

## Humanisme Baru di Era Electracies: Transformasi Konsep Kemanusiaan dalam Praktik Media Sosial

Intan Nur Wahyuni

Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda

---

### Article History:

Received: 23 Oktober 2025

Accepted: 20 Desember 2025

Published: 31 Desember 2025

### Kata Kunci:

humanisme baru,  
electracies, media sosial,  
komunikasi digital

### Keywords:

new humanism, electracies,  
social media, digital  
communication.

### ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada transformasi konsep kemanusiaan di era electracies melalui praktik komunikasi di media sosial. Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara manusia mengekspresikan nilai-nilai kemanusiaan dan membentuk identitas diri di ruang virtual. Dengan menggunakan teori electracies dan digital humanism, penelitian ini bertujuan menjelaskan bagaimana nilai empati, tanggung jawab, dan refleksi moral dimediasi oleh algoritma, jaringan sosial, serta budaya visual. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif melalui kajian literatur dan analisis konten media sosial yang relevan dengan isu kemanusiaan digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa humanisme baru muncul sebagai bentuk adaptasi nilai kemanusiaan di lingkungan digital yang interaktif, cepat, dan berbasis citra. Media sosial berfungsi sebagai ruang etis dan estetis tempat manusia membangun identitas,

menegosiasikan nilai, serta berpartisipasi dalam wacana sosial melalui praktik digital. Temuan ini menunjukkan bahwa kemanusiaan tidak hilang dalam era teknologi, tetapi bertransformasi melalui hubungan timbal balik antara manusia dan sistem digital. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis bagi kajian komunikasi digital dan humanisme, sekaligus menawarkan implikasi praktis bagi pengembangan etika digital dan literasi media di masyarakat modern.

### ABSTRACT

*This study focuses on the transformation of the concept of humanity in the era of electracies through communication practices on social media. The development of digital technology has changed how humans express humanitarian values and construct identity in virtual spaces. Using electracies theory and digital humanism, this research aims to explain how empathy, responsibility, and moral reflection are mediated by algorithms, social networks, and visual culture. The study employs a qualitative descriptive method through literature review and content analysis of social media related to digital humanism issues. The findings reveal that new humanism emerges as an adaptation of humanitarian values in an interactive, image-based digital environment. Social media functions as both an ethical and aesthetic space where humans construct identity, negotiate values, and engage in social discourse through digital practices. The results indicate that humanity does not disappear in the technological era but transforms through reciprocal relations between humans and digital systems. This research contributes theoretically to the study of digital communication and humanism and offers practical implications for developing digital ethics and media literacy in contemporary society.*

Copyright © 2026 Intan Nur Wahyuni

---

**Citation:** Wahyuni, Intan Nur. (2026). Humanisme Baru di Era Electracies: Transformasi Konsep Kemanusiaan dalam Praktik Media Sosial. *Humanism: Diversity, Culture, and Religious Moderation*, 1(1), 23–32. <https://doi.org/10.64093/humanism.v1i1.821>

---

### \* Corresponding Author:

Intan Nur Wahyuni: [intannur20@email.com](mailto:intannur20@email.com)

## A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam cara manusia berkomunikasi, berpikir, dan membangun makna tentang dirinya sendiri. Era yang disebut sebagai *electracies* menandai pergeseran dari budaya lisan dan tulisan (*literacy*) menuju budaya digital, di mana ekspresi manusia dimediasi oleh jaringan, gambar, dan algoritma. Media sosial menjadi ruang utama bagi manusia modern untuk berinteraksi, menampilkan identitas, dan menegosiasikan nilai-nilai kemanusiaan dalam bentuk yang baru. Dalam konteks ini, kemanusiaan tidak lagi dipahami hanya sebagai nilai moral universal, tetapi juga sebagai konstruksi yang terus berubah sesuai dengan dinamika teknologi dan budaya digital (Susanti & Hantoro, 2022).

Transformasi ini menimbulkan pertanyaan penting tentang makna “manusia” di tengah dominasi teknologi komunikasi. Jika pada masa lalu kemanusiaan diukur dari kapasitas rasional, moral, dan sosial seseorang, maka di era *electracies* kemanusiaan semakin terikat dengan kemampuan digital seperti cara berbagi, berjejaring, dan menciptakan citra diri di ruang virtual. Fenomena ini tampak jelas dalam praktik media sosial, di mana manusia bukan hanya subjek komunikasi, tetapi juga objek representasi, data, dan algoritma. Identitas pribadi kini dikonstruksikan melalui unggahan, komentar, dan interaksi daring yang membentuk “versi digital” dari diri manusia (Saidah & Trianutami, 2022).

Dalam kerangka ini, konsep humanisme baru muncul sebagai upaya untuk memahami kembali hakikat manusia di tengah perubahan tersebut. Humanisme baru tidak lagi menempatkan manusia sebagai pusat tunggal kebenaran atau pencipta makna, melainkan sebagai bagian dari jaringan sosial dan teknologi yang saling memengaruhi. Perspektif ini membuka ruang refleksi tentang bagaimana nilai-nilai kemanusiaan seperti empati, kebebasan, dan tanggung jawab dapat bertahan dan berevolusi dalam lingkungan digital yang serba cepat, terbuka, dan sering kali dangkal secara emosional. Praktik seperti penggunaan filter, estetika digital, dan narasi diri di media sosial mencerminkan bentuk baru dari ekspresi kemanusiaan yang tidak hanya bersifat personal, tetapi juga sosial dan algoritmik (Triantoro & Pramana, 2024).

Penelitian terkini menegaskan bahwa perubahan budaya digital telah menantang fondasi tradisional humanisme. Nida-Rümelin dan Weidenfeld menyebut fenomena ini sebagai bagian dari digital humanism, yaitu gerakan untuk menempatkan manusia sebagai pusat dalam tata kehidupan digital agar teknologi tetap berfungsi bagi kemanusiaan. Sementara itu, Smithies menjelaskan bahwa transformasi komunikasi digital membawa manusia pada kondisi “hibriditas eksistensial,” di mana batas antara individu dan teknologi semakin kabur. Dalam konteks media sosial, Han menyoroti bagaimana logika algoritma menggeser makna orisinalitas manusia menjadi performativitas digital, yang menuntut kesadaran reflektif terhadap identitas yang dikonstruksikan oleh sistem teknologi (Nida-Rümelin & Weidenfeld, 2022).

Penelitian ini penting dilakukan karena menawarkan perspektif baru tentang bagaimana nilai-nilai humanisme bertransformasi dalam budaya *electracies*, khususnya melalui praktik komunikasi di media sosial. Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada upaya menggabungkan teori *electracies* dengan pendekatan digital humanism, yang hingga kini belum banyak diterapkan dalam studi komunikasi di Indonesia. Dengan pendekatan ini, penelitian tidak hanya menjelaskan fenomena perubahan identitas digital, tetapi juga mengkaji

dimensi etis dan filosofis yang membentuk makna kemanusiaan baru dalam dunia yang semakin terdigitalisasi (Dibakar & Debnath, 2024).

Berdasarkan uraian tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: bagaimana praktik media sosial merepresentasikan bentuk-bentuk humanisme baru di era electracies? Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis transformasi konsep kemanusiaan yang tercermin dalam perilaku digital masyarakat, baik dalam membangun identitas, berinteraksi, maupun mengekspresikan nilai-nilai sosial di ruang virtual. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan studi komunikasi digital dan refleksi kritis terhadap posisi manusia di era teknologi yang serba algoritmik.

## B. Tinjauan Pustaka

Humanisme sejak awal dimaknai sebagai pandangan yang menempatkan manusia sebagai pusat nilai moral, rasionalitas, dan kebudayaan. Namun, dalam era digital yang serba terhubung, konsep ini mengalami pergeseran makna. Humanisme baru muncul sebagai upaya menegaskan kembali makna kemanusiaan di tengah disrupsi teknologi dan komunikasi digital yang mendominasi kehidupan sosial. Perkembangan teknologi menuntut reinterpretasi nilai-nilai kemanusiaan agar manusia tidak kehilangan orientasi etisnya dalam menghadapi perubahan sosial dan budaya. Sementara itu, Humanisme digital yang menempatkan manusia sebagai subjek moral dalam penggunaan teknologi, bukan sekadar pengguna pasif yang terjebak dalam arus algoritmik (Prem, 2024).

Dalam konteks teori komunikasi, Gregory L. Ulmer memperkenalkan konsep *electracy* sebagai bentuk kemampuan berpikir dan berinteraksi yang muncul dalam ekosistem digital. Menurut Ulmer, *electracy* “adalah bagi media digital apa yang *literacy* bagi media cetak” Paradigma ini menandai pergeseran dari pola komunikasi berbasis teks menuju pola komunikasi berbasis afeksi, citra, dan pengalaman partisipatif. Weight menambahkan bahwa *electracy* mengubah cara manusia memahami identitas diri melalui media digital, di mana ekspresi personal, estetika visual, dan interaktivitas menjadi bagian dari praktik komunikasi sehari-hari. Dalam konteks media sosial, *electracy* terlihat melalui praktik berbagi narasi, citra, dan emosi yang membentuk identitas digital sekaligus memediasi relasi sosial baru (Markelj & Sundvall, 2023).

Sementara itu, Dalam bidang komunikasi, digital humanism menjadi sangat relevan karena dunia digital kini bukan sekadar medium, melainkan lingkungan sosio-kultural yang membentuk pola pikir, persepsi, dan perilaku manusia. (Makhachashvili & Semenist, 2024) menunjukkan bahwa komunikasi pada era kecerdasan buatan membutuhkan paradigma transdisipliner, karena interaksi daring, algoritma, dan data menciptakan struktur komunikasi baru yang memengaruhi bahasa, identitas, dan dinamika sosial di dunia maya. Mereka menempatkan digital humanism sebagai kerangka yang menjembatani dimensi sosial, linguistik, dan filosofis dalam membaca fenomena komunikasi digital secara lebih kritis dan humanistic. Sejalan dengan itu, (Filippov, 2025) menegaskan bahwa integrasi digital humanism dalam praktik social termasuk pendidikan dan komunikasi public bertujuan untuk menciptakan ruang digital yang inklusif, etis, dan berorientasi pada kesejahteraan manusia, bukan semata-mata kepentingan komersial atau efisiensi teknologi

Integrasi antara teori *electracies* dan digital humanism membuka ruang baru untuk memahami bagaimana nilai-nilai kemanusiaan bertransformasi dalam praktik komunikasi media sosial. Di satu sisi, *electracy* memfasilitasi ekspresi diri dan konektivitas emosional; di sisi lain, digital humanism memberikan landasan etis bagi praktik tersebut agar tetap berpihak pada nilai kemanusiaan. Kombinasi keduanya menandai munculnya humanisme baru sebuah pandangan yang melihat manusia bukan sekadar pengguna teknologi, melainkan pencipta makna dan nilai di dalamnya. Dengan demikian, media sosial dapat dipahami bukan hanya sebagai arena interaksi digital, tetapi juga sebagai ruang pembentukan identitas, refleksi moral, dan rekonstruksi makna kemanusiaan di era *electracy*.

### **C. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif-interpretatif untuk memahami dan menafsirkan representasi nilai-nilai humanisme baru dalam praktik komunikasi digital di media sosial. Berlandaskan pada kerangka teori *electracies* dan digital humanism, penelitian ini memfokuskan analisis pada konten digital, bukan individu. Data dikumpulkan dari platform Instagram, X, dan TikTok menggunakan teknik purposive sampling untuk memilih unggahan yang relevan. Proses pengumpulan data dilakukan melalui observasi digital terhadap teks dan visual serta dokumentasi berupa arsip tangkapan layar untuk analisis lebih lanjut.

Sebagai instrumen utama, peneliti (human instrument) berperan aktif dalam seluruh proses penelitian, didukung oleh instrumen pendukung berupa lembar observasi dan kerangka koding analitik. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan Analisis Wacana Kritis model Norman Fairclough yang mencakup tiga tahapan. Tahap pertama adalah deskripsi, di mana elemen linguistik dan visual diidentifikasi. Tahap kedua adalah interpretasi, yang mengkaji bagaimana konten diproduksi dan dikonsumsi dalam ekosistem media sosial. Tahap terakhir adalah eksplanasi, yang menghubungkan praktik komunikasi digital tersebut dengan transformasi nilai-nilai humanisme dalam konteks sosial yang lebih luas.

Untuk memastikan keabsahan temuan, penelitian ini menerapkan rigor metodologis melalui dua teknik utama. Pertama, triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data dari ketiga platform media sosial yang berbeda, serta triangulasi teori dengan mengintegrasikan kerangka konseptual *electracies* dan digital humanism. Kedua, dilakukan proses peer review atau diskusi sejawat untuk memperoleh masukan kritis yang dapat menjamin konsistensi dan objektivitas dalam interpretasi data, sehingga temuan penelitian memiliki validitas dan reliabilitas yang kuat.

### **D. Hasil dan Pembahasan**

#### **Pergeseran Makna Kemanusiaan di Era *Electracies***

Temuan penelitian menunjukkan bahwa media sosial telah mengubah cara manusia memahami dan mengekspresikan kemanusiaan. Nilai-nilai seperti empati, refleksi diri, dan solidaritas kini dimediasi oleh platform digital, unggahan visual, serta interaksi berbasis algoritma. Pergeseran ini sesuai dengan konsep *electracies* yang diperkenalkan oleh Ulmer, yaitu bentuk literasi baru yang menggantikan logika teks dengan logika visual, afektif, dan partisipatif. Dalam *electracies*, manusia tidak lagi memproduksi makna melalui argumentasi rasional,

melainkan melalui partisipasi emosional, citra visual, dan keterlibatan komunitas daring (Mossner & Walter, 2024).

### **Identitas Digital sebagai Refleksi Humanisme Baru**

Data penelitian menunjukkan bahwa pengguna media sosial membentuk identitas digital melalui narasi visual, pilihan estetik, dan interaksi emosional. Praktik ini memperlihatkan bahwa identitas kini menjadi hasil kolaborasi antara manusia dan teknologi (Regita dkk., 2024). Weight menyebut bahwa electracy menciptakan bentuk identitas yang bersifat performatif, dibangun bukan melalui teks rasional atau deskripsi naratif panjang, tetapi melalui representasi visual dan emosi yang dikurasi. Identitas tidak lagi muncul sebagai sesuatu yang tetap, melainkan sebagai performa yang selalu bisa disunting, dipoles, dan disesuaikan dengan algoritma serta harapan audiens digital (Khairany, 2025).

Identitas digital menjadi cermin dari cara manusia menegosiasikan eksistensinya di dunia maya. Individu kini tidak hanya “menjadi” dirinya sendiri, tetapi juga “menampilkan” dirinya dalam versi yang dapat diterima secara sosial. Fenomena seperti self-branding, influencer culture, dan estetika gaya hidup memperlihatkan bahwa keaslian telah bergeser menjadi konstruksi sosial yang dibentuk oleh interaksi antara pengguna dan sistem algoritmik. Identitas tidak lagi sesuatu yang ditemukan, tetapi sesuatu yang diciptakan secara terus-menerus (Sari dkk., 2024).

### **Humanisme Digital dan Kesadaran Etis dalam Ruang Algoritmik**

Hasil observasi menunjukkan bahwa pengguna media sosial semakin menyadari keterlibatan algoritma dalam membentuk persepsi, interaksi, dan citra diri mereka. Kesadaran ini muncul dari pengalaman sehari-hari misalnya ketika pengguna menyadari bahwa apa yang mereka lihat di beranda bukan sekadar pilihan pribadi, melainkan hasil kurasi algoritmik yang mempertahankan perhatian mereka. Sebagian pengguna mulai menyeimbangkan kenyamanan digital dengan kesadaran etis terhadap privasi, manipulasi data, serta dampak sosial dari penggunaan teknologi (Rakhmawati dkk., 2024).

### **Integrasi Electracies dan Digital Humanism sebagai Fondasi Humanisme Baru**

Elaborasi antara temuan dan teori menunjukkan bahwa electracies dan digital humanism bukan dua gagasan yang terpisah, melainkan dua sisi dari satu transformasi besar dalam budaya digital. Electracies menjelaskan perubahan bentuk ekspresi dan komunikasi manusia dari teks menuju citra, dari argumen menuju emosi sementara digital humanism menekankan bagaimana transformasi itu harus disertai kesadaran etis dan tanggung jawab moral. Dengan kata lain, electracies berbicara tentang cara manusia mengekspresikan diri, sedangkan digital humanism berbicara tentang cara manusia tetap menjadi manusia di tengah ekspresi itu (Auliasari, 2025).

### **Pergeseran Makna Kemanusiaan di Era Electracies**

Dalam era digital yang ditandai dengan intensitas komunikasi daring, makna “kemanusiaan” mengalami pergeseran signifikan: dari fokus pada kesadaran individual dan interaksi tatap muka ke arah partisipasi kolektif, resonansi emosional, dan keterlibatan dalam jaringan sosial global. Hal ini terlihat ketika manusia tidak lagi hanya dipahami sebagai entitas rasional atau moral secara personal, melainkan sebagai bagian dari sebuah komunitas digital yang saling terhubung dan bereaksi secara bersama di mana interaksi lewat unggahan, komentar, konten viral, dan aksi kolektif membentuk identitas dan nilai

kemanusiaan baru. Studi tentang peran media sosial dalam membangun collective consciousness menunjukkan bahwa platform digital mampu menyatukan individu dari berbagai latar belakang, memungkinkan penyebaran solidaritas, kesadaran bersama, dan mobilisasi sosial tanpa batas geografis (Maftuh Ihsan Nanda Kurniawan & Hully, 2025).

Fenomena seperti konten viral, trending topic, kampanye daring, atau challenge sosial kini bukan sekadar hiburan, melainkan cara baru manusia menunjukkan empati, solidaritas, dan tanggung jawab sosial. Dalam penelitian tentang “viral content” dan “brand empathy”, ditemukan bahwa reaksi emosional kolektif terhadap sebuah narasi baik berupa suka, komentar, maupun tindakan nyata dapat membangun ikatan emosional dan komitmen sosial, meskipun interaksinya bersifat daring (Prameshti & Priastuty, 2024). Di sinilah makna kemanusiaan direkonfigurasi: dari kedekatan fisik menjadi kedekatan naratif dan emosional, dari interaksi tatap muka menjadi interaksi digital yang memiliki efek nyata.

Lebih jauh lagi, transformasi ini mempengaruhi bagaimana empati dipahami dan diwujudkan. Di masa lalu, empati sering dikaitkan dengan kehadiran fisik atau dialog langsung; sekarang, empati juga dapat menampakkan dirinya melalui “empati digital” like, komentar mendukung, berbagi konten solidaritas, hingga kampanye sosial daring. Penelitian menunjukkan bahwa literasi digital memegang peranan kunci dalam membentuk empati dan solidaritas sosial: individu dengan literasi digital tinggi lebih mampu menggunakan media sosial secara etis, kritis, dan empatik, serta lebih aktif terlibat dalam aksi sosial virtual (Ria Amelia dkk., 2025).

Namun, pergeseran ini juga membawa ambivalensi. Di satu sisi, media sosial membuka peluang bagi rekonstruksi kemanusiaan memperluas akses, mempertemukan suara, memungkinkan solidaritas global. Di sisi lain, intensitas dan logika platform yang menekankan kecepatan, viralitas, dan visibilitas berpotensi mereduksi kedalaman refleksi serta meniadakan konteks personal yang mendalam. Dalam beberapa kasus, interaksi digital justru dapat menimbulkan bentuk-kemanusiaan yang dangkal: empati yang cepat tetapi sesaat, solidaritas yang bersifat simbolik tanpa tindakan nyata, dan partisipasi yang bersifat performatif. Penelitian tentang bagaimana media sosial mempengaruhi kepekaan sosial menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang intens bisa meningkatkan sensitivitas sosial, tetapi jika tanpa literasi dan etika digital, bisa juga mendistorsi empati dan mengurangi kedalaman hubungan sosial (M. Fadlan Choiri dkk., 2024).

Dengan demikian, era electracies dan media sosial memunculkan model baru kemanusiaan yang berbasis jaringan kemanusiaan bukan lagi sekadar hakikat individu, tetapi produk interaksi sosial, resonansi emosional, dan partisipasi kolektif. Era ini menuntut pemahaman ulang tentang apa arti “manusiawi”: bukan hanya sebagai makhluk moral dan rasional, tetapi sebagai bagian dari komunitas digital yang terus berubah, di mana empati, solidaritas, dan tanggung jawab dapat diwujudkan dalam bentuk digital asalkan kesadaran kritis, literasi media, dan etika bermedia terus dijaga.

### **Identitas Digital sebagai Refleksi Humanisme Baru**

Di era digital sekarang ini, identitas manusia mengalami transformasi mendalam dari identitas yang terikat ruang dan interaksi fisik, menuju identitas yang dibangun, dinegosiasikan, dan dipahami dalam ruang daring (virtual).

Identitas digital menjadi medium baru di mana seseorang dapat merekonstruksi diri: menunjukkan siapa mereka, apa nilai dan keyakinan mereka, serta bagaimana mereka ingin dilihat dalam komunitas digital. Dalam konteks humanisme baru, identitas digital mencerminkan manusia sebagai makhluk reflektif yang menyadari bahwa dirinya berinteraksi dalam sistem teknologi tetapi tetap berusaha mempertahankan kemanusiaan melalui ekspresi diri yang relevan dengan zaman (Sitompul dkk., 2023)

Penelitian terkini menunjukkan bahwa generasi muda khususnya generasi Z menggunakan media sosial sebagai arena konstruksi dan representasi identitas. Melalui gaya komunikasi, pilihan visual, narasi, dan interaksi daring, mereka membentuk identitas digital yang fleksibel dan cair, menyesuaikan diri dengan konteks sosial, estetika, dan algoritma platform (Irianto dkk., 2022) ini tidak semata soal “tampil” tetapi juga soal menyampaikan nilai, idealisme, dan kepedulian: identitas digital bisa menjadi sarana untuk mengekspresikan empati, solidaritas, kepekaan sosial, atau bahkan kesadaran kolektif.

### **Humanisme Digital dan Kesadaran Etis dalam Ruang Algoritmik**

Fenomena ini sejalan dengan konsep digital humanism yang dikemukakan oleh Nida-Rümelin dan Weidenfeld, yang menegaskan perlunya menempatkan manusia sebagai pusat nilai moral di tengah ekosistem digital yang semakin kompleks. Humanisme digital berangkat dari keyakinan bahwa teknologi seharusnya memperkuat, bukan menggantikan, kapasitas manusia untuk berpikir dan bertanggung jawab. Kesadaran ini tampak dalam perilaku pengguna yang mulai mengkritisi bias algoritma, menolak penyebaran disinformasi, atau membatasi konsumsi konten berlebihan sebagai bentuk tanggung jawab diri (Lusianai & Jabar, 2021)

Kehadiran kesadaran reflektif ini membantah asumsi pesimistis bahwa manusia sepenuhnya dikuasai teknologi. Justru, di tengah sistem algoritmik yang kuat, manusia menunjukkan daya refleksi moral yang baru: kemampuan untuk mengelola teknologi dengan kesadaran etis. Di sinilah letak humanisme baru kemanusiaan bukan lagi diukur dari sejauh mana manusia bebas dari teknologi, melainkan sejauh mana ia mampu tetap manusiawi di dalamnya. Tanggung jawab moral tidak lenyap, tetapi bergeser bentuknya: dari pengendalian langsung menuju kesadaran kritis terhadap pengaruh sistem digital. Dengan kata lain, humanisme digital memperluas makna etika menjadi kesadaran ekologis di dunia algoritmik, di mana manusia, data, dan mesin saling terkait dalam satu jaringan nilai yang baru (Mas’ud dkk., 2025).

### **Integrasi Electracies dan Digital Humanism sebagai Fondasi Humanisme Baru**

Smithies menyebut fenomena ini sebagai hibriditas eksistensial, yaitu kondisi ketika manusia hidup di antara dunia nyata dan dunia digital secara bersamaan. Dalam keadaan ini, manusia tidak kehilangan kemanusiaannya, melainkan mengalaminya dalam bentuk baru. Kemanusiaan menjadi sesuatu yang adaptif, fleksibel, dan reflektif terhadap konteks digital yang melingkupinya. Media sosial, dengan segala kontradiksinya, menjadi ruang di mana manusia terus belajar menegosiasikan nilai dan makna hidup (Indriani & Sitorus, 2025).

Integrasi electracies dan digital humanism dapat menjadi fondasi bagi pengembangan humanisme baru yang relevan dengan realitas abad ke-21. Ia menegaskan bahwa teknologi bukan lawan, melainkan mitra dalam perjalanan eksistensial manusia. Tantangannya bukan untuk melarikan diri dari dunia digital,

tetapi membangun kesadaran yang membuat manusia tetap sadar akan tanggung jawab moralnya di dalam dunia itu (Sinaga dkk., 2025). Dengan demikian, humanisme baru di era electracies merupakan upaya manusia untuk meneguhkan kembali nilai-nilai kemanusiaan dalam lanskap yang telah berubah, agar teknologi menjadi sarana refleksi, bukan sekadar hiburan; ruang tumbuh kesadaran, bukan sekadar panggung citra.

## E. Simpulan

Berdasarkan hasil temuan dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa praktik komunikasi di media sosial mencerminkan munculnya bentuk humanisme baru di era electracies, yaitu transformasi nilai kemanusiaan yang terwujud melalui interaksi digital dan konstruksi identitas di ruang virtual. Nilai-nilai seperti empati, solidaritas, dan tanggung jawab sosial kini diekspresikan melalui simbol visual, narasi digital, serta partisipasi daring yang membentuk moralitas baru berbasis jaringan dan algoritma. Identitas manusia di era ini tidak lagi bersifat statis, tetapi terus berubah sesuai dinamika interaksi dengan teknologi dan pengguna lain. Hal ini menandakan munculnya bentuk eksistensi hibrid, di mana manusia berperan sekaligus sebagai pencipta dan hasil dari sistem digital yang ia gunakan. Dengan demikian, humanisme baru tidak meniadakan nilai kemanusiaan, tetapi menyesuaikannya dengan konteks digital yang menuntut kesadaran reflektif terhadap teknologi, etika, dan interaksi sosial.

Secara teoretis, penelitian ini berimplikasi pada pengembangan kajian komunikasi digital dan filsafat humanisme, dengan menggabungkan perspektif electracies (Ulmer) dan digital humanism (Nida-Rümelin & Weidenfeld). Integrasi ini memberikan cara pandang baru untuk memahami manusia bukan sebagai pusat tunggal makna, tetapi sebagai bagian dari jaringan sosial-teknologis yang saling memengaruhi. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi landasan bagi penguatan etika digital dan literasi media yang berorientasi pada nilai-nilai kemanusiaan, empati, serta tanggung jawab sosial. Selain itu, penelitian ini membuka peluang untuk riset lanjutan mengenai pengaruh algoritma, kecerdasan buatan, dan budaya visual terhadap pembentukan nilai kemanusiaan di era pasca-digital, sehingga pemahaman tentang humanisme baru dapat terus berkembang seiring evolusi teknologi komunikasi.

## Referensi

- Auliasari, A. S. (2025). Krisis Nilai Kemanusiaan Di Era Digital: Analisis Berdasarkan Ideologi Pancasila. *Lentera Ilmu*, 2(1), 38–44.
- Dibakar, M., & Debnath, R. (2024). Embracing Humanism In The Digital Age: Calling For Moral Participation. *Journal Of Social Science And Humanities*, 6, 6–7. [https://doi.org/10.53469/Jssh.2024.6\(11\).02](https://doi.org/10.53469/Jssh.2024.6(11).02)
- Filippov, O. (2025). Conceptualization Of Digital Humanism Principles In The Context Of Educational Practices. *Oriental Journal Of History, Politics And Law*, 5(04), 316–328. <https://doi.org/10.37547/Supsci-Ojhpl-05-04-41>
- Indriani, L., & Sitorus, F. K. (2025). Dampak Positif Dan Negatif Media Digital Dalam Pendekatan Filsafat. *Jurnal Iso: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Humaniora*, 5(1), 11–11.

- Irianto, J., Asmorowati, S., & Santoso, Y. H. (2022). Pengembangan Manajemen Pelatihan Sumber Daya Manusia Berdasar Sistem Addie Pada Aparatur Di Badan Pengembangan Sdm Provinsi Jawa Timur: Digitalisasi Training Needs. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal Of Public Services)*, 6(2), 511–520.
- Lusianai, W. O., & Jabar, A. S. (2021). Pendidikan Etika Bermedia Sosial Melalui Literasi Media Anti Hoax, Hate Speech Dan Bullying. *Jurnal Pkm (Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 4(4), 410–422.
- M. Fadlan Choiri, Firman, F., & Netrawati, N. (2024). Media Sosial Sebagai Faktor Pengaruh Terhadap Kepekaan Sosial. *Liberosis: Jurnal Psikologi Dan Bimbingan Konseling*, 8(2), 61–70. <https://doi.org/10.3287/Liberosis.V8i2.8642>
- Maftuh Ihsan Nanda Kurniawan & Hully. (2025). The Role Of Social Media In The Formation Of Collective Consciousness And Contemporary Social Movements. *International Journal Of Social Sciences And Humanities*, 3(3), 186–192. <https://doi.org/10.55681/ijssh.V3i3.1513>
- Makhachashvili, R., & Semenist, I. (2024). Digital Humanities As A Transdisciplinary Communication Paradigm In The Age Of Ai. *Proceedings Imcic-International Multi-Conference On Complexity, Informatics And Cybernetics*, 1, 286–293.
- Markelj, J., & Sundvall, S. (2023). Theming Electracy: An Interview With Gregory L. Ulmer. *Convergence*, 29(1), 11–27.
- Mas'ud, F., Jeluhur, H., Negat, K., Tefa, A., Uly, M., & Amtiran, M. (2025). Etika Dalam Media Sosial Antara Kebebasan Ekspresi Dan Tanggung Jawab Digital. *Jimmi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Multidisiplin*, 2(2), 235–246.
- Mossner, C., & Walter, S. (2024). Shaping Social Media Minds: Scaffolding Empathy In Digitally Mediated Interactions? *Topoi*, 43(3), 645–658.
- Nida-Rümelin, J., & Weidenfeld, N. (2022). *Digital Humanism: For A Humane Transformation Of Democracy, Economy And Culture In The Digital Age*. Springer Nature.
- Pramesthi, J. A., & Priastuty, C. W. (2024). How Brand Empathy Created: Study On Organic Viral Content. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 8(1), 69–87. <https://doi.org/10.38043/Jids.V8i1.5039>
- Prem, E. (2024). Principles Of Digital Humanism: A Critical Post-Humanist View. *Journal Of Responsible Technology*, 17, 100075.
- Rakhmawati, N. A., Rendiga, N. M., Aini, S. A., & Tertiabudi, V. A. (2024). Analisis Etika Dalam Penggunaan Media Sosial Instagram Oleh Mahasiswa Its Mengenai Pelanggaran Privasi. *Jieet (Journal Of Information Engineering And Educational Technology)*, 8(2), 90–95.
- Regita, E., Luthfiyyah, N., & Marsuki, N. R. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Persepsi Diri Dan Pembentukan Identitas Remaja Di Indonesia. *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum*, 2(1), 46–52.
- Ria Amelia, Faza Nisrina Nu'ma, Lyra Virna, Muhammad Khayan, Mar Atus Salisatul Udhma, & Indra Simanungkalit. (2025). Dampak Literasi Digital Terhadap Empati Dan Solidaritas Sosial Di Media Sosial. *Arima: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 3(1), 208–212. <https://doi.org/10.62017/Arima.V3i1.5140>

- Saidah, M., & Trianutami, H. (2022). Dramaturgy In Identity Formation On Social Media: A Study On Second Account Ownership On Instagram. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(2), 267–278.
- Sari, W. P., Paramita, S., & Irena, L. (2024). Model Personal Branding Nano-Influencers Generasi Z Di Instagram. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 328–340.
- Sinaga, R., Firman, F., & Nurfahanah, N. (2025). Landasan Filosofis Dan Teknologi Digital Dalam Memaknai Nilai Pendidikan Di Masa Depan. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 3(1).
- Sitompul, L. U., Noviani, F., & Sembiring, S. (2023). Constructing Self Identity Through Social-Media: In The Perspective Of Gen Z. *Iclsse 2023: Proceedings Of The 5th International Conference On Law, Social Sciences And Education, Iclsse 2023, 1st June 2023, Singaraja, Bali, Indonesia*, 335.
- Susanti, D., & Hantoro, P. D. (2022). Indonesian Netizens' Digital Self And Identity Creation On Social Media. *Komunikator*, 14(2), 104–113.
- Triantoro, D. A., & Pramana, M. A. (2024). Digital Identities And Aesthetic Expression: Uncovering Young Indonesians Argumentation In Filter Usage On Social Media. *Channel: Jurnal Komunikasi*, 12(1), 37–47.