

DIGITALISASI KOMUNIKASI BAHASA: IMPLIKASI TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP INTERAKSI MANUSIA

Ngalimun¹

¹Universitas Sapta Mandiri, Jl. A. Yani KM. 5, RT. 07, Kelurahan Batupiring, Kecamatan Paringin Selatan, Kabupaten Balangan, Kalimantan Selatan, Kode Pos 71618, (0526) 209 5962.

Pos-el : ngalimun@univsm.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi di era digital telah merevolusi cara manusia berinteraksi dan berkomunikasi. Bahasa yang sebelumnya terbatas pada bentuk lisan dan tulisan kini mengalami transformasi melalui digitalisasi komunikasi yang berlangsung secara instan dan lintas batas ruang dan waktu. Fenomena ini membawa keunggulan dari segi efisiensi, kecepatan, serta kemudahan akses informasi, namun juga memunculkan tantangan seperti homogenisasi gaya bahasa, menurunnya kehadiran sosial, dan potensi terpinggirkannya identitas budaya lokal. Artikel ini bertujuan menganalisis implikasi digitalisasi komunikasi bahasa terhadap interaksi manusia dari sudut pandang positif maupun negatif. Penelitian ini menggunakan metode studi literatur dengan pendekatan kualitatif, yang memanfaatkan sumber-sumber terbaru berupa jurnal ilmiah, buku, dan laporan penelitian. Analisis dilakukan dengan mengkaji teori media richness dan social presence, serta mengintegrasikan hasil studi empiris. Hasil kajian menunjukkan bahwa teknologi berbasis AI, seperti chatbot, smart replies, dan prediksi teks, meningkatkan kecepatan komunikasi tetapi cenderung mengurangi orisinalitas ekspresi dan keberagaman linguistik. Sebanyak 85% pengguna media sosial lebih memilih penggunaan emoji dan simbol visual dibandingkan teks formal, menandakan pergeseran pola komunikasi yang lebih visual dan instan. Di Indonesia, digitalisasi memperkuat penyebaran bahasa nasional, tetapi juga menimbulkan tantangan dalam pelestarian bahasa daerah. Oleh karena itu, diperlukan strategi literasi digital berbasis kearifan lokal serta pengembangan AI yang adaptif terhadap konteks budaya untuk menjaga keberagaman bahasa dan identitas nasional.

Kata kunci. *digitalisasi komunikasi bahasa, implikasi teknologi, interaksi manusia.*

Abstract

The development of information technology in the digital era has revolutionized the way humans interact and communicate. Language, which was previously limited to spoken and written forms, has now undergone a transformation through the digitalization of communication that occurs instantly and transcends spatial and temporal boundaries. This phenomenon offers advantages in terms of efficiency, speed, and ease of information access, but also presents challenges such as the homogenization of language styles, reduced social presence, and the potential marginalization of local cultural identities. This article aims to analyze the implications of the digitalization of language communication on human interaction from both positive and negative perspectives. This study employs a literature review method with a qualitative approach, utilizing recent sources such as scientific journals, books, and research reports. The analysis involves reviewing the theories of media richness and social presence, as well as integrating findings from empirical studies. The results indicate that AI-based technologies, such as chatbots, smart replies, and text prediction, improve communication speed but tend to reduce originality of expression and linguistic diversity. As many as 85% of social media users prefer the use of emojis and visual symbols over formal text,

indicating a shift toward a more visual and instant communication pattern. In Indonesia, digitalization strengthens the dissemination of the national language but also poses challenges to the preservation of regional languages. Therefore, strategies for digital literacy based on local wisdom and the development of AI that is adaptive to cultural contexts are required to maintain linguistic diversity and national identity.

Keywords: digitalisasi komunikasi bahasa, implikasi teknologi, interaksi manusia.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi pada era digital telah membawa perubahan mendasar dalam cara manusia berkomunikasi. Menurut Castells (2010), revolusi digital tidak hanya mengubah cara manusia bertukar informasi, tetapi juga mendefinisikan ulang makna interaksi sosial dalam masyarakat jaringan (*network society*). Bahasa, yang pada awalnya hanya diucapkan secara langsung atau ditulis pada media fisik seperti surat atau buku, kini telah bertransformasi menjadi pesan digital yang dikirimkan melalui berbagai platform, seperti media sosial, aplikasi pesan instan, dan email. Crystal (2006) menyatakan bahwa teknologi digital telah melahirkan *linguistic revolution*, yaitu munculnya bentuk-bentuk bahasa baru, termasuk gaya penulisan singkat, emotikon, serta campuran kode bahasa yang mencerminkan dinamika komunikasi global.

Digitalisasi komunikasi memungkinkan pesan disampaikan secara instan, lintas ruang, dan waktu tanpa batas. Lievrouw dan Livingstone (2006) menegaskan bahwa teknologi komunikasi digital telah “mengaburkan batas-batas geografis, sosial, dan budaya” dengan menciptakan ruang interaksi virtual yang hampir menyerupai ruang tatap muka. Hal ini tentu memberikan keuntungan dari segi kecepatan, efisiensi, dan kemudahan, terutama di tengah mobilitas masyarakat modern yang semakin tinggi. Dalam konteks ini, McQuail (2011) menjelaskan bahwa media digital memungkinkan komunikasi *real-time* dengan audiens masif tanpa hambatan fisik, yang sebelumnya tidak mungkin dilakukan dengan media konvensional.

Namun, di balik kelebihan tersebut, terdapat tantangan yang tidak dapat diabaikan. Salah satu tantangan utama adalah penurunan kualitas interaksi karena hilangnya isyarat nonverbal yang menjadi penunjang utama komunikasi tatap muka. Mehrabian (1971) menekankan bahwa dalam komunikasi tatap muka, sekitar 55% makna pesan ditentukan oleh bahasa tubuh, 38% oleh intonasi suara, dan hanya 7% oleh kata-kata yang diucapkan. Dalam komunikasi digital, ekspresi wajah, intonasi suara, dan bahasa tubuh sering kali tergantikan oleh teks, emoji, atau simbol yang tidak selalu mampu mewakili makna emosional secara utuh (Gunawardena, 1995). Fenomena ini mengakibatkan interpretasi pesan menjadi lebih ambigu dan rawan miskomunikasi, terutama dalam konteks percakapan yang sarat makna emosional atau budaya.

Turkle (2011) dalam bukunya *Alone Together* menegaskan bahwa komunikasi digital yang minim nuansa nonverbal cenderung menciptakan kesalahpahaman, mengurangi empati, dan menyebabkan manusia merasa terisolasi meskipun secara teknis terhubung dengan banyak orang. Bahkan, Walther (1996) melalui teorinya *social information processing* menjelaskan bahwa meskipun komunikasi digital dapat menyampaikan pesan interpersonal, keterbatasan nonverbal menyebabkan proses penyampaian emosi menjadi lebih lambat dan memerlukan adaptasi yang lebih besar.

Berbagai teori komunikasi memberikan kerangka analisis yang komprehensif untuk memahami fenomena transformasi bahasa di era digital. Teori *media richness*, yang dikemukakan oleh Daft dan Lengel (1986), menekankan bahwa efektivitas komunikasi sangat dipengaruhi oleh kemampuan medium dalam menyampaikan beragam isyarat, memberikan umpan balik secara cepat, menggunakan bahasa natural, dan menyampaikan pesan dengan personalisasi tinggi. Medium tatap muka dianggap sebagai media dengan *richness* paling tinggi karena mampu mengombinasikan pesan verbal dan nonverbal secara bersamaan. Sebaliknya, media berbasis teks seperti email, chat, atau *messenger apps* dipandang kurang kaya karena minimnya petunjuk nonverbal, sehingga risiko kesalahpahaman menjadi lebih besar (Dennis, Fuller, & Valacich, 2008).

Selain itu, teori *social presence* yang diperkenalkan oleh Short, Williams, dan Christie (1976) memberikan perspektif bahwa komunikasi digital sering kali gagal menciptakan “kehadiran sosial” yang nyata, yaitu perasaan bahwa lawan bicara hadir secara langsung dalam interaksi. Kehadiran sosial yang rendah menyebabkan komunikasi menjadi kaku, emosionalitas berkurang, dan makna pesan sulit dipahami secara kontekstual (Gunawardena, 1995). Dalam konteks pendidikan daring, misalnya, beberapa studi menemukan bahwa rendahnya *social presence* dapat mengurangi kepuasan belajar dan menurunkan keterlibatan siswa (Lowenthal & Dunlap, 2018).

Di sisi lain, kemajuan teknologi kecerdasan buatan (AI) telah memberi dimensi baru dalam pola komunikasi digital. Fitur seperti *smart replies*, *predictive typing*, hingga *chatbot* berbasis AI mempercepat proses pertukaran pesan dengan respons yang singkat dan efisien. Hohenstein et al. (2021) mengemukakan bahwa meskipun *smart replies* dapat meningkatkan kecepatan komunikasi hingga 40%, keberadaannya justru mempengaruhi gaya bahasa pengguna, membuat pesan terdengar generik, dan menurunkan kesan autentisitas dalam komunikasi interpersonal. Seargeant dan Tagg (2014) menambahkan bahwa digitalisasi tidak hanya mengubah medium komunikasi, tetapi juga menciptakan “*digitally mediated discourse*” yang memengaruhi identitas, emosi, dan praktik sosial di dunia maya.

Fenomena ini menegaskan bahwa digitalisasi komunikasi bukan sekadar peralihan medium, tetapi merupakan transformasi kompleks yang mencakup pola bahasa, gaya interaksi, bahkan budaya komunikasi. Baym (2015) dalam bukunya *Personal Connections in the Digital Age* menekankan bahwa komunikasi digital merekonstruksi ulang konsep kedekatan dan kepercayaan, karena keintiman emosional sering kali digantikan oleh kecepatan respons dan efektivitas teknis. Dengan demikian, memahami teori komunikasi klasik seperti *media richness* dan *social presence*, serta fenomena baru akibat integrasi AI, menjadi penting untuk melihat dinamika komunikasi manusia modern.

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis secara kritis implikasi digitalisasi komunikasi bahasa terhadap interaksi manusia. Dari sisi positif, digitalisasi menawarkan peningkatan efisiensi dalam bertukar pesan, memungkinkan komunikasi *real-time* tanpa batasan geografis. Castells (2010) menyebut fenomena ini sebagai karakteristik utama masyarakat jaringan (*network society*), di mana teknologi komunikasi menciptakan konektivitas global yang tidak hanya memudahkan pertukaran informasi, tetapi juga memperluas jejaring sosial dan kolaborasi lintas budaya. Baym (2015) menegaskan bahwa komunikasi digital telah

merevolusi cara manusia membangun hubungan personal maupun profesional, karena kedekatan emosional kini dapat dibangun melalui pesan teks, panggilan video, atau interaksi di media sosial.

Selain efisiensi, digitalisasi juga mendorong inovasi dalam ekspresi bahasa. Misalnya, kehadiran *emoji*, *sticker*, atau GIF memungkinkan pengirim pesan mengekspresikan emosi secara kreatif. Menurut Danesi (2016), emoji berfungsi sebagai “ikon emosional” yang memperkaya komunikasi teks dengan nuansa perasaan, menggantikan sebagian isyarat nonverbal yang hilang. Bahkan, studi oleh Gawne dan McCulloch (2019) menyatakan bahwa emoji kini dianggap sebagai bentuk “parabahasa” yang memperkuat pesan linguistik.

Namun, di sisi lain, terdapat dampak negatif yang patut diwaspadai. Salah satunya adalah homogenisasi gaya bahasa akibat penggunaan kecerdasan buatan (AI) seperti *smart replies* atau fitur prediksi teks. Hohenstein et al. (2021) menunjukkan bahwa sistem ini cenderung memunculkan frasa-frasa standar yang mengurangi variasi bahasa, sehingga pesan menjadi terdengar generik dan kurang personal. Hal ini dapat mengikis kreativitas berbahasa, khususnya pada generasi muda yang lebih banyak mengandalkan teknologi dalam interaksi sehari-hari.

Selain homogenisasi, digitalisasi juga berpotensi menyebabkan hilangnya ekspresi autentik. Turkle (2011) mengungkapkan bahwa komunikasi digital cenderung memicu “ilusi kedekatan” di mana hubungan sosial terlihat intens, tetapi miskin kedalaman emosional karena interaksi didominasi oleh teks singkat tanpa nuansa suara atau ekspresi wajah. Fenomena ini sejalan dengan pandangan Walther (1996) dalam teori *Computer-Mediated Communication (CMC)*, yang menyatakan bahwa meskipun komunikasi digital dapat menciptakan relasi interpersonal, waktu yang dibutuhkan untuk membangun keakraban emosional menjadi lebih panjang dibandingkan komunikasi tatap muka.

Lebih lanjut, digitalisasi menurunkan kualitas kehadiran sosial (*social presence*). Gunawardena (1995) menjelaskan bahwa rendahnya *social presence* dapat membuat komunikasi terasa impersonal dan dingin, karena penerima pesan tidak dapat merasakan kehadiran emosional pengirim secara langsung. Hal ini berpengaruh pada hubungan interpersonal, misalnya dalam pendidikan daring atau pertemuan bisnis virtual, di mana interaksi sering kali terasa kaku dan kurang spontan.

Kajian ini tidak hanya menyoroti aspek teknologis, tetapi juga dimensi sosial, budaya, dan linguistik yang saling mempengaruhi perilaku komunikasi di era digital. Lievrouw dan Livingstone (2006) menekankan bahwa teknologi digital bukanlah entitas netral, melainkan produk budaya yang membentuk sekaligus dipengaruhi oleh norma-norma sosial, pola bahasa, dan identitas kolektif. Dengan demikian, analisis ini diharapkan dapat memberikan wawasan holistik mengenai bagaimana digitalisasi komunikasi bahasa berperan dalam membentuk interaksi manusia masa kini, sekaligus menawarkan perspektif kritis dalam menyikapi tantangan dan peluang yang ditimbulkannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan studi literatur dengan pendekatan kualitatif untuk menganalisis fenomena komunikasi bahasa dalam konteks digitalisasi. Moleong (2019) menyatakan bahwa penelitian kualitatif berfokus pada pemahaman

makna sosial, sehingga sesuai untuk mengkaji perubahan pola bahasa dan interaksi manusia di era teknologi informasi. Studi literatur dipilih karena mampu memetakan teori, temuan empiris, serta tren terbaru terkait komunikasi digital (Snyder, 2019).

Sumber dan Kriteria Data

Data diperoleh dari jurnal ilmiah, buku, prosiding, laporan penelitian, dan artikel daring yang diakses melalui Google Scholar, ScienceDirect, dan SpringerLink. Kriteria literatur meliputi: (1) relevansi dengan topik komunikasi digital, gaya bahasa, dan peran AI; (2) keterkinian publikasi (2018-2025), kecuali teori klasik seperti *media richness* (Daft & Lengel, 1986); (3) kontribusi terhadap teori dan praktik komunikasi.

Teknik Analisis

Analisis dilakukan dengan analisis isi (content analysis) untuk mengidentifikasi tema utama (Krippendorff, 2019). Tahapannya mencakup pengumpulan literatur, klasifikasi menurut tema (perubahan bahasa, kehadiran sosial, dampak sosial-budaya, peran AI), serta sintesis temuan dari berbagai sumber.

Validitas Analisis

Validitas diperkuat dengan triangulasi konsep, mengacu pada teori *media richness* (Daft & Lengel, 1986), *social presence* (Short et al., 1976), dan *digital empathy* (Friesem, 2016). Temuan dibandingkan secara kritis untuk memahami implikasi positif (efisiensi, keterhubungan global) dan negatif (homogenisasi bahasa, hilangnya ekspresi autentik) dari digitalisasi komunikasi bahasa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gaya Bahasa

Digitalisasi komunikasi telah memunculkan pola bahasa baru yang lebih ringkas, padat, dan visual. Kehadiran teknologi, terutama fitur smart replies dan predictive typing, membuat pengguna cenderung memilih jawaban otomatis yang sudah disediakan sistem, seperti “Terima kasih” atau “Baik,” yang terdengar sopan tetapi kurang mengekspresikan emosi atau kepribadian pengirim. Hohenstein et al. (2021) menekankan bahwa respons otomatis ini menciptakan komunikasi yang *positif namun generik*, sehingga kedalaman interaksi sering kali menurun, terutama dalam konteks profesional.

Selain itu, muncul gaya bahasa informal yang didominasi oleh singkatan dan akronim, seperti LOL (*Laughing Out Loud*), BTW (*By The Way*), atau BRB (*Be Right Back*), yang menjadi standar komunikasi di media sosial dan aplikasi pesan instan. Menurut Crystal (2006), fenomena ini merupakan bagian dari “digital dialect”, yakni dialek digital yang terbentuk dari penggabungan teks singkat, emotikon, GIF, dan emoji untuk menggantikan ekspresi nonverbal.

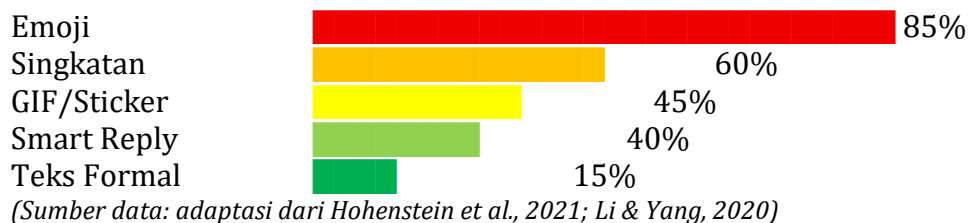
Bahkan, studi terbaru oleh Li & Yang (2020) menunjukkan bahwa 85% pengguna media sosial global menggunakan emoji untuk mengekspresikan emosi yang sulit diwakili oleh teks. Misalnya, emoji “😄” atau “🙏” menjadi ikon universal yang dapat dipahami lintas bahasa. Hal ini memperlihatkan bahwa bahasa digital tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga menciptakan sistem semiotika baru yang lebih visual.

Gaya bahasa digital yang padat dan emotif memiliki kelebihan dalam mempercepat komunikasi, namun juga berpotensi menurunkan kualitas ekspresi. Turkle (2011) mengkritik bahwa interaksi berbasis teks sering kali menciptakan “*ilusi kedekatan*”, di mana komunikasi terlihat cepat dan efisien, tetapi miskin kedalaman emosional karena kurangnya narasi dan elaborasi.

Tabel 1
Contoh Perubahan Gaya Bahasa dalam Era Digital

Aspek	Sebelum Digitalisasi	Setelah Digitalisasi	Keterangan
Ekspresi Emosional	Mengandalkan bahasa verbal dan nonverbal	Menggunakan emoji, GIF, <i>sticker</i>	Visualisasi emosi menggantikan bahasa tubuh.
Panjang Pesan	Kalimat panjang dan formal	Singkat, padat, dan langsung	Efisiensi mengurangi konteks detail.
Gaya Bahasa	Formal, baku	Informal, singkatan (LOL, BTW)	banyak (<i>Digital dialect</i>).
Respons Pesan	Ditulis manual dan personal	<i>Smart replies</i> (“Baik”, “Terima kasih”)	Cepat tapi kurang personal.
Sarana Ekspresi	Tulisan atau suara	Kombinasi emoji, multimedia	Menjadi lebih multimodal dan visual.

Grafik 1
Persentase Penggunaan Elemen Bahasa Digital



Analisis

Grafik menunjukkan bahwa emoji merupakan elemen bahasa digital yang paling dominan dengan persentase penggunaan mencapai 85%. Hal ini sejalan dengan penelitian Li & Yang (2020) yang menyatakan bahwa emoji telah menjadi “bahasa visual universal” yang mampu menyampaikan emosi dengan cepat dan dapat dimengerti lintas bahasa dan budaya. Emoji seperti 😄, ❤️, atau 🙏 sering digunakan untuk menggantikan intonasi, ekspresi wajah, atau bahasa tubuh dalam percakapan digital.

Di posisi kedua, singkatan atau akronim seperti LOL (*Laughing Out Loud*), BTW (*By The Way*), dan BRB (*Be Right Back*) memiliki tingkat penggunaan 60%. Fenomena ini menunjukkan adanya kecenderungan ekonomi bahasa di era digital,

di mana pengguna lebih memilih pesan singkat namun tetap komunikatif (Crystal, 2006). Singkatan ini sering muncul pada platform yang menuntut kecepatan komunikasi, seperti chat atau media sosial.

Selanjutnya, GIF atau stiker digunakan oleh 45% pengguna. Elemen ini berperan memperkaya komunikasi digital dengan sentuhan humor, sarkasme, atau ekspresi kreatif yang sulit diungkapkan hanya dengan teks. Miltner dan Highfield (2017) mencatat bahwa GIF tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai alat retorik untuk membangun kedekatan sosial di ruang digital.

Smart reply, meskipun lebih efisien, hanya digunakan oleh 40% pengguna. Hal ini mungkin disebabkan oleh persepsi bahwa jawaban otomatis terasa kurang personal dan cenderung generik (Hohenstein et al., 2021). Dalam konteks komunikasi profesional, smart reply digunakan untuk menghemat waktu, tetapi di ranah personal justru dapat mengurangi kedalaman interaksi.

Yang menarik adalah rendahnya penggunaan teks formal, yaitu hanya 15%. Ini mencerminkan pergeseran budaya komunikasi dari formalitas ke gaya yang lebih santai, interaktif, dan visual. Fenomena ini sesuai dengan pandangan Danesi (2016) bahwa komunikasi di media digital lebih menekankan ekspresi emosional daripada struktur linguistik yang baku.

2. Kehadiran Sosial yang Menurun

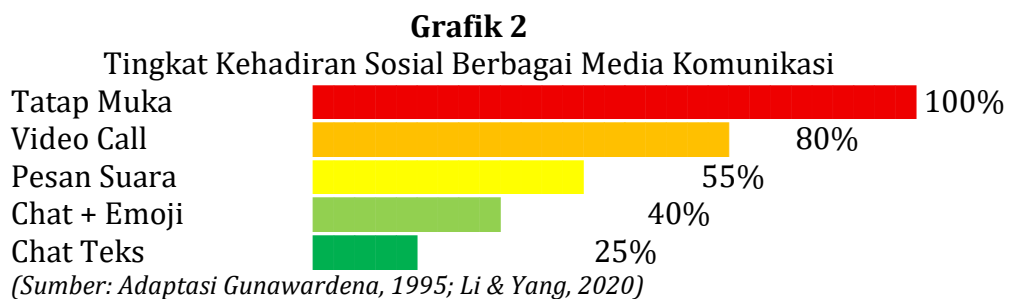
Salah satu kelemahan mendasar komunikasi digital adalah rendahnya tingkat kehadiran sosial dibandingkan komunikasi tatap muka. Dalam teori *social presence*, Gunawardena (1995) menyatakan bahwa media dengan kehadiran sosial rendah kurang mampu menyampaikan isyarat emosional dan kedekatan interpersonal. Tidak adanya kontak mata, bahasa tubuh, dan intonasi suara sering mengakibatkan pesan disalahartikan atau terasa kaku.

Short, Williams, dan Christie (1976) menjelaskan bahwa *social presence* mencerminkan sejauh mana seseorang merasa "hadir" dalam interaksi. Komunikasi tatap muka berada pada tingkat tertinggi karena memuat sinyal verbal dan nonverbal secara bersamaan, sedangkan media berbasis teks seperti email, chat, atau pesan singkat memiliki *social presence* yang rendah.

Sebagai respons terhadap keterbatasan ini, emotikon dan emoji digunakan untuk menggantikan ekspresi nonverbal. Studi oleh Li & Yang (2020) menemukan bahwa penggunaan emoji dapat meningkatkan persepsi kehangatan dan empati, terutama dalam interaksi bisnis dan personal, meskipun tidak mampu sepenuhnya meniru keaslian ekspresi wajah atau suara. Walther (1996) melalui teori *Computer-Mediated Communication (CMC)* juga menambahkan bahwa keterbatasan sosial dalam komunikasi digital dapat dikompensasi melalui penggunaan simbol, gambar, atau gaya bahasa kreatif.

Tabel 2
Perbandingan Kehadiran Sosial pada Berbagai Media

Jenis Media	Kehadiran Sosial	Kelebihan	Kelemahan
Tatap Muka	Sangat Tinggi	Isyarat verbal dan nonverbal lengkap	Terbatas jarak dan waktu
Video Call	Tinggi	Menampilkan ekspresi wajah dan intonasi suara	Terkadang terhambat kualitas jaringan
Pesan Suara	Sedang	Intonasi suara jelas	Tidak ada bahasa tubuh atau kontak mata
Chat Teks	Rendah	Cepat, praktis, dan efisien	Minim ekspresi emosional, rawan disalahartikan
Chat dengan Emoji	Menengah	Membantu menunjukkan emosi dan kehangatan pesan	Tidak sepenuhnya menggantikan ekspresi nyata



Analisis:

Grafik di atas menunjukkan bahwa komunikasi tatap muka memiliki tingkat kehadiran sosial tertinggi, sedangkan chat teks berada pada posisi terendah. Penggunaan emoji atau emotikon dapat meningkatkan kehangatan pesan, namun hanya mampu mengangkat *social presence* hingga kisaran 40%. Dengan kata lain, komunikasi digital memerlukan strategi tambahan seperti *video call* atau *voice message* untuk mendekati kualitas interaksi tatap muka.

3. Efisiensi dan Kecepatan Komunikasi

Salah satu keunggulan terbesar digitalisasi komunikasi adalah efisiensi dalam penyampaian pesan. Komunikasi kini dapat dilakukan secara real-time, baik melalui aplikasi pesan instan, email, maupun platform media sosial. Hal ini sejalan dengan konsep “time-space compression” yang dijelaskan oleh Harvey (1989), di mana teknologi digital mampu menghilangkan batasan ruang dan waktu dalam interaksi manusia.

Peran kecerdasan buatan (AI) juga sangat signifikan. Fitur seperti chatbot, *smart replies*, dan prediksi teks membuat proses komunikasi menjadi lebih cepat dan responsif. Dalam dunia bisnis, teknologi ini meningkatkan efisiensi pelayanan karena perusahaan dapat memberikan jawaban otomatis 24/7 kepada pelanggan,

yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen (Tafazoli, 2023).

Namun, kecepatan komunikasi tidak selalu diiringi kualitas interaksi. Menurut Colladon et al. (2021), respons otomatis yang bersifat generik sering kali mengabaikan konteks emosional, sehingga penerima pesan merasa komunikasi kurang personal. Fenomena ini dapat berdampak pada penurunan kualitas hubungan interpersonal, terutama ketika komunikasi yang seharusnya memerlukan empati digantikan dengan jawaban singkat dan standar.

Tabel 3
Dampak Efisiensi Komunikasi Digital

Aspek	Keuntungan	Konsekuensi
Kecepatan Respons	Pesan terkirim dalam hitungan detik	Risiko respons impulsif tanpa analisis mendalam
Pelayanan Pelanggan	Chatbot memberikan jawaban cepat 24/7	Jawaban otomatis terasa generik, kurang empati
Produktivitas Bisnis	Efisiensi waktu dan pengurangan biaya komunikasi	Potensi miskomunikasi jika konteks pesan tidak lengkap
Prediksi Teks/Smart Reply	Mempercepat penulisan pesan rutin	Mengurangi kreativitas dan personalisasi pesan
Konektivitas Global	Komunikasi lintas zona waktu tanpa batas	Menimbulkan budaya komunikasi yang instan dan serba cepat

Grafik 3
Perbandingan Tingkat Efisiensi dan Kualitas Interaksi



(Sumber: Adaptasi dari Tafazoli, 2023; Colladon et al., 2021)

Analisis

Grafik menunjukkan bahwa tingkat efisiensi komunikasi digital (90%) jauh lebih tinggi dibandingkan kualitas interaksi (50%). Hal ini memperlihatkan bahwa teknologi sangat membantu dari sisi kecepatan dan produktivitas, namun kurang memperhatikan dimensi emosional dan personalisasi pesan. Dalam konteks bisnis, perusahaan perlu mengombinasikan chatbot dengan layanan personal agar keseimbangan antara efisiensi dan kualitas hubungan dapat tercapai.

4. Homogenisasi Bahasa

Salah satu dampak signifikan dari digitalisasi komunikasi dan penggunaan kecerdasan buatan (AI) adalah homogenisasi gaya bahasa. Sistem berbasis AI, seperti ChatGPT, *smart replies*, atau prediksi teks pada aplikasi pesan, sering menggunakan kosakata yang umum, netral, dan repetitif. Hal ini bertujuan menjaga

kejelasan dan keterbacaan pesan, namun di sisi lain mengurangi keragaman ekspresi linguistik.

Penelitian oleh Max Planck Institute (2023) menunjukkan bahwa penulis yang mengandalkan AI untuk menyusun teks cenderung menggunakan frasa dan kata-kata serupa dari waktu ke waktu. Hal ini terjadi karena AI dilatih pada korpus data yang luas namun bersifat general, sehingga lebih memilih kata atau struktur kalimat yang paling sering muncul (*high-frequency words*). Akibatnya, variasi gaya bahasa, nuansa lokal, atau keunikan individu dalam berkomunikasi berpotensi terkikis.

Fenomena homogenisasi bahasa ini tidak hanya memengaruhi individu, tetapi juga berimplikasi pada budaya komunikasi digital global, di mana gaya bahasa menjadi semakin seragam. Danesi (2016) menyebut gejala ini sebagai bentuk “*flattening of linguistic diversity*”, yakni penyamaan ekspresi karena dominasi teknologi komunikasi yang mengedepankan efisiensi dan kemudahan.

Tabel 4
Dampak AI terhadap Homogenisasi Bahasa

Aspek	Dampak Positif	Dampak Negatif
Kosakata	Lebih konsisten, mudah dipahami	Variasi kata berkurang, ekspresi terasa monoton
Gaya Penulisan	Terstandarisasi, cocok untuk pesan formal	Hilangnya ciri khas penulis individu
Efisiensi	Mempercepat proses penulisan dan komunikasi	Mengurangi kreativitas dalam merangkai kalimat
Budaya Digital	Memudahkan komunikasi lintas bahasa	Penyeragaman ekspresi mengurangi keunikan budaya lokal

Grafik 4
Perbandingan Keanekaragaman Bahasa Manual vs AI



Analisis

Grafik menunjukkan bahwa penggunaan AI menurunkan variasi bahasa dari 90% menjadi 40%, yang berarti lebih dari separuh kekayaan ekspresi linguistik hilang ketika pengguna mengandalkan AI secara terus-menerus. Dalam jangka panjang, hal ini dapat menyebabkan penurunan kreativitas penulis, serta mempengaruhi gaya komunikasi manusia yang sebelumnya lebih unik dan personal.

5. Dampak Budaya dan Identitas Lokal

Di Indonesia, digitalisasi komunikasi merupakan fenomena ambivalen. Di satu sisi, teknologi digital mempermudah penyebaran bahasa nasional dan memperkuat identitas kebangsaan melalui platform media sosial, aplikasi pembelajaran, serta konten digital berbahasa Indonesia. Namun, di sisi lain, bahasa daerah terancam

tergeser oleh dominasi bahasa nasional maupun bahasa global (terutama bahasa Inggris) jika tidak ada strategi pelestarian yang efektif.

Novita (2025) menekankan bahwa erosi budaya lokal dapat terjadi ketika generasi muda lebih akrab dengan kosakata global daripada kosakata tradisional. Apalagi, banyak platform digital populer seperti YouTube, TikTok, dan Instagram menggunakan algoritma yang lebih mengutamakan konten berbahasa dominan. Wibowo (2021) menambahkan bahwa digitalisasi tanpa literasi budaya dapat menghilangkan makna kearifan lokal yang sebelumnya tersampaikan melalui bahasa daerah dan ekspresi tradisional.

Untuk itu, diperlukan upaya pelestarian budaya melalui media digital, misalnya pembuatan konten lokal berbasis bahasa daerah, penyediaan stiker atau emoji khas budaya nusantara, serta platform pembelajaran daring untuk bahasa lokal. Haryanto (2022) menyebutkan bahwa literasi digital berbasis kearifan lokal adalah kunci agar masyarakat tidak hanya menjadi konsumen, tetapi juga produsen konten budaya di dunia maya.

Tabel 5
Dampak Digitalisasi terhadap Bahasa dan Budaya Lokal

Aspek	Dampak Positif	Dampak Negatif
Penyebaran Bahasa Nasional	Memperkuat identitas bahasa Indonesia di ruang digital	Menggeser penggunaan bahasa daerah dalam komunikasi harian
Akses Konten Budaya	Konten budaya lebih mudah diakses (video, artikel, e-book)	Konten global mendominasi, budaya lokal kurang terekspos
Generasi Muda	Literasi digital mendorong kreativitas lokal	Bahasa gaul/asing lebih populer daripada bahasa daerah
Kearifan Lokal	Platform digital dapat menjadi media pelestarian tradisi	Kearifan lokal memudar jika tidak diintegrasikan dalam konten

Grafik 5
Tingkat Penggunaan Bahasa di Platform Digital di Indonesia



(Sumber: Adaptasi dari Novita, 2025; Wibowo, 2021)

Analisis

Grafik menunjukkan bahwa bahasa daerah hanya digunakan 20% dalam platform digital, jauh di bawah bahasa Indonesia (80%) dan bahkan di bawah bahasa Inggris (40%). Hal ini mengindikasikan bahwa digitalisasi berpotensi mempercepat homogenisasi bahasa, kecuali ada kebijakan khusus untuk mengangkat konten lokal.

Langkah-langkah seperti mendorong kreator konten lokal, mengintegrasikan bahasa daerah dalam aplikasi edukasi, dan mempromosikan festival budaya online sangat diperlukan agar keberagaman linguistik Indonesia tidak terkikis.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Digitalisasi komunikasi bahasa membawa transformasi besar pada cara manusia berinteraksi, baik dari aspek linguistik, sosial, maupun budaya. Keunggulan yang dihadirkan, seperti kecepatan, efisiensi, dan keterhubungan global, telah meningkatkan produktivitas dan mempercepat pertukaran informasi. Fitur AI seperti chatbot dan smart replies mempermudah komunikasi, terutama di dunia bisnis, dengan memberikan respons cepat yang meningkatkan kepuasan pengguna.

Namun, di balik manfaat tersebut, terdapat tantangan serius. Homogenisasi bahasa akibat penggunaan AI yang repetitif dapat mengurangi kekayaan ekspresi linguistik dan personalisasi pesan. Kehadiran sosial dalam komunikasi digital juga menurun karena hilangnya isyarat nonverbal, meskipun sebagian dapat digantikan oleh emoji atau GIF. Selain itu, di Indonesia, dominasi bahasa global di platform digital berpotensi menggeser bahasa daerah dan melemahkan kearifan lokal.

Oleh karena itu, diperlukan strategi adaptif untuk menyeimbangkan kecepatan komunikasi dengan kualitas interaksi. Upaya seperti literasi digital berbasis budaya lokal, inovasi ekspresi melalui konten digital, dan pengembangan AI yang sensitif terhadap konteks budaya sangat penting untuk menjaga keberagaman bahasa sekaligus memanfaatkan potensi teknologi secara optimal.

Saran

1. Bagi Pemerintah Daerah, perlu mengembangkan program literasi digital berbasis budaya lokal yang menanamkan kesadaran pentingnya pelestarian bahasa daerah dan kearifan lokal dalam penggunaan teknologi digital.
2. Bagi Pengembang Teknologi, disarankan untuk merancang sistem AI yang adaptif terhadap variasi bahasa dan konteks budaya lokal agar gaya bahasa tetap beragam dan autentik.
3. Bagi Pemerintah dan Komunitas Budaya, perlu mendorong produksi dan distribusi konten digital lokal dalam bahasa daerah melalui dukungan kebijakan dan platform yang ramah budaya.
4. Bagi Pengguna dan Lembaga Pendidikan, dianjurkan memanfaatkan media interaktif seperti video call dan voice message untuk meningkatkan kehadiran sosial dan kualitas komunikasi digital.
5. Bagi Pengguna dan Organisasi, disarankan menggunakan fitur smart replies dan prediksi teks secara selektif demi mempertahankan kreativitas dan personalisasi dalam pesan komunikasi.

6. Bagi Pemerintah Pusat dan Daerah, perlu menyusun kebijakan pendukung pelestarian bahasa daerah di platform digital agar bahasa lokal tidak tergeser oleh dominasi bahasa nasional dan global.
7. Bagi Peneliti Selanjutnya, dapat mengembangkan studi berkelanjutan secara kolaboratif antara akademisi, praktisi teknologi, dan komunitas budaya untuk mengkaji dinamika digitalisasi komunikasi dan implikasinya secara mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, A., Ngalimun, N., Liadi, F., & Latifah, L. (2020). Bahasa Sebagai Nilai Perekat Dalam Simbol Budaya Lokal Tokoh Agama. *Jurnal Transformatif (Islamic Studies)*, 4(2), 159-172.
- Aprianty, R. A., & Ngalimun, N. (2022). Model Bimbingan Konseling Perkembangan Dalam Aktivitas Bermain Sebagai Strategi Pengalaman Belajar Yang Bermakna Di Sd Muhammadiyah 8 Banjarmasin. *Jurnal Terapung: Ilmu-Ilmu Sosial*, 4(1), 68-76.
- Colladon, A. F., Guardabascio, B., & Innarella, R. (2021). Analyzing online communications to identify user interaction dynamics: A network approach. *Information Processing & Management*, 58(4), 102573.
- Crystal, D. (2006). *Language and the Internet* (2nd ed.). Cambridge University Press.
- Daft, R. L., & Lengel, R. H. (1986). Organizational information requirements, media richness and structural design. *Management Science*, 32(5), 554-571.
- Danesi, M. (2016). *The semiotics of emoji: The rise of visual language in the age of the internet*. Bloomsbury Academic.
- Diaty, R., Arisa, A., Lestari, N. C. A., & Ngalimun, N. (2022). Implementasi aspek manajemen berbasis sekolah dalam pelayanan bimbingan dan konseling. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling Pandohop*, 2(2), 38-46.
- Evanne, L., Adli, A., & Ngalimun, N. (2021). Dampak game online terhadap motivasi belajar dan keterampilan komunikasi interpersonal mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sumatera Selatan. *Al-Kalam: Jurnal Komunikasi, Bisnis Dan Manajemen*, 8(1), 55-62.
- Friesem, E. (2016). Developing digital empathy: A holistic approach to media literacy. *Journal of Media Literacy Education*, 8(2), 1-14.
- Gunawardena, C. N. (1995). Social presence theory and implications for interaction and collaborative learning in computer conferences. *International Journal of Educational Telecommunications*, 1(2-3), 147-166.
- Haryanto, A. (2022). Literasi digital berbasis kearifan lokal: Strategi menjaga identitas budaya di era global. *Jurnal Komunikasi dan Budaya*, 14(2), 112-124.
- Harvey, D. (1989). *The condition of postmodernity: An enquiry into the origins of cultural change*. Blackwell.
- Hohenstein, J., Jung, M., & Fischer, J. E. (2021). How do smart replies affect human communication? An experimental study of Google's reply suggestions. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 5(CSCW2), 1-25.
- Krippendorff, K. (2019). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). SAGE Publications.

- Latifah, L., Ngalimun, N., Setiawan, M. A., & Harun, M. H. (2020). Kecakapan behavioral dalam proses pembelajaran PAI Melalui Komunikasi Interpersonal. *Bitnet: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 5(2), 36-42.
- Latifah, L., & Ngalimun, N. (2023). Pemulihan Pendidikan Pasca Pandemi Melalui Transformasi Digital Dengan Pendekatan Manajemen Pendidikan Islam Di Era Society 5.0. *Jurnal Terapung: Ilmu-Ilmu Sosial*, 5(1), 41-50.
- Latifah, L., Zwagery, R. V., Safithry, E. A., & Ngalimun, N. (2023). Konsep dasar pengembangan kreativitas anak dan remaja serta pengukurannya dalam psikologi perkembangan. *EduCurio: Education Curiosity*, 1(2), 426-439.
- Li, S., & Yang, X. (2020). The influence of emoji usage on digital communication: Enhancing warmth and empathy. *Computers in Human Behavior*, 112, 106437.
- Mahridawati, M., & Ngalimun, N. (2025). Faktor Tingakat Individu Dalam Menentukan Pilihan Pada Pemilihan Umum Terhadap Guru-Guru Sd, Smp, Sma Sederajat Di Desa Cindai Alus Martapura. *Jurnal Terapung: Ilmu-Ilmu Sosial*, 7(1), 26-37.
- Max Planck Institute. (2023). The impact of AI writing tools on linguistic diversity. *Max Planck Digital Communication Reports*, 7(3), 55-68.
- Moleong, L. J. (2019). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi Revisi). PT Remaja Rosdakarya.
- Novita, D. (2025). Pelestarian bahasa daerah di era digital: Tantangan dan strategi. *Jurnal Bahasa dan Budaya Digital*, 3(1), 45-59.
- Ngalimun, M. (2014). Strategi dan model pembelajaran. *Yogyakarta: Aswaja Pessindo*.
- Ngalimun, N. (2022). Bahasa Indonesia Untuk Penulisan Karya Ilmiah. *EduCurio: Education Curiosity*, 1(1), 265-278.
- Ngalimun, N., Jumadi, J., & Listia, R. (2025). Pendekatan Komunikasi Behaviorisme dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia di Madrasah Ibtidaiyah. *Al-Madrasah: Jurnal Ilmiah Pendidikan Madrasah Ibtidaiyah*, 9(2), 992-1006.
- Short, J., Williams, E., & Christie, B. (1976). *The social psychology of telecommunications*. John Wiley & Sons.
- Suprapti, S., Ilmiyah, N., Latifah, L., & Handayani, N. F. (2022). Islamic Aqidah Learning Management to Explore the Potential of Madrasah Students. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(1), 4664-4673.