadi pribadi yang bermanfaat bagi lingkungan sekitarnya, Siti Rahmah Putri menjadikan dunia komunikasi sebagai sarana untuk berbagi pengetahuan, inspirasi, dan kontribusi positif bagi masyarakat.

Komunikasi dalam Perubahan Sosial Budaya



Buku ini menyajikan analisis mendalam tentang bagaimana komunikasi berfungsi sebagai instrumen utama dalam mendorong transformasi di berbagai aspek kehidupan masyarakat Indonesia. Dengan kerangka kerja yang menggabungkan berbagai disiplin ilmu dan perspektif, buku ini mengeksplorasi tiga pilar penting perubahan sosial : komunikasi kesehatan, literasi digital, dan komunikasi politik. Penulis dalam tulisan-tulisan ini adalah Guru Besar Ilmu Komunikasi USU dan mahasiswa magister ilmu komunikasi USU yang mengintegrasikan perspektif akademik dan pengalaman praktis, karya ini menguraikan berbagai model dan strategi komunikasi yang efektif untuk membentuk sikap, opini, perilaku, hingga struktur sosial yang dinamis. Tidak hanya berfungsi sebagai referensi akademik yang komprehensif, buku ini juga menjadi panduan praktis yang relevan bagi para komunikator, aktivis, dan pembuat kebijakan. Mengintegrasikan teori komunikasi modern dengan konteks sosial budaya Indonesia, buku ini mengajak pembaca memahami komunikasi sebagai alat strategis vital dalam pembangunan masyarakat yang inklusif, adaptif, dan berkelanjutan. Sebagai bagian penting dari kajian sosial budaya kontemporer, buku ini menawarkan wawasan dan inspirasi bagi siapa saja yang ingin menggali peran komunikasi dalam menggerakkan perubahan sosial yang berakar pada nilai budaya lokal sekaligus merespons dinamika tantangan global. Buku ini mengajak pembaca tidak hanya memahami teori, tetapi juga terlibat aktif dalam praktik komunikasi yang mendorong transformasi sosial yang berdampak nyata di masyarakat.



literasinusantaraofficial@gmail.com
www.penerbitlitnus.co.id
@litnuspenerbit
@literasinusantara_
085755971589

Pendidikan

+17

ISBN 978-634-234-405-7

9 786342 344057