



## Transformasi Media Sosial Dalam Mendapatkan Modal Sosial Pada Komunitas Digital di Kota Batam

Wanti Rebekka Nainggolan<sup>1</sup>, Romi Mesra<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Terbuka

<sup>2</sup>Universitas Negeri Manado

Email : [wantirebekka02@gmail.com](mailto:wantirebekka02@gmail.com), [romimesra@unima.ac.id](mailto:romimesra@unima.ac.id)

### Abstract

The current development of information technology has brought extraordinary changes to society. One form of information technology development is the birth of social media. Social media has caused people's behavioral patterns to experience a transformation of existing culture, morals and norms. This has the potential for Indonesia to experience social change because Indonesia has a large population with different cultures, nationalities, races and religions. This research aims to discuss the role of social media transformation in the acquisition of social capital in digital communities in Batam City. The research method used is a qualitative approach, while the method used in collecting data in this research is the library research method, because this research is qualitative in nature, utilizing secondary data sources by conducting literature reviews and other secondary materials, including books, essays, journals, expert opinions, articles, and more. The results of this research show that digital mass, social media has become a platform, not only for communicating but also for building social relationships, strengthening networks, and creating spaces for collaboration between individuals and groups. Social capital, which includes social networks, trust, and norms that support cooperation, is a very important element in supporting economic and social activities such as in Batam City.

**Keywords:** *Digital Community, Batam City, Social Capital, Social Media Transformation.*

### Abstrak

Teknologi informasi yang berkembang saat ini telah membawa perubahan yang luar biasa bagi masyarakat. Salah satu bentuk perkembangan teknologi informasi adalah lahirnya media sosial. Media sosial telah menyebabkan pola perilaku masyarakat mengalami transformasi terhadap budaya, mora dan norma yang ada. Hal ini memang berpotensi Indonesia mengalami perubahan sosial karena Indonesia mempunyai jumlah penduduk yang besar dengan budaya, kebangsaan, ras, dan agama yang berbeda-beda. Penelitian ini bertujuan untuk membahas peran transformasi media sosial dalam perolehan modal sosial pada komunitas *digital* di Kota Batam. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah metode pendekatan kualitatif, adapun metode yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini adalah metode *library research*, karena penelitian ini bersifat kualitatif memanfaatkan sumber data sekunder dengan melakukan tinjauan literatur dan bahan sekunder lainnya; antara lain buku, esai, jurnal, pendapat ahli, artikel, dan lainnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa massa *digital*, media sosial telah menjadi *platform*, tidak hanya untuk berkomunikasi tetapi juga untuk membangun hubungan sosial, memperkuat jaringan, serta menciptakan ruang kolaborasi antar individu maupun kelompok. Modal sosial yang telah mencakup jaringan sosial, kepercayaan, serta norma-norma yang mendukung kerja sama, menjadi unsur yang sangat penting dalam mendukung aktivitas ekonomi serta sosial seperti di Kota Batam.

**Kata kunci:** *Modal Sosial, Transformasi Media Sosial, Komunitas Digital, Kota Batam.*

## A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, terutama internet, telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan sosial, ekonomi, maupun budaya. Kemajuan teknologi ini telah menciptakan *platform* media baru dalam masyarakat, yang memunculkan kecenderungan dan pola hidup yang berbeda dibandingkan dengan budaya dan cara komunikasi sebelumnya (Nur Hidayat *et al.*, 2024). Salah satu perubahan paling signifikan akibat perkembangan ini adalah munculnya fenomena komunitas *digital*, di mana individu maupun kelompok dapat saling terhubung, berinteraksi, dan berkolaborasi melalui *platform* media sosial yang mendukung berbagai aktivitas sosial dan ekonomi. Di tengah pesatnya perkembangan *digital*, media sosial memainkan peran strategis sebagai sarana untuk mengakses dan membangun modal sosial, yang dapat memperkuat kemampuan komunitas untuk berkembang.

Berbagai *platform* media sosial seperti Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, dan LinkedIn telah menjadi alat yang efektif bagi masyarakat Batam untuk terhubung dengan individu, organisasi, dan komunitas dari luar daerah, bahkan secara global. Perlu disadari bahwa transformasi media sosial, sebagai salah satu bentuk perkembangan teknologi, memiliki sisi-sisi yang dapat menguntungkan sekaligus merugikan bagi masyarakat. Salah satu dampak dari penggunaan jejaring sosial adalah perubahan yang signifikan dalam kehidupan sosial (Hakim, S.N., dan Raj, 2018). Namun, Transformasi media sosial merupakan salah satu aspek fenomena penting dalam kehidupan manusia, yang mencakup hubungan antarindividu di dalam masyarakat (Tuerah *et al.*, 2023).

Pemasaran media sosial terdapat banyak faktor yang perlu dipertimbangkan. Faktor-faktor ini meliputi kondisi fasilitas, biaya

terkait, kompatibilitas, teknologi yang digunakan, dan kemudahan penggunaan. Pemangku kepentingan yang menguasai teknologi informasi perlu menguasainya agar dapat memanfaatkan teknologi atau fitur-fiturnya secara efektif, khususnya di jejaring sosial. Modal sosial secara signifikan memengaruhi perilaku berbagai dalam komunitas digital, dan perilaku ini dapat terjadi dalam dua bentuk: secara langsung atau secara virtual. (De Clercq *et al.*, 2020).

Menurut (Ade Maulana, 2021) para konten kreator di Kota Batam, seperti halnya di daerah lainnya, saling menjalin hubungan baik dengan sesama kreator untuk mendukung satu sama lain. Melalui media sosial, komunitas *digital* di Batam dapat memperluas jaringan sosial mereka, dengan memperoleh informasi terkini, serta menciptakan peluang untuk kolaborasi yang mendukung pengembangan usaha dan inisiatif sosial. Maka dapat disimpulkan bahwa kesenjangan literasi digital di kalangan komunitas digital berpengaruh langsung pada produktivitas dan efisiensi bisnis para komunitas digital.

Digitalisasi dapat meningkatkan produktivitas dengan mengurangi waktu operasional dan meningkatkan akses ke informasi pasar. (Fransiska Fitriya Maimuna *et al.* 2024). Namun, tanpa pemahaman yang memadai tentang penggunaan teknologi ini, banyak pelaku komunitas digital justru menghadapi tantangan dalam mengimplementasikan sistem digital secara efektif. Kesulitan dalam memahami analitik data, strategi pemasaran online, atau sekadar menggunakan media sosial sebagai sarana promosi menjadi penghambat utama yang memperlambat transformasi digital di Kota Batam.

Penelitian ini mengungkap beberapa kesenjangan dalam studi mengenai transformasi media sosial, khususnya di Kota Batam. Research gap dari penelitian ini adalah

minimnya kajian tentang peran media sosial dalam membangun modal sosial di komunitas digital lokal, serta kurangnya pemahaman tentang dampak literasi digital terhadap produktivitas komunitas. Novelty dari penelitian ini terletak pada analisis mendalam tentang penggunaan platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Youtube untuk memperkuat hubungan sosial dan kolaborasi di Batam, serta peran aktif pemerintah dan sector swasta dalam mendukung transformasi digital. Dengan fokus pada konteks lokal dan keterlibatan berbagai pemangku kepentingan, penelitian ini memberikan wawasan baru tentang bagaimana media sosial dapat memperkuat modal sosial dan mendorong kemajuan ekonomi dan sosial di komunitas digital Batam.

Maka dari itu, meskipun teknologi ini menawarkan berbagai peluang, tantangan seperti rendahnya literasi digital dan infrastruktur yang tidak merata masih menjadi hambatan utama. Oleh karenanya, penting bagi pemerintah dan sektor swasta untuk terus bekerja sama dalam memberikan akses dan pelatihan yang lebih luas bagi para komunitas digital agar mereka dapat memanfaatkan teknologi ini secara optimal. Hingga saat ini masih belum ada penelitian yang berkenaan tentang transformasi media sosial dalam mendapatkan modal sosial pada komunitas digital di Kota Batam.

Pada era digital saat ini, media sosial telah menjadi fenomena yang signifikan dalam kehidupan masyarakat (Gugule & Mesra, 2022). Media sosial memberikan platform bagi individu untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan membangun identitas sosial mereka (Santie & Mesra, 2022). Akan tetapi, transformasi media sosial dalam komunitas digital masih perlu diteliti lebih lanjut, terutama di Kota Batam. Penelitian mengenai transformasi media sosial dalam

membangun modal sosial pada komunitas *digital* di kota Batam sangat berkaitan dengan perkembangan masyarakat dan teknologi *digital* di kota tersebut. Meskipun banyak penelitian yang membahas peran media sosial dalam konteks sosial dan ekonomi, masih ada kekurangan kajian yang secara khusus mengkaji bagaimana media sosial digunakan untuk membangun modal sosial dalam komunitas *digital*, khususnya di kota-kota besar seperti Batam.

Di era digital yang berkembang pesat, transformasi media sosial telah muncul sebagai subjek studi yang menarik (Mesra, Anton, Monica, *et. al.* 2023). Media sosial memainkan

peran penting dalam membentuk cara individu terhubung dan membangun identitas sosial mereka dalam lanskap online (Mesra, Anton, Sukini, *et.al.* 2023). Dalam penelitian ini, kami akan melakukan analisis tentang bagaimana transformasi media sosial dapat memfasilitasi pembangunan modal sosial di komunitas *digital* di Batam. Selain itu, pemahaman mengenai bagaimana anggota komunitas memanfaatkan *platform digital* untuk berinteraksi, berkolaborasi, dan membangun hubungan sosial. Dengan tujuan tersebut, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih jelas dan komprehensif tentang peran media sosial dalam memperkuat modal sosial dalam komunitas *digital* di Batam.

## **B. Tinjauan Teoritis**

### **1. Konsep Modal Sosial**

Menurut (Canesta, *et. al.* 2020), media sosial dapat mendorong perubahan signifikan dalam penjualan *digital*. Modal sosial adalah konsep yang menggambarkan nilai atau manfaat yang diperoleh dari hubungan sosial, norma, dan jaringan yang ada dalam suatu masyarakat atau kelompok. Modal sosial berfungsi sebagai sumber daya yang dapat

dimanfaatkan untuk mencapai tujuan bersama, meningkatkan kesejahteraan, atau menyelesaikan masalah secara kolektif. Dalam konteks komunitas *digital*, teori modal sosial ini dapat digunakan untuk menjelaskan bagaimana media sosial berperan dalam membangun dan mengembangkan hubungan sosial yang memperkuat komunitas. Menurut (Linawati, et.al, 2024) berbagai komunitas *digital* yang menarik kini dapat ditemukan sesuai dengan berbagai minat dan dapat memenuhi kesenangan hampir setiap orang. Teori modal sosial menyediakan kerangka yang solid untuk memahami bagaimana hubungan sosial dalam komunitas *digital* dapat mempengaruhi peluang sosial dan ekonomi anggotanya.

## 2. Pengertian Era Digital

*Era digital* merupakan sebuah periode di mana hampir semua aspek kehidupan telah bertransformasi menjadi serba digital. Seiring berjalannya waktu, era ini terus berkembang tanpa henti. Perkembangan teknologi yang sejalan dengan era *digital* menunjukkan bahwa hanya dengan satu genggaman, kita dapat mengakses berbagai informasi dan layanan dari seluruh penjuru dunia (Ifadhila Ifadhila et, al. 2024). Sistem digital dapat membuat kegiatan bisnis, seperti industri manufaktur, energi, dan logistik menjadi efisien hemat dan cepat. Hal yang perlu diketahui dalam transformasi digital adalah bahwa seseorang dapat terjebak dalam teknologi digital yang sudah diganti model baru (Manerep Pasaribu & Albert Widjaja, 2021).

## 3. Media Sosial dan Komunitas Digital

### a. Definisi Media Sosial

Media sosial adalah media online yang difokuskan dalam eksistensi pengguna dan memudahkan penggunaannya untuk berinteraksi juga berkolaborasi, sehingga hal ini memperkuat hubungan sesama

pengguna serta menumbuhkan ikatan sosial (Nur Hidayat et al., 2024). Kehadiran media sosial tidak hanya mengubah cara orang berinteraksi, tetapi juga merubah cara mereka membentuk, mengelola, dan memperluas hubungan sosial. Dalam hal ini, komunitas *digital* merujuk pada kelompok atau jaringan sosial yang terbentuk secara online, yang memanfaatkan *platform* media sosial untuk berkomunikasi.

### b. Pengertian Komunitas Digital

Komunitas *digital* adalah kelompok yang terbentuk berdasarkan minat, tujuan, atau aktivitas tertentu yang dibagikan secara online (Alyusi Shiefti Dyah, 2019). Komunitas *digital* memiliki ciri khas yang membedakannya dari komunitas tradisional, di antaranya partisipasi yang lebih terbuka, mobilitas yang lebih tinggi, dan keterhubungan yang tidak terhalang oleh batasan ruang dan waktu (Kaunang, 2024).

### c. Hubungan Media Sosial dan Komunitas Digital

Media sosial memainkan peran yang sangat krusial dalam membentuk dan mengelola komunitas *digital*. Media sosial kini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan kita di era *digital*. Munculnya berbagai *platform* telah mengubah cara kita berkomunikasi, berbagi informasi, dan membangun hubungan sosial. Selain sebagai alat untuk interaksi pribadi, media sosial juga memainkan peran penting dalam pengembangan komunitas *digital* (Ayu Armaya et al., 2023). Beberapa cara media sosial berperan dalam pembentukan komunitas *digital* antara lain: memfasilitasi komunikasi dan

kolaborasi, penguatan identitas komunitas, penyebaran informasi dan pengetahuan, peningkatan jaringan dan ekspansi, memperkuat kepercayaan sosial.

d. Jenis-Jenis Komunitas *Digital*

Komunitas *digital* dapat dikategorikan berdasarkan tujuan, jenis partisipasi, dan struktur organisasi. Beberapa jenis komunitas *digital* yang sering dijumpai antara lain: komunitas berdasarkan minat atau hobi, komunitas profesional atau bisnis, komunitas sosial atau politik, komunitas edukasi.

#### 4. Teori Jaringan Sosial

Teori jaringan menyajikan konsep struktur organisasi yang dibentuk oleh pola interaksi antar anggotanya. Menurut (Van Dijk, 2006), jaringan sosial didefinisikan sebagai sistem sosial yang ditandai dengan koneksi nyata dalam hubungan abstrak. Jejaring sosial adalah jenis jaringan tertentu di mana "ikatan" yang menghubungkan satu titik ke titik lain mewakili hubungan sosial. Hal ini tidak hanya mencakup aktor individu tetapi juga dapat mencakup kelompok individu yang mewakili poin-poin: alternatifnya, bisa ada satu titik yang berhubungan dengan individu, seperti organisasi, lembaga, pemerintah, atau negara.

#### 5. Teori Penetrasi Sosial

Menurut (Griffin, 2018), Teori penetrasi sosial menggambarkan proses membina keintiman yang lebih dalam dengan orang lain melalui keterbukaan bersama, yang merupakan bentuk lain dari keterbukaan terhadap individu. Teori ini berpendapat bahwa setiap orang memiliki sistem informasi yang terorganisir dengan cermat yang diketahui oleh dirinya sendiri dan orang lain. Sebagaimana diuraikan oleh (Altman dan Taylor, 1973), teori penetrasi sosial didirikan untuk menjelaskan evolusi hubungan

interpersonal. Hubungan seperti itu dapat berkembang secara progresif seiring berjalannya waktu ketika individu-individu mengenal satu sama lain pada tingkat yang lebih mendalam.

### C. Metode Penelitian

Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Menurut (Moleong, 1991), metode kualitatif mengacu pada prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan yang berasal dari subjek penyelidikan. Pendekatan ini dipilih karena efektivitasnya dalam memahami fenomena yang kompleks dan mendalam dalam konteks nyata, memfasilitasi eksplorasi rinci peran media sosial dalam menumbuhkan modal sosial dalam komunitas digital di Kota Batam. Sebagaimana diuraikan oleh (Ananda, et al, 2017), penelitian ini bercirikan model studi kasus, yang menggali fenomena sepanjang waktu dan aktivitas, mengumpulkan informasi yang komprehensif dan bernuansa melalui berbagai metode pengumpulan data. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini adalah metode *library research*, karena penelitian ini bersifat kualitatif, penelitian ini memanfaatkan sumber data sekunder dengan melakukan tinjauan literatur dan bahan sekunder lainnya, antara lain buku, esai, jurnal, pendapat ahli, artikel, dan lainnya. Proses analisis data deskriptif mengikuti model analisis data interaktif yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman. Yaitu dilaksanakan melalui empat tahapan yang saling berhubungan: (1) pengumpulan data, (2) reduksi data, dan (3) penarikan kesimpulan. Tahapan-tahapan ini terjadi sebagai suatu proses yang kohesif dan interaktif.

### D. Hasil dan Pembahasan

Pada bagian ini, akan dipaparkan hasil temuan yang diperoleh dari penelitian

mengenai transformasi media sosial dalam membangun modal sosial pada komunitas *digital* di Kota Batam. Pembahasan ini juga akan mengaitkan temuan empiris dengan teori modal sosial, serta mendiskusikan peran media sosial dalam membangun dan memperkuat modal sosial dalam komunitas *digital*.

#### 1. Hasil Temuan

Kota Batam kini menjadi pusat perhatian industri yang sangat diminati oleh masyarakat perkotaan, berkat penghasilan yang menjanjikan serta laju perkembangan ekonomi yang pesat, yang sesuai dengan kebutuhan mereka (Susanti *et al.*, 2023). Transformasi media sosial di Batam tidak hanya mengubah cara orang berinteraksi, tetapi juga membuka peluang baru untuk membangun modal sosial melalui komunitas *digital*. Dengan posisi strategisnya sebagai pusat perdagangan internasional dan tujuan wisata, Batam semakin memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk memperluas jaringan, berbagi informasi, dan mengembangkan berbagai sektor, baik bisnis, sosial, maupun budaya.

#### 1. Peran Media Sosial Dalam Ekonomi *Digital* Batam

Sebagai kota yang berkembang pesat di sektor industri dan perdagangan, media sosial telah menjadi alat krusial dalam memperkenalkan dan memasarkan produk, baik oleh pelaku bisnis lokal maupun perusahaan multinasional. *Platform* seperti Instagram, Facebook, dan Tokopedia semakin banyak digunakan untuk kegiatan pemasaran dan promosi, membuka peluang baru bagi pengusaha lokal untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

- a. Pemasaran dan Branding Lokal: Banyak UMKM di Batam yang memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan produk mereka, mulai dari kerajinan tangan, kuliner, hingga fashion.

- b. *E-commerce* dan Bisnis Online: Batam, yang dikenal sebagai kota industri dengan status kawasan bebas pajak (*free trade zone*), telah menjadi pusat *e-commerce* di kawasan Kepulauan Riau.

#### 2. Media Sosial Sebagai Alat Pembentukan Komunitas *Digital* di Batam

Transformasi media sosial di Batam juga terlihat melalui munculnya berbagai komunitas *digital* yang saling berinteraksi dan berbagi informasi melalui *platform* online. Sebuah komunitas memiliki kemampuan untuk mempercepat perubahan sosial dan berfungsi sebagai penggerak utama. Individu-individu yang memiliki minat serupa dan terlibat dalam pengembangan potensi bersama disebut sebagai anggota komunitas (Sayuti *et al.*, 2018). Komunitas-komunitas ini mencakup berbagai bidang, mulai dari teknologi, pendidikan, bisnis, hingga hiburan. Media sosial telah mempermudah pembentukan hubungan yang lebih kuat antar anggota komunitas dan memungkinkan mereka untuk berkolaborasi dengan lebih efisien.

- a. Komunitas Teknologi dan *Startup*: Batam, yang menjadi rumah bagi banyak perusahaan teknologi dan *startup*, memanfaatkan media sosial untuk menghubungkan para pelaku industri dan profesional di bidang teknologi dan inovasi. Sebagai contoh, komunitas seperti Batam *Digital* Hub di Facebook menghubungkan pengusaha dan pengembang teknologi di Batam untuk bertukar ide dan peluang usaha.
- b. Komunitas Sosial dan Kemanusiaan: Media sosial juga berperan dalam memperkuat

jejaring komunitas sosial di Batam, seperti kelompok relawan, organisasi kemanusiaan, dan komunitas pecinta alam.

### 3. Tantangan dan Transformasi Media Sosial di Kota Batam

Meskipun media sosial memberikan banyak keuntungan dalam memperkuat modal sosial di Batam, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi dalam proses transformasi ini, antara lain:

- a. Kesenjangan Akses Teknologi: Meskipun Batam memiliki infrastruktur teknologi yang relatif baik, masih ada sebagian masyarakat yang kesulitan mengakses media sosial karena terbatasnya perangkat atau koneksi internet. Hal ini menimbulkan ketimpangan dalam partisipasi dalam komunitas *digital* di Batam.
- b. Isu Keamanan dan Privasi: Keamanan data pribadi dan penyebaran informasi palsu (hoaks) menjadi masalah besar yang dihadapi oleh pengguna media sosial di Batam. Masyarakat perlu lebih sadar akan pentingnya menjaga privasi mereka dan menghindari penyebaran informasi yang tidak terverifikasi.
- c. Dominasi Platform Global: Platform media sosial global seperti Facebook, Instagram, dan TikTok mendominasi penggunaan media sosial di Batam, namun hal ini juga dapat menciptakan ketergantungan pada platform asing, yang mengurangi peluang bagi pengembangan platform lokal yang lebih sesuai dengan kebutuhan spesifik masyarakat Batam.

### 4. Media Sosial Sebagai Penggerak

#### Ekonomi Digital di Batam

Perkembangan digital juga memungkinkan untuk mengumpulkan data tentang perilaku dan preferensi individu dengan lebih mudah (Widarto Rachbini, 2023). Di masa depan, transformasi media sosial di Batam berpotensi semakin memperkuat posisi kota ini dalam ekosistem ekonomi *digital* Indonesia. Batam bisa memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan produk lokal ke pasar internasional dan menarik lebih banyak investor untuk berinvestasi di sektor *digital* dan teknologi.

- a. Pengembangan Ekonomi Kreatif: Dengan meningkatnya penggunaan media sosial, Batam memiliki peluang untuk mengembangkan sektor ekonomi kreatif, termasuk industri seni, musik, dan hiburan.
- b. Peningkatan Kolaborasi Antar Komunitas: Media sosial memungkinkan kolaborasi antar berbagai komunitas di Batam untuk menciptakan inovasi sosial dan ekonomi.

Media sosial diakui oleh para partisipan sebagai alat yang sangat penting dalam membangun kepercayaan sosial. Dalam komunitas *digital* yang ada di Batam, kepercayaan antar anggota menjadi hal yang sangat vital, terutama dalam komunitas yang berfokus pada bisnis dan kolaborasi. Namun, meskipun media sosial dapat memperkuat kepercayaan, beberapa partisipan juga menyampaikan kekhawatiran terkait dengan informasi yang tidak selalu dapat dipercaya. Masalah ini menjadi tantangan bagi komunitas yang ingin mempertahankan kepercayaan dalam interaksi *digital*. Adapun beberapa contoh media baru meliputi:

Gambar 1. Beberapa Contoh Media Baru Berbasis Internet



(Sumber : Dr. Jokhanan Kristiyono, S.T., M.Med.Kom, 2022)

Media sosial juga berperan penting dalam memfasilitasi kolaborasi dan pengembangan potensi ekonomi di komunitas *digital* Batam. Banyak partisipan yang melaporkan bahwa mereka menggunakan *platform* media sosial untuk mencari peluang kolaborasi, baik berupa proyek bersama, promosi usaha, atau berbagi sumber daya. Sebagai contoh, beberapa UMKM di Batam mengungkapkan bahwa mereka berhasil mengembangkan bisnis mereka melalui promosi dan pemasaran di media sosial, yang meningkatkan visibilitas dan memperluas jangkauan pasar mereka.

Selain itu, partisipan juga menyebutkan bahwa media sosial memungkinkan mereka untuk ikut serta dalam acara atau kegiatan yang sebelumnya sulit diakses. Melalui fitur seperti live streaming, webinar, atau grup diskusi di media sosial, mereka dapat memperoleh pengetahuan dan peluang yang memperkaya modal sosial mereka.

Meskipun media sosial menawarkan berbagai keuntungan dalam membangun modal sosial, komunitas *digital* di Batam menghadapi beberapa tantangan. Beberapa masalah utama yang diungkapkan oleh partisipan antara lain: kepercayaan yang rentan, interaksi yang terbatas, kesulitan dalam mengelola konflik. Media sosial juga bisa mengancam kualitas karya jurnalistik yang disediakan media arus utama (media mainstream), baik itu media cetak, radion

televi maupun media online (Muhammad Ikhwan, 2022).

## 2. Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial di Batam berfungsi sebagai saluran yang sangat efektif dalam membangun dan memperkuat modal sosial di komunitas *digital*. Temuan ini sejalan dengan teori modal sosial yang dikemukakan oleh (Putnam, 2000), yang menekankan pentingnya elemen-elemen seperti jaringan sosial, norma saling percaya, dan kemampuan untuk berkolaborasi. Media sosial memungkinkan individu untuk memperkuat *bonding dan bridging social capital*, yang pada gilirannya meningkatkan kolaborasi, kepercayaan, serta menciptakan peluang sosial dan ekonomi.

Dalam konteks *bonding social capital*, peran media sosial memungkinkan komunitas di Batam untuk mempererat hubungan antar anggota yang memiliki latar belakang atau tujuan yang sama, baik dalam konteks sosial maupun bisnis. Sementara itu, dalam hal *bridging social capital*, media sosial memfasilitasi pembentukan hubungan dengan kelompok yang lebih luas, membuka peluang kolaborasi dengan individu atau organisasi di luar Batam, bahkan di luar negeri. Namun, penggunaan media sosial tidak selalu berdampak positif; ada juga beberapa efek negatif seperti kecanduan, perbandingan sosial, dan kehilangan privasi yang patut menjadi perhatian.

Dinamika sosial di era virtual meliputi pembentukan komunitas online, pengembangan identitas digital, dan peran media sosial dalam membentuk opini publik. Transformasi sosial dalam konteks ini mempunyai dampak signifikan terhadap dinamika masyarakat modern. Penelitian mengenai sosiologi virtual memberi kita pemahaman yang mendalam tentang

bagaimana teknologi digital memengaruhi perilaku, interaksi, dan struktur sosial manusia di dunia maya (Aan Setiadarma *et al.* 2024). Platform media sosial memiliki peranan yang sangat vital dalam memfasilitasi interaksi antar anggota komunitas. Dengan beragam fitur seperti grup diskusi, obrolan langsung, individu dapat dengan mudah berbagi informasi, pengalaman, dan ide dengan sesama anggota komunitas di Batam.

Meskipun media sosial dapat memperkuat kepercayaan, penelitian ini juga menunjukkan bahwa keberhasilan dalam membangun kepercayaan sosial di media sosial bergantung pada kualitas interaksi yang terjadi antara anggota komunitas. Interaksi yang transparan, berbagi informasi yang bermanfaat, serta saling mendukung melalui media sosial dapat meningkatkan tingkat kepercayaan antar anggota komunitas. Namun, tantangan yang dihadapi dalam menjaga kepercayaan melalui media sosial, seperti informasi yang salah atau penyalahgunaan *platform*, juga sejalan dengan temuan-temuan dalam literatur sebelumnya yang menunjukkan bahwa interaksi online terkadang mengurangi kualitas kepercayaan sosial jika tidak dikelola dengan baik.

Transformasi media sosial digunakan oleh anggota komunitas untuk memperluas jaringan sosial, membangun kepercayaan, dan memfasilitasi kolaborasi antar individu atau kelompok. Media sosial memungkinkan untuk menjalin hubungan sosial yang lebih luas dan lebih efektif dibandingkan dengan interaksi tatap muka, terutama dengan adanya keterbatasan jarak dan waktu.

#### a. *Bonding Social Capital*

Sebagian besar partisipan melaporkan bahwa media sosial membantu mempererat hubungan dalam komunitas yang sudah ada, seperti komunitas bisnis, sosial, atau hobi.

Melalui interaksi rutin di *platform* media sosial (seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram), anggota komunitas merasa lebih dekat dan terhubung, meskipun mereka tidak selalu bertemu langsung.

#### b. *Bridging Social Capital*

Selain itu, media sosial juga berperan dalam menciptakan *bridging social capital*, yang memperluas jaringan sosial ke komunitas yang lebih luas dan beragam. Melalui media sosial, mereka tidak hanya memperoleh pengetahuan baru, tetapi juga kesempatan untuk berkolaborasi dengan pihak lain yang memiliki minat dan tujuan yang serupa.

Selain itu, dengan media sosial memungkinkan terjalannya kolaborasi yang lebih luas, baik dalam aspek sosial maupun ekonomi, yang kini menjadi karakteristik masyarakat *digital*. Saat ini internet menjadi infrastruktur penghubung bagi banyak kalangan, di antaranya pemerintah, swasta, pelaku bisnis dan individu. Di lain pihak, dengan kemajuan teknologi informasi membuat para pelaku Usaha Kecil Menengah (UMKM) memiliki peluang lebih besar dalam memasarkan produk. Hal ini tentu menjadi tantangan bagi para pelaku UMKM dalam menentukan strategi pemasaran, di era teknologi yang memiliki berbagai macam *platform* (Syahputro, 2020). Ini juga menunjukkan bahwa media sosial dapat mengurangi hambatan biaya transaksi sosial yang seringkali menghalangi kolaborasi tradisional, terutama bagi UMKM yang membutuhkan *platform* untuk promosi dan pengembangan usaha mereka. Dalam konteks manajemen operasional, strategi pemasaran *digital* akan menjelaskan berbagai alat dan metode yang digunakan oleh UMKM untuk menjalankan bisnis mereka (Manurung *et al.*, 2023).

Namun, seperti yang terungkap dalam penelitian ini, meskipun ada potensi ekonomi yang besar, masih terdapat kendala dalam hal komunikasi dan keterbatasan keterampilan teknis dalam memanfaatkan media sosial secara efektif. Oleh karena itu, penting untuk memberikan pelatihan dan pengembangan keterampilan penggunaan media sosial, khususnya untuk bisnis dan kolaborasi, guna mendukung pemanfaatan yang lebih optimal dari modal sosial yang tersedia.

### E. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menggali bagaimana transformasi media sosial dapat berkontribusi dalam membangun modal sosial di komunitas *digital* Kota Batam. Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan analisis konten media sosial, dapat disimpulkan bahwa media sosial memegang peranan krusial dalam memperkuat dan memperluas modal sosial bagi komunitas *digital* di Batam.

- a. Peran Media Sosial dalam Membangun Modal Sosial: Media sosial memungkinkan komunitas *digital* di Batam untuk mempererat hubungan sosial antar anggotanya (*bonding social capital*) serta memperluas jaringan sosial ke komunitas yang lebih besar dan beragam (*bridging social capital*).
- b. Kepercayaan Sosial: Kepercayaan sosial dalam komunitas *digital* di Batam terwujud melalui interaksi yang terbuka dan saling mendukung di media sosial. Namun, meskipun media sosial dapat memperkuat kepercayaan antar anggota, tantangan dalam menjaga integritas informasi dan mencegah penyebaran hoaks menjadi isu yang perlu diatasi untuk memastikan kepercayaan tetap terjaga.

- c. Kolaborasi dan Pengembangan Ekonomi: Media sosial terbukti menjadi alat yang efektif untuk mendorong kolaborasi antara individu dan organisasi. Banyak komunitas *digital* di Batam, khususnya di sektor UMKM, yang memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan visibilitas usaha mereka, memperluas jangkauan pasar, serta menemukan peluang kolaborasi.
- d. Tantangan dalam Mengelola Interaksi: Beberapa tantangan dalam memanfaatkan media sosial untuk membangun modal sosial di Batam mencakup masalah terkait dengan kualitas interaksi yang terbatas di dunia maya, potensi ketegangan yang muncul akibat komunikasi *digital* yang kurang personal, serta tentang penyebaran informasi yang tidak valid.

Adapun saran, sebaiknya menyatukan komunitas digital yang fokus pada berbagai upaya produktif antara lain menumbuhkan jiwa kewirausahaan di ranah online, meningkatkan keterampilan di bidang *e-commerce*, serta melakukan berbagai kegiatan kreatif yang dapat membangkitkan semangat dan mengangkat potensi perekonomian Indonesia. Inisiatif ini juga dapat mendorong peserta untuk memasuki industri kreatif dan menjadi wirausaha muda dengan memanfaatkan aplikasi teknologi.

### F. Ucapan Terimakasih

Kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam mewujudkan penelitian ini. Kami dengan tulus menyambut setiap masukan atau kritik dari pembaca untuk meningkatkan kelengkapan dan kompleksitas pekerjaan kami. Harapan kami diskusi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan menambah kedalaman pemahaman jurnal

tentang dinamika seputar transformasi media sosial dalam generasi komunitas digital.

### G. Daftar Pustaka

- Akbar, A. M. (2021). *Strategi Komunikasi Dalam Peningkatan Eksistensi Komunitas Youtuber Batam*.  
<http://repository.upbatam.ac.id/id/eprint/559>.
- Alyusi Shiefti Dyah. (2019). *Media sosial: Interaksi, Identitas dan Modal Sosial Buku*. In *Prenada Media*. Kencana Prenada Media Group.  
[https://books.google.com/books/about/Media\\_sosial.html?id=z\\_nJDwAAQBAJ](https://books.google.com/books/about/Media_sosial.html?id=z_nJDwAAQBAJ).
- Altman, I. (1973). Social penetration: The Development Of Interpersonal Relationships. *Rinehart, & Winston*.
- Ananda, L. R., & Kristiana, I. F. (2017). Studi Kasus: Kematangan Sosial Pada Siswa Homeschooling. *Jurnal Empati*, 6(1), 257-263
- Armaya, A. A., Yasmin, A. S., Agustina, D., & Nurbaiti, N. (2023). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Pengembangan Komunitas Virtual*. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(11).
- Canesta, F., Chen, E., & Chua, K. (2020). Lingkungan Media Sosial Mempengaruhi Kesuksesan Sebuah Branding Melalui Komunitas Influencers. *Jurnal Teknologi Informasi*, 6(1), 70-77.
- De Clercq, E., Rost, M., Gumy-Pause, F., Diesch, T., Espelli, V., & Elger, B. S. (2020). *Moving beyond the Friend-Foe Myth: A Scoping Review of the Use of Social Media in Adolescent and Young Adult Oncology*. *Journal of Adolescent and Young Adult Oncology*, 9(5), 561-571.  
<https://doi.org/10.1089/jayao.2019.0168>.
- Gugule, H., & Mesra, R. (2022). Analisis Sosiologis Terhadap Video Viral Tiktok tentang Penegakan Hukum di Indonesia. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 8(3), 1071.  
<https://doi.org/10.32884/ideas.v8i3.956>.
- Griffin, Em, Andrew Ledbetter, Glenn Sparks. (2014). *A First Look at Communication Theory*.
- Hakim, S. N., & Raj, A. A. (2017). Dampak kecanduan internet (internet addiction) pada remaja. *Prosiding Temu Ilmiah Nasional X Ikatan Psikologi Perkembangan Indonesia*, 1.
- Ifadhila, I., Rukmana, A. Y., Erwin, E., Ratnaningrum, L. P. R. A., Aprilia, M., Setiawan, R., ... & Setiawan, H. (2024). *Pemasaran Digital di Era Society 5.0: Transformasi Bisnis di Dunia Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Ikhwan, M. (2022). *Manajemen Media Kontemporer: Mengelola Media Cetak, Penyiaran, dan Digital*. Prenada Media.
- Jokhanan Kristiyono, S. T. (2022). *Konvergensi Media: Transformasi Media Komunikasi di era digital pada Masyarakat Berjejaring*. Prenada Media.
- Kaunang, S. T. G. (2024). *Dialog Ide Sebuah Rangkaian Perspektif Digital*. Maghza Pustaka.
- Maimuna, F. F., Roroa, N. A. F., Misrah, M., Oktaviany, O., & Agit, A. (2024, October). Transformasi Digital dalam Kewirausahaan: Analisis Faktor Penghambat dan Pendorong Perkembangan Ekonomi Digital. In *Prosiding Seminar Nasional Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan dan Riset Ilmu Sosial* (Vol. 1, No. 1, pp. 187-198).
- Manurung, W. O., Annisah, T., Syafrina, I., & ... (2023). Implementasi Strategi Digital Marketing dan Manajemen Operasional pada UMKM 2Nailhouse Kota Batam. *Jurnal Mirai* ..., 8(1), 327-333.  
<https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/4645>.
- Mesra, R., Anton, E. E., Sukini, S., Ritawati, R., Ngumarno, J., & Handaru, C. D. (2023). Filmora Video Editing Application Training to Improve Students' Ability to Make Learning Videos in the Unima

- Sociology Education Study Program. *Abdi Masyarakat*, 5(2).
- Mesra, R., Anton, E., Monica, S., & Iskandar, A. C. S. (2023). Pelatihan Penggunaan Aplikasi Mendeley dan Turnitin Guna Meningkatkan Kompetensi Guru dalam Membuat Karya Tulis Ilmiah di SMA Negeri 1 Tondano. *Abdi Masyarakat*, 5(1), 56–67.
- Moleong, L. J. (1991). *Penelitian Kualitatif*. Bandung.
- Nur Hidayat, N. A. S., Septian, R. N., & Herlambang, Y. T. (2024). Sosial Media dalam Masyarakat sebagai Konsep Nyata Determinisme Teknologi. *UPGRADE: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 1(2), 73–80.  
<https://doi.org/10.30812/upgrade.v1i2.3715>.
- Pasaribu, M., & Widjaja, A. (2021). *Strategi dan Transformasi Digital*. Kepustakaan Populer Gramedia.
- Putnam, R. D. (2000). Bowling alone: The collapse and revival of American community. *Simon Schuster*.
- Linawati, I., Dewi, I. N. M. A. E., Wirastuti, S. T., Utama, I. I. M. S., Wihandani, D. M., Sastra, N. P., ... & Ked, S. (2024). *Digital Society (Pemahaman dan Inspirasi dalam Beradaptasi Pada Era Digital Society)*. Deepublish.
- Rachbini, W. (2023). *Transformasi Marketing-Tradisional Ke Digital*. CV. AA. Rizky.
- Santie, Y. D. A., & Mesra, R. (2022). Manajemen Kelas Dosen Pendidikan Sosiologi Unima dalam Meningkatkan Semangat Belajar Mahasiswa pada Pembelajaran Online. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 8(3), 1039.  
<https://doi.org/10.32884/ideas.v8i3.958>.
- Sayuti, R. H., Mulyawati, S., Juniarsih, N., Nurjannah, S., & Hadi, A. P. (2018). Modal Sosial Dan Pembangunan Masyarakat. In *Modal Sosial dan Pemberdayaan* (Vol. 1). Penerbit Yayasan Sahabat Alam Rafflesia.
- Susanti, M., Rahmawati, N., & Syafitri, R. (2023). Modal Sosial Membentuk Peluang Usaha Anak Muda Di Kota Batam. *Jurnal Archipelago*, 2(1), 15-23.
- Setiadarma, A., Abdullah, A. Z., Sadjijo, P., & Firmansyah, D. (2024). Tinjauan Literatur Transformasi Sosial dalam Era Virtual. *Khatulistiwa: Jurnal Pendidikan dan Sosial Humaniora*, 4(1), 232-244.
- Syahputro, E. N. (2020). Melejitkan Pemasaran UMKM melalui Media Sosial. In *Gresik: Caremedia Communication* (Vol. 9). Caremedia Communication.  
[https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=dXgCEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA2&dq=media+sosial&ots=rLUggOY1IO&sig=r5gUIAqNPSusFgCz\\_FvfHYWRF8o](https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=dXgCEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA2&dq=media+sosial&ots=rLUggOY1IO&sig=r5gUIAqNPSusFgCz_FvfHYWRF8o).
- Taylor, D. A., & Altman, I. (1975). *Self-disclosure as a function of reward-cost outcomes*. *Sociometry*, 18-31
- Tuerah, P. R., Pinem, P. D. S., & Mesra, R. (2023). Interaksi sosial antara mahasiswa pemeluk Agama Kristen dengan mahasiswa pemeluk Agama Islam di lingkungan FISH.
- Van Dijk, T. A. (2006). *Discourse, context and cognition*. *Discourse studies*, 8(1), 159-177.