

Komunikasi Nonverbal di Era Digital: Peran Multimedia dalam Penyampaian Pesan Tanpa Kata

Muhammad Ridha¹, Rachma Putri Alitha², Bunga Ayu Lestari³, Julia Fina Rawy⁴, Faturrahman Hidayat⁵

Email Korespondensi: rachmapalitha@gmail.com²

Program Studi Sains Komunikasi, Universitas Saintek Muhammadiyah

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara manusia berkomunikasi, tidak hanya bahasa verbal, tetapi juga melalui komunikasi nonverbal yang disalurkan oleh multimedia seperti gambar, video, emoji, dan desain antarmuka digital. Permasalahan yang muncul adalah bagaimana pesan tanpa kata dapat dipahami, dimaknai, dan mempengaruhi penerima pesan yang sedikit interaksi tatap muka. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran multimedia dalam memperkuat komunikasi nonverbal di era digital serta memahami efektivitas dalam penyampaian pesan tanpa kata. Metode penelitian yang digunakan adalah studi literatur dengan pendekatan kualitatif terhadap berbagai jurnal dan sumber ilmiah yang relevan dengan komunikasi nonverbal dan multimedia digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen multimedia berfungsi sebagai pengganti dan pelengkap bahasa verbal yang mampu meningkatkan kejelasan makna, emosi, dan intensi pesan dalam komunikasi digital. Pembahasan ini menegaskan bahwa penggunaan simbol visual, warna, gerak, dan ekspresi digital memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi dan interpretasi audiens. Kesimpulannya, komunikasi nonverbal berbasis multimedia memiliki peran strategis dalam penyampaian pesan tanpa kata di era digital.

Kata kunci: Komunikasi Nonverbal; Multimedia Digital; Pesan Tanpa Kata; Komunikasi Digital; Literasi Visual.

Abstract

The development of digital technology has changed the way humans communicate, not only through verbal language, but also through nonverbal communication conveyed by multimedia such as images, videos, emojis, and digital interface designs. The problem that arises is how wordless messages can be understood, interpreted, and influence recipients who have little face-to-face interaction. This study aims to analyze the role of multimedia in strengthening nonverbal communication in the digital era and understand the effectiveness of conveying wordless messages. The research method used is a literature study with a qualitative approach to various journals and scientific sources relevant to nonverbal communication and digital multimedia. The results show that multimedia elements function as substitutes and complements to verbal language that can increase the clarity of meaning, emotion, and message

intention in digital communication. This discussion confirms that the use of visual symbols, color, movement, and digital expressions have a significant influence on audience perception and interpretation. In conclusion, multimedia-based nonverbal communication has a strategic role in conveying wordless messages in the digital era

Keywords: *Wordless Communication; Multimedia, Visual Communication; Nonverbal Messages; Digital Media.*

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan hal mendasar atau sederhana yang biasa dilakukan setiap hari untuk memenuhi kebutuhan sebagai makhluk sosial, mulai dari yang muda sampai ke tua. Melalui komunikasi, setiap individu dapat bertukar pesan dan informasi dengan orang lain. Kegiatan komunikasi berkembang sesuai perkembangan teknologi, mulai dari komunitas tatap muka, era berkirim kabar melalui surat hingga saat ini di era digital. Perkembangan teknologi komunikasi memasuki era digital, yang memungkinkan kegiatan komunikasi tanpa batas dan semakin terbuka (Ridha et al, 2025).

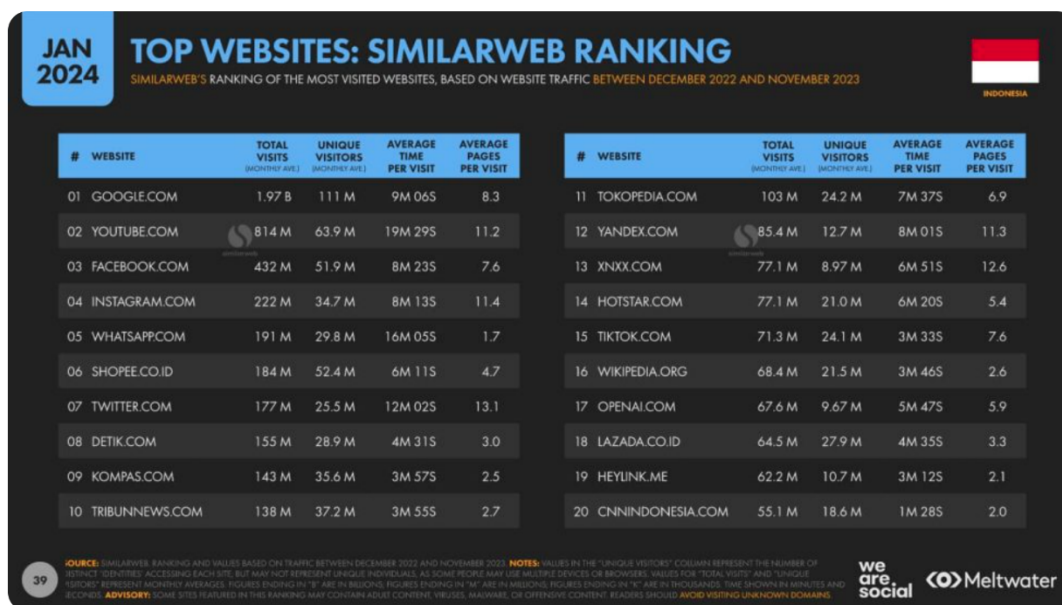
Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi era digital telah membawa perubahan signifikan dalam cara manusia berinteraksi dan membangun hubungan sosial. Kemajuan teknologi digital tidak hanya memengaruhi kecepatan dan jangkauan komunikasi, tetapi juga mengubah bentuk, pola, serta makna komunikasi itu sendiri. Jika pada masa sebelumnya komunikasi lebih banyak dilakukan secara tatap muka, kini interaksi manusia semakin bergantung pada media digital seperti media sosial, aplikasi pesan instan, platform berbagi video, dan berbagai bentuk media berbasis internet. Perubahan ini menjadikan komunikasi tidak lagi terbatas pada penggunaan bahasa verbal, melainkan semakin mengandalkan komunikasi nonverbal yang dimediasi oleh multimedia (Fajriah & Ningsih, 2024).

Komunikasi nonverbal merupakan elemen penting dalam proses komunikasi karena berfungsi menyampaikan emosi, sikap, maksud, dan makna tersembunyi yang sering kali tidak terungkap melalui kata-kata. Dalam komunikasi tatap muka, unsur nonverbal seperti ekspresi wajah, gerak tubuh, kontak mata, intonasi suara, serta jarak fisik memiliki peran besar dalam membentuk pemahaman pesan. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pesan nonverbal sering kali lebih dominan dibandingkan pesan verbal dalam mempengaruhi persepsi dan interpretasi penerima pesan. Namun, dalam konteks komunikasi digital, sebagian besar unsur nonverbal tersebut tidak dapat disampaikan secara langsung, sehingga memunculkan tantangan baru dalam proses komunikasi (Azzahra et al, 2025).

Keterbatasan komunikasi tatap muka dalam ruang digital mendorong munculnya berbagai bentuk representasi nonverbal berbasis multimedia. Multimedia, yang mencakup kombinasi teks, gambar, suara, animasi, dan video, menjadi sarana utama dalam menyampaikan pesan tanpa kata di era digital. Penggunaan emoji, stiker, GIF, meme, ilustrasi visual, hingga video pendek merupakan contoh nyata bagaimana komunikasi nonverbal beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Elemen-elemen ini berfungsi

sebagai simbol visual yang mampu menggantikan ekspresi wajah, gestur tubuh, dan intonasi suara yang hilang dalam komunikasi berbasis teks.

Gambar 1. Survey Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan



Sumber: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>

Berdasarkan data *SimilarWeb Ranking* untuk Januari 2024, *WhatsApp* menunjukkan eksistensinya sebagai salah satu platform komunikasi digital paling populer di Indonesia dengan total kunjungan mencapai 191 juta dalam satu bulan. Aplikasi ini juga mencatatkan 29,8 juta pengunjung unik, menandakan tingkat penggunaan yang sangat tinggi di kalangan masyarakat Indonesia. Rata-rata waktu yang dihabiskan pengguna setiap kali mengakses *WhatsApp* tercatat sekitar 16 menit 5 detik, menunjukkan bahwa aplikasi ini tidak hanya digunakan untuk sekadar mengirim pesan singkat, melainkan untuk interaksi yang lebih panjang dan intensif, seperti percakapan berkelanjutan, berbagi *file*, *voice note*, hingga *video call* (Harahap et al, 2025). Meskipun rata-rata jumlah halaman yang diakses per kunjungan di *WhatsApp* adalah 1,7 halaman, angka ini tetap mencerminkan keterlibatan pengguna yang kuat, mengingat sifat *WhatsApp* sebagai platform berbasis percakapan *real-time*, bukan *browsing* halaman layaknya situs berita atau media sosial lainnya. Data ini memperkuat posisi *WhatsApp* sebagai media utama dalam membangun komunikasi interpersonal digital di Indonesia, baik untuk keperluan pribadi, bisnis, pendidikan, maupun komunitas sosial.

Peran multimedia dalam komunikasi nonverbal semakin penting seiring dengan meningkatnya intensitas penggunaan media digital dalam kehidupan sehari-hari. Media sosial, misalnya, telah menjadi ruang utama bagi individu untuk mengekspresikan diri, membangun identitas, dan berinteraksi dengan orang lain. Dalam konteks ini, komunikasi

nonverbal berbasis multimedia digunakan untuk menyampaikan emosi, membangun kedekatan sosial, dan menciptakan makna bersama. Foto profil, unggahan visual, serta reaksi simbolik seperti “like” atau emoji menjadi bentuk komunikasi nonverbal yang memiliki makna sosial tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa multimedia tidak hanya berfungsi sebagai alat teknis, tetapi juga sebagai bahasa nonverbal baru dalam komunikasi digital (Chairiyah et al, 2025).

Selain dalam ranah interpersonal, komunikasi nonverbal berbasis multimedia juga memiliki peran penting dalam berbagai bidang lain, seperti pendidikan, bisnis, pemasaran, dan politik. Dalam dunia pendidikan, penggunaan multimedia visual dapat membantu meningkatkan pemahaman materi dan keterlibatan peserta didik. Dalam pemasaran digital, komunikasi nonverbal digunakan untuk menarik perhatian konsumen, membangun emosi, dan memengaruhi keputusan pembelian. Sementara dalam komunikasi politik, simbol visual, warna, dan citra multimedia digunakan untuk membangun persepsi publik dan membentuk opini. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi nonverbal di era digital memiliki dampak yang luas dan strategis.

Meskipun memiliki potensi besar, komunikasi nonverbal berbasis multimedia juga menghadapi berbagai tantangan. Salah satu tantangan utama adalah perbedaan interpretasi makna simbol visual. Makna komunikasi nonverbal sangat dipengaruhi oleh konteks budaya, latar belakang sosial, dan pengalaman individu. Simbol atau emoji yang dianggap positif dalam satu budaya dapat dimaknai berbeda atau bahkan negatif dalam budaya lain. Selain itu, keterbatasan konteks dalam komunikasi digital dapat menyebabkan kesalahpahaman, karena penerima pesan tidak selalu memiliki informasi yang cukup untuk menafsirkan pesan secara tepat (Salahuddin, 2024).

Tantangan lain dalam komunikasi nonverbal digital adalah potensi distorsi makna akibat penggunaan multimedia yang berlebihan atau tidak tepat. Dalam beberapa kasus, penggunaan simbol visual yang terlalu banyak dapat mengaburkan pesan utama dan menimbulkan kebingungan. Selain itu, ketergantungan pada multimedia juga dapat mengurangi kedalaman komunikasi jika tidak disertai dengan pemahaman konteks dan tujuan komunikasi. Oleh karena itu, diperlukan literasi visual dan pemahaman yang baik terhadap karakteristik audiens agar komunikasi nonverbal berbasis multimedia dapat digunakan secara efektif (Sulianta, 2024).

Dalam perspektif ilmu komunikasi, fenomena komunikasi nonverbal di era digital menjadi kajian yang penting dan relevan. Perubahan bentuk dan fungsi komunikasi nonverbal menunjukkan adanya adaptasi terhadap perkembangan teknologi dan budaya digital. Komunikasi nonverbal tidak lagi terbatas pada interaksi fisik, tetapi berkembang menjadi sistem simbolik yang dimediasi oleh teknologi. Hal ini menuntut pendekatan teoretis dan analitis yang lebih luas untuk memahami bagaimana makna dibangun, disampaikan, dan diterima dalam komunikasi digital (Malvin, 2025).

Kajian mengenai peran multimedia dalam penyampaian pesan tanpa kata juga memiliki implikasi teoretis dan praktis. Secara teoretis, penelitian ini dapat memperkaya

pemahaman tentang dinamika komunikasi nonverbal dalam konteks digital serta kontribusinya terhadap teori komunikasi modern. Secara praktis, pemahaman ini dapat digunakan untuk merancang strategi komunikasi yang lebih efektif dalam berbagai bidang, seperti desain komunikasi visual, pemasaran digital, pendidikan berbasis teknologi, dan komunikasi organisasi (Utami et al, 2025).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikasi nonverbal di era digital mengalami transformasi yang signifikan melalui pemanfaatan multimedia. Multimedia berperan sebagai medium utama dalam menyampaikan pesan tanpa kata, menggantikan dan melengkapi fungsi bahasa verbal yang terbatas dalam ruang digital. Namun, efektivitas komunikasi nonverbal berbasis multimedia sangat bergantung pada konteks, budaya, dan literasi visual penggunaannya. Oleh karena itu, kajian mengenai komunikasi nonverbal di era digital menjadi penting untuk memahami peran multimedia dalam membangun makna dan efektivitas komunikasi tanpa kata.

Tujuan dari penulisan artikel ini adalah untuk membahas peran penting komunikasi verbal dan nonverbal dalam kehidupan sehari-hari, menganalisis integrasi keduanya, serta menekankan urgensi literasi komunikasi dalam menghadapi tantangan komunikasi di era digital dan lintas budaya serta 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.

Dengan demikian, penelitian mengenai *Komunikasi Nonverbal di Era Digital: Peran Multimedia dalam Penyampaian Pesan Tanpa Kata* diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai fenomena ini, sekaligus menjadi kontribusi ilmiah dalam pengembangan kajian komunikasi di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital.

METODE PENELITIAN

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

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi literatur (Febrianto & Siroj, 2024). Data diperoleh melalui penelaahan berbagai sumber ilmiah berupa jurnal nasional dan internasional, buku akademik, serta publikasi ilmiah yang relevan yang terindeks google scholar dengan topik komunikasi nonverbal, multimedia, dan komunikasi digital. Analisis data dilakukan dengan cara mengelompokkan konsep, teori, dan temuan penelitian yang berkaitan dengan peran multimedia dalam komunikasi nonverbal, kemudian diinterpretasikan secara deskriptif untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif. Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengkaji fenomena komunikasi nonverbal digital secara mendalam berdasarkan perspektif teoretis dan empiris yang telah ada (Siti, 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Multimedia dalam Komunikasi Nonverbal di Era Digital

Hasil penelitian menunjukkan bahwa multimedia memiliki peran sentral dalam menggantikan dan memperkuat komunikasi nonverbal di era digital. Dalam komunikasi tatap muka, unsur nonverbal seperti ekspresi wajah, gerak tubuh, dan intonasi suara berfungsi untuk memperjelas makna pesan verbal. Namun, dalam komunikasi digital yang bersifat tidak langsung, unsur-unsur tersebut mengalami keterbatasan. Multimedia hadir sebagai solusi dengan menyediakan berbagai bentuk representasi visual dan audiovisual yang mampu menyampaikan makna nonverbal secara simbolik.

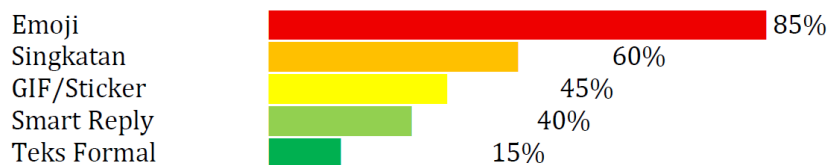
Penggunaan gambar, video, animasi, dan emoji terbukti menjadi sarana utama dalam menyampaikan emosi dan sikap komunikator. Emoji, misalnya, berfungsi sebagai pengganti ekspresi wajah yang membantu penerima pesan memahami konteks emosional dari sebuah pesan teks. Video dan animasi memungkinkan penyampaian gestur dan ekspresi yang lebih kompleks, sehingga mendekati komunikasi tatap muka. Temuan ini menunjukkan bahwa multimedia tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap komunikasi verbal, tetapi juga sebagai medium utama dalam penyampaian pesan tanpa kata di ruang digital (Baktiar et al, 2022).

Bentuk-Bentuk Komunikasi Nonverbal Berbasis Multimedia

Berdasarkan kajian literatur, komunikasi nonverbal berbasis multimedia dalam era digital dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa bentuk utama, yaitu visual statis, visual dinamis, dan audiovisual. Visual statis meliputi gambar, foto, simbol, ikon, warna, dan tipografi yang digunakan untuk menyampaikan makna tertentu. Elemen warna, misalnya, dapat mencerminkan emosi atau identitas tertentu, sedangkan tipografi dapat memengaruhi persepsi keseriusan atau keakraban pesan.

Visual dinamis mencakup animasi, GIF, dan stiker bergerak yang mampu menyampaikan ekspresi emosi dan reaksi secara lebih hidup. Sementara itu, bentuk audiovisual seperti video pendek dan konten multimedia interaktif memungkinkan penyampaian pesan nonverbal yang lebih kompleks melalui kombinasi gambar, gerak, dan suara. Bentuk-

bentuk ini banyak digunakan dalam media sosial dan platform digital lainnya sebagai cara untuk meningkatkan daya tarik dan efektivitas komunikasi(Lestari, 2024).



Grafik 1. Presentase Penggunaan Elemen Bahasa Digital
(Sumber data : adaptasi dari Hohenstein et al., 2021; Li & Yang, 2020).

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa emoji merupakan elemen bahasa digital yang paling dominan dengan persentase penggunaan mencapai 85%.

Di posisi kedua, singkatan seperti LOL (Laughing Out Loud), BTW (By The Way), dan BRB (Be Right Back) memiliki tingkat penggunaan 60%. ini menunjukkan adanya kecenderungan ekonomi bahasa di era digital di mana pengguna lebih memilih pesan singkat namun tetap komunikatif.

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

Smart reply, hanya digunakan oleh 40% pengguna. 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.

Pengaruh Multimedia terhadap Pemaknaan Pesan Tanpa Kata

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa multimedia memiliki pengaruh signifikan terhadap cara audiens memaknai pesan tanpa kata. Elemen visual dan audiovisual mampu memperkaya makna pesan dan mengurangi ambiguitas yang sering muncul dalam komunikasi berbasis teks. Penggunaan multimedia membantu penerima pesan memahami emosi, intensi, dan sikap komunikator dengan lebih jelas(Setiyanto, 2023).

Namun demikian, temuan penelitian juga menunjukkan bahwa pemaknaan pesan nonverbal berbasis multimedia bersifat subjektif dan kontekstual. Faktor budaya, latar belakang sosial, dan pengalaman individu memengaruhi interpretasi simbol visual. Misalnya, simbol atau emoji tertentu dapat dimaknai berbeda oleh individu dari budaya yang berbeda. Hal ini menegaskan bahwa meskipun multimedia meningkatkan efektivitas komunikasi nonverbal, potensi kesalahpahaman tetap ada jika konteks komunikasi tidak dipahami secara menyeluruh.

Tantangan dan Keterbatasan Komunikasi Nonverbal Digital

Penelitian ini menemukan beberapa tantangan utama dalam komunikasi nonverbal berbasis multimedia. Pertama, keterbatasan konteks dapat menyebabkan distorsi makna pesan. Tanpa kehadiran fisik dan umpan balik langsung, penerima pesan mungkin menafsirkan pesan secara berbeda dari maksud awal komunikator. Kedua, perbedaan budaya dan literasi visual menjadi faktor penting yang memengaruhi keberhasilan komunikasi nonverbal digital.

Selain itu, ketergantungan berlebihan pada multimedia juga dapat mengurangi kedalaman komunikasi jika tidak digunakan secara tepat. Penggunaan simbol visual yang berlebihan atau tidak relevan dapat menimbulkan kebingungan dan mengalihkan fokus dari pesan utama. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang baik mengenai konteks komunikasi dan karakteristik audiens agar multimedia dapat digunakan secara efektif dalam penyampaian pesan tanpa kata.

Implikasi Teoretis dan Praktis

Dari sisi teoretis, hasil penelitian ini memperkuat pandangan bahwa komunikasi nonverbal tidak hanya terbatas pada interaksi tatap muka, tetapi juga berkembang dan beradaptasi dalam ruang digital melalui perantara multimedia. Multimedia dapat dipahami sebagai bentuk baru dari bahasa nonverbal yang memiliki struktur, simbol, dan makna tersendiri.

Secara praktis, temuan ini memiliki dampak bagi berbagai bidang, seperti komunikasi interpersonal, pendidikan, dan pemasaran digital. Pemanfaatan multimedia yang tepat dapat meningkatkan efektivitas penyampaian pesan, memperkuat hubungan sosial, serta membangun keterlibatan audiens. Namun, penggunaannya harus disertai dengan literasi visual dan pemahaman konteks agar pesan nonverbal dapat diterima sesuai dengan tujuan komunikasi.

KESIMPULAN

Implementasi multimedia menunjukkan bahwa teori mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Konten dakwa digital yang dikemas secara inovatif tidak hanya menjadi alternatif dakwah kontemporer, tetapi juga menjadikan proses penyebaran nilai Islam lebih efektif dan efisien. Penelitian ini menegaskan pentingnya literasi digital untuk

memperkuat peran dakwah di era digital, sehingga pesan Islam tetap relevan, komunikatif, dan mampu menjangkau audiens global.

Penelitian ini menunjukkan bahwa multimedia merupakan sarana komunikasi nonverbal yang efektif dalam menyampaikan pesan tanpa kata, karena mampu memanfaatkan elemen visual dan audio untuk membangun makna, memengaruhi pemahaman audiens, dan menembus batasan bahasa verbal (Lestari et al, 2024). Elemen visual seperti simbol, ikon, komposisi, dan warna berfungsi sebagai representasi makna yang mudah dipahami, sementara unsur audio memperkuat respons emosional audiens, sehingga pesan menjadi lebih imersif. Kombinasi ini menjadikan multimedia mampu menjangkau audiens yang beragam secara budaya dan tingkat literasi. Namun, efektivitasnya sangat dipengaruhi oleh desain pesan multimedia: simbol yang ambigu atau tidak sinkron antara visual dan audio berpotensi mengurangi kejelasan pesan. Temuan ini konsisten dengan teori komunikasi visual dan nonverbal yang menyatakan bahwa pesan tidak harus bergantung pada kata-kata untuk dipahami, asalkan elemen komunikasi dirancang secara tepat dan kontekstual. Multimedia, oleh karena itu, tidak hanya berfungsi sebagai media penyampai pesan, tetapi juga sebagai pembentuk persepsi dan pengalaman audiens dalam konteks komunikasi digital saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ridha, M., Astiani, D., Azkia, A., Ramadhani, A., & Zain, F. M. (2025). Kekuatan Komunikasi: Fungsi dan Dampaknya Terhadap Kehidupan Manusia. *Komsopol*, 5(1), 48-54.
- Fajriah, T., & Ningsih, E. R. (2024). Pengaruh teknologi komunikasi terhadap interaksi sosial di era digital. *Merdeka Indonesia Jurnal Internasional*, 4(1), 149-158.
- Harahap, N. H., Azzura, P. R., Yasmin, R., Ikram, R., Alfarisi, R., Maghfira, W. A., & Hsb, Z. L. S. (2025). Analisis Isi Pesan Komunikasi Interpersonal dalam Percakapan Digital Melalui Aplikasi WhatsApp Sebagai Bentuk Interaksi Sosial Modern. *Fatih: Journal of Contemporary Research*, 2(1), 433-444.
- Azzahra, N. A., Ridha, M., Saepudin, S., Agustian, S. P., & Azzahra, F. (2025). Etika komunikasi sebagai landasan interaksi sosial yang efektif, sopan dan bertanggung jawab. *Jurnal Komunikasi dan Kewirausahaan*, 1(1), 21-27.
- Chairiyah, U., Kharisma, U., El Zahiyah, S., & Fadilah, W. N. (2025). *Media Sosial, Komunikasi Massa, dan Tantangan Konseling Remaja*. PT Penerbit Qriset Indonesia.

- Baktiar, A., Sukamto, B. R. K., & Pramono, S. H. S. (2022). Efektivitas penggunaan emoji dalam komunikasi digital. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)* (Vol. 1, pp. 620-632).
- Utami, P., Rustiyana, R., Ramadhanti, D., Mardiah, M., Fajaryati, N., Rinawan, R. B., & Anggraini, Y. (2025). *Komunikasi Non Verbal Smart Classroom: Kajian Emosi dalam Pembelajaran Era AI*. Star Digital Publishing.
- Salahuddin, S. P. (2024). Komunikasi Dalam Organisasi Multikultural. *Komunikasi Sosial dan Lintas Budaya*, 2(1), 45-58.
- M MALVIN, R. R. (2025). FASHION STYLE SEBAGAI KOMUNIKASI NONVERBAL DALAM MEMBENTUK IDENTITAS DIRI (Kajian Komunikasi Interaksi Simbolik Pada Penggunaan Tren Fashion Era 90-An Dan 2000-An Di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Lampung Angkatan 2021-2023).
- Febrianto, A., & Siroj, R. A. (2024). Studi literatur: Landasan dalam memilih metode penelitian yang tepat. *Journal Educational Research and Development* | E-ISSN: 3063-9158, 1(2), 259-263.
- Sulianta, F. (2024). *Semiotika Digital*. Feri Sulianta.
- Lestari, B. D., Darmawan, H. L., Alfarisy, S., Fajriyah, L. S. L., Lestari, A. A., Rahayu, A. T., ... & Nurdaiah, S. U. (2024). *Komunikasi Multimedia Dalam Kehidupan*. Penerbit Adab.
- SITI, A. W. (2024). *ANALISIS BIBLIOMETRIK TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA GOOGLE CLASSROOM DALAM PEMBELAJARAN MATEMATIKA BERBASIS VOSVIEWER* (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).
- Setiyanto, S., Utomo, I. C., Dawis, A. M., Yuliati, T., Nugraha, N. B., Maniah, M., ... & Syujak, A. R. (2023). *Multimedia Dan Sains Penerapan Teknologi Untuk Penelitian Dan Penyampaian Informasi*. Penerbit Widina.