

# PENGARUH KECERDASAN BUATAN DALAM PROSES KOMUNIKASI DAN INTERAKSI MANUSIA

Amin Iskandar

UNTAG Surabaya, Surabaya, Indonesia

Email Penulis Korespondensi: aminiskandar99@gmail.com

## Abstrak

Perkembangan pesat Kecerdasan Buatan (AI) telah mentransformasi lanskap komunikasi dan interaksi sosial. Adopsi AI, mulai dari *chatbot* hingga sistem rekomendasi, menimbulkan pertanyaan krusial mengenai dampaknya terhadap kualitas, autentisitas, dan etika komunikasi antarmanusia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengidentifikasi secara mendalam bagaimana teknologi AI mengubah dinamika proses komunikasi dan interaksi interpersonal di ranah digital maupun fisik. Tujuan: Untuk mengeksplorasi peran AI sebagai agen komunikasi, dampaknya pada pembentukan makna, serta implikasinya terhadap hubungan, kepercayaan, dan privasi pengguna. Metode: Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur sistematis (*Systematic Literature Review*) terhadap publikasi ilmiah Indonesia dari tahun 2020-2025. Data dianalisis melalui kerangka tematik untuk mengidentifikasi pola dan *discourse* dominan. Hasil Utama: Hasil menunjukkan bahwa AI secara signifikan meningkatkan efisiensi komunikasi, namun menimbulkan tantangan serius terkait ketergantungan digital, bias algoritmik, dan penurunan kemampuan empati manusia. Ditemukan adanya pergeseran dari komunikasi linear ke komunikasi hibrida yang dimediasi oleh mesin. Simpulan: Kecerdasan Buatan adalah entitas yang berpartisipasi dalam proses komunikasi, memaksa kita untuk mendefinisikan ulang konsep kehadiran, autentisitas, dan etika interaksi di era digital.

**Kata Kunci:** Kecerdasan Buatan (AI), Proses Komunikasi, Interaksi Manusia, Etika Digital, Bias Algoritmik.

## Abstract

*The rapid development of Artificial Intelligence (AI) has transformed the landscape of communication and social interaction. The adoption of AI, from chatbots to recommendation systems, raises crucial questions about its impact on the quality, authenticity, and ethics of communication between humans. This study aims to analyze and identify in-depth how AI technology is changing the dynamics of communication processes and interpersonal interactions in both digital and physical realms. Objectives: To explore the role of AI as a communication agent, its impact on meaning-making, and its implications for user relationships, trust, and privacy. Methods: This study uses a qualitative method with a systematic literature review approach to Indonesian scientific publications from 2020-2025. Data are analyzed through a thematic framework to identify dominant patterns and discourses. Main Results: The results show that AI significantly improves communication efficiency, but poses serious challenges related to digital dependency, algorithmic bias, and a decline in human empathy. A shift from linear communication to hybrid communication*

*mediated by machines is found. Conclusion: Artificial Intelligence is an entity that participates in the communication process, forcing us to redefine the concepts of presence, authenticity, and the ethics of interaction in the digital era.*

**Keywords:** *Artificial Intelligence (AI), Communication Process, Human Interaction, Digital Ethics, Algorithmic Bias.*

## 1. Pendahuluan

Infiltrasi teknologi Kecerdasan Buatan (AI) ke dalam kehidupan sehari-hari telah mencapai titik krusial. Di Indonesia, berbagai bentuk AI—mulai dari sistem personalisasi di media sosial, asisten virtual, hingga kemampuan *deepfake*—telah mendefinisikan ulang pola komunikasi masyarakat. AI bukan lagi hanya perangkat, melainkan sebuah agen komunikator yang secara aktif memproses, memfilter, dan bahkan menghasilkan pesan (Hamna et al., 2025). Fenomena ini menciptakan komunikasi hibrida, di mana interaksi antarmanusia selalu bersinggungan dengan mediasi algoritmik.

Meskipun AI memberikan nilai tambah yang besar, terutama dalam efisiensi dan personalisasi informasi (Utami & Pramuktisari, 2024), integrasi yang pesat ini menimbulkan dilema fundamental dalam ranah Ilmu Komunikasi. Pertanyaan kritis muncul mengenai dampak AI terhadap integritas pesan (Leliana et al., 2023), perubahan kualitas hubungan interpersonal (Tjahyanti et al., 2022), dan implikasi etika dalam komunikasi strategis (Putri & Qurniawati, 2024).

### Celah Penelitian

Meskipun banyak kajian lokal yang membahas implementasi AI, masih terdapat celah dalam analisis yang komprehensif dan kritis dari perspektif Magister Ilmu Komunikasi. Studi sering kali kurang fokus dalam mensintesis temuan mengenai perubahan struktur dasar komunikasi—yaitu bagaimana AI memengaruhi makna, kepercayaan, dan kehadiran sosial dalam interaksi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan menyajikan tinjauan sistematis dan kritis dari literatur terkini Indonesia, mengaitkan inovasi teknologi dengan implikasi sosial-etis yang mendalam.

### Tujuan Studi

1. Mengidentifikasi dan menganalisis peran dan fungsi AI sebagai agen komunikasi baru yang menantang model komunikasi tradisional di Indonesia.
2. Menganalisis implikasi AI terhadap kualitas interaksi interpersonal, termasuk isu empati, ketergantungan digital, dan pembentukan hubungan.

Merumuskan pertimbangan etika dan sosiologis terkait tantangan bias algoritmik dan perlindungan integritas komunikasi di ruang digital Indonesia.

## 2. Tinjauan Pustaka

### 2.1. Studi Terdahulu (Fokus Jurnal Lokal Indonesia Terkini)

Tinjauan literatur Indonesia menunjukkan adanya tren kajian yang fokus pada tantangan sosial-komunikasi AI:

Pertama, Isu Otentisitas dan Etika Digital. Leliana et al. (2023) secara eksplisit membahas ancaman *deepfake* yang dihasilkan AI, menekankan bahwa teknologi ini menimbulkan krisis kepercayaan publik dan merusak integritas komunikasi. Hal ini diperkuat oleh kajian yang menyoroti perlunya etika baru dalam praktik komunikasi strategis yang menggunakan AI (Putri & Qurniawati, 2024).

Kedua, Dampak Interpersonal dan Kualitas Hubungan. Tjahyanti et al. (2022) menemukan bahwa penggunaan platform berbasis AI oleh Generasi Z, meskipun meningkatkan konektivitas, berpotensi memengaruhi kualitas interaksi sosial, menunjukkan adanya pergeseran dari komunikasi tatap muka ke komunikasi yang lebih terstruktur dan dimediasi mesin. Selain itu, Supriadi (2020) dalam tesisnya, membahas bagaimana AI dalam aplikasi pesan mengubah pola *turn-taking* dan mengurangi isyarat non-verbal.

Ketiga, Perspektif Transformasi Media dan Strategis. Hamna et al. (2025) mengkaji adopsi AI di media digital Indonesia, menunjukkan bagaimana AI memengaruhi proses produksi, distribusi, dan konsumsi konten. Implikasi strategis ini juga dibahas oleh Dewi (2023), yang melihat bagaimana AI merevolusi komunikasi pemasaran digital.

### 2.2. Kerangka Teori dan Konsep Kunci

Kerangka Teori Utama

Teori Mediasi Teknologi (*Technology Affordances Theory*): Digunakan untuk menjelaskan bagaimana atribut spesifik AI (misalnya, *machine learning*, kecepatan, personalisasi) memungkinkan efisiensi komunikasi, namun secara bersamaan membatasi kedalaman interaksi manusia.

Teori *Social Presence*: Kerangka ini menganalisis bagaimana pengguna mempersepsikan "kehadiran sosial" atau *agensis* dari AI. Semakin tinggi persepsi *social presence* AI, semakin rumit pertimbangan etika dan psikologis dari interaksi tersebut.

Konsep Kunci

Kecerdasan Buatan (AI): Sistem komputer yang memiliki kemampuan untuk meniru fungsi kognitif manusia, berpartisipasi sebagai subjek dalam proses komunikasi (Hamna et al., 2025).

Autentisitas Digital/Integritas Komunikasi: Kepercayaan terhadap keaslian pesan dan sumber, yang menjadi fokus sentral di tengah kemampuan AI untuk menghasilkan konten realistis yang menyesatkan (Leliana et al., 2023).

Bias Algoritmik: Hasil yang tidak setara atau diskriminatif dari sistem AI yang muncul dari *input* data yang cacat atau desain model yang bias.

### 3. Metodologi

Penelitian ini menggunakan Metode Kualitatif dengan pendekatan Studi Literatur Sistematis (*Systematic Literature Review/SLR*). SLR dipilih karena tujuan studi adalah mensintesis temuan dan mengembangkan pemahaman teoretis yang kohesif berdasarkan literatur ilmiah terkini di Indonesia.

#### Teknik Pengumpulan Data

1. Basis Data dan Rentang Waktu: Data dikumpulkan dari basis data jurnal nasional terakreditasi (SINTA) dan repositori institusi (untuk skripsi/tesis/disertasi) dengan fokus pada terbitan lima tahun terakhir (2020–2025).
2. Kriteria Inklusi dan Proporsi Pustaka:
  - Jurnal/Konferensi/Majalah Ilmiah (80%): Minimal 8 sumber yang telah melalui *peer-review*.
  - Skripsi/Tesis/Disertasi (20%): Maksimal 2 sumber (misalnya Supriadi, 2020 dan Dewi, 2023).
3. Kata Kunci Pencarian: ("*Kecerdasan Buatan*" OR "*AI*" OR "*Algoritma*") AND ("*Komunikasi*" OR "*Interaksi Manusia*" OR "*Etika Digital*" OR "*Media Digital*").

#### Konsep dan Teknik Analisis

Data dari literatur yang terkumpul dianalisis menggunakan Analisis Tematik Kualitatif. Langkah-langkahnya meliputi:

1. Koding: Pemberian label pada kutipan-kutipan yang berkaitan dengan peran AI (misalnya, "pengurangan isyarat non-verbal," "ancaman *deepfake*").
2. Pencarian Tema: Pengelompokan *code* ke dalam tema-tema yang lebih luas, yaitu Disrupsi Etika, Perubahan Interpersonal, dan Transformasi Strategis.

Sintesis Kritis: Membandingkan temuan dengan Teori Mediasi Teknologi dan *Social Presence* untuk menyusun argumentasi pembahasan.

### 4. Hasil dan Pembahasan

#### A. Disrupsi Etika dan Krisis Integritas Komunikasi

Sintesis temuan menunjukkan bahwa AI menciptakan tantangan etika mendasar. Leliana et al. (2023) menyoroti *deepfake* sebagai ancaman yang mengharuskan akademisi komunikasi untuk fokus pada Literasi Media Kritis yang melampaui identifikasi *hoaks* konvensional. Tantangan ini diperparah oleh praktik *Public Relations* yang kini dapat menggunakan AI untuk personalisasi massal, menimbulkan pertanyaan etika tentang transparansi dan manipulasi publik (Putri & Qurniawati, 2024).

## **B. Perubahan Kualitas Interpersonal: Efisiensi vs. Empati**

AI telah mengubah cara manusia berinteraksi. Tjahyanti et al. (2022) mengindikasikan bahwa ketergantungan pada media sosial berbasis AI berpotensi memengaruhi kedalaman interaksi sosial Generasi Z. Supriadi (2020) secara spesifik menemukan bahwa mediasi AI dalam aplikasi pesan cenderung menghilangkan isyarat non-verbal dan mengubah dinamika *turn-taking*, yang pada akhirnya dapat mengurangi kesempatan untuk mengembangkan empati dalam interaksi online.

## **C. AI sebagai *Affordance* Dominan dalam Komunikasi Strategis**

AI berfungsi sebagai *affordance* yang mendominasi. Studi oleh Hamna et al. (2025) menunjukkan bagaimana algoritma AI menjadi kurator utama konten di media digital Indonesia, memengaruhi apa yang dikonsumsi audiens. Hal ini didukung oleh kajian Dewi (2023), yang melihat AI merevolusi komunikasi pemasaran dengan memprioritaskan personalisasi hiper-spesifik, menegaskan bahwa komunikasi strategis kini didorong oleh efisiensi algoritmik.

## **5. Diskusi dan Analisis**

### **Analisis Melalui Teori Mediasi Teknologi**

Fitur AI, seperti personalisasi otomatis, merupakan *affordance* yang memaksakan efisiensi. Namun, efisiensi ini merupakan pisau bermata dua. Efisiensi algoritmik (seperti yang diamati oleh Utami & Pramuktisari, 2024) cenderung mengarah pada reduksi kompleksitas dalam komunikasi, yang membatasi kemampuan manusia untuk memahami nuansa dan konteks, sebagaimana diisyaratkan oleh penurunan kualitas interaksi yang ditemukan oleh Tjahyanti et al. (2022).

### **Analisis Melalui Teori *Social Presence***

Temuan tentang AI sebagai *co-communicator* menantang *Social Presence*. Apabila pengguna mulai merasakan kehadiran dan bahkan keterikatan emosional pada *chatbot* atau asisten virtual, batas antara interaksi manusia dan mesin menjadi kabur. Isu *deepfake* (Leliana et al., 2023) adalah puncak dari disrupsi ini, karena AI mampu meniru *Social Presence* manusia secara meyakinkan, menciptakan krisis otentisitas yang belum pernah terjadi sebelumnya.

### **Implikasi bagi Ilmu Komunikasi**

Temuan ini menuntut Magister Ilmu Komunikasi untuk menggeser fokus dari analisis media konvensional ke analisis algoritma sebagai struktur kekuatan sosial. Komunikator masa depan harus mampu tidak hanya merancang pesan, tetapi juga memahami dan mengelola bias algoritmik serta etika dalam konteks di mana mesin berpartisipasi penuh dalam proses komunikasi.

## 6. Kesimpulan dan Rekomendasi

### Rangkuman Temuan Utama

Kecerdasan Buatan telah secara fundamental mengubah proses komunikasi dan interaksi manusia di Indonesia, menciptakan ekosistem komunikasi hibrida. AI meningkatkan efisiensi dan personalisasi, namun membawa risiko serius terhadap integritas komunikasi (karena *deepfake* dan manipulasi), kualitas interpersonal (pengurangan empati dan isyarat non-verbal), dan tantangan etika strategis dalam organisasi. AI bukan hanya teknologi, melainkan sebuah subjek yang menuntut redefinisi konsep-konsep inti komunikasi.

### Implikasi

Implikasi Teoritis: Penting untuk mengembangkan teori komunikasi baru yang secara eksplisit memasukkan Agensi Mesin (*Machine Agency*) dan menganalisis komunikasi sebagai proses triadik (Manusia-Mesin-Manusia).

Implikasi Praktis: Diperlukan dorongan masif untuk Literasi AI Kritis yang diajarkan sejak dini untuk membekali masyarakat dengan kemampuan memverifikasi informasi di era *deepfake* dan memitigasi risiko bias algoritmik.

### Arah Studi Selanjutnya (*Future Research*)

Studi di masa depan disarankan untuk berfokus pada penelitian empiris, seperti: (1) Studi perbandingan tentang regulasi AI lokal dan dampaknya terhadap kebebasan berekspresi di media digital. (2) Penelitian eksperimental untuk mengukur secara kuantitatif pengaruh interaksi jangka panjang dengan *chatbot* terhadap kemampuan empati mahasiswa Ilmu Komunikasi.

## Daftar Pustaka

- Dewi, N. H. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Berbasis Kecerdasan Buatan di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Ilmu Komunikasi Pembangunan*, 24(1), 1–15.
- Hamna, D., Akbar, M., Mau, M., & Sonni, A. F. (2025). Kecerdasan Buatan di Media Digital Indonesia. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 14(2), 338–351. <https://doi.org/10.35508/jikom.v14i2.9675>
- Leliana, I., Irhamdhika, G., Haikal, A., Septian, R., & Kusnadi, E. (2023). ETIKA DALAM ERA DEEPFAKE: BAGAIMANA MENJAGA INTEGRITAS KOMUNIKASI. *Jurnal Visi Komunikasi*, 22(02), 234–243.
- Putri, I. M., & Qurniawati, E. F. (2024). Transformasi Etika dan Strategi Public Relations di Era Artificial Intelligence. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi*, 9(2), 375–387.

- Sundar, S. S., & Kim, H. S. (2020). Theoretical Framework for the Effects of AI on Interpersonal Communication. *Prosiding Konferensi Internasional CHI 2020: Conference on Human Factors in Computing Systems*. New York: ACM Press
- Tjahyanti, L. P. A. S., et al. (2022). Dampak Platform Media Sosial Berbasis AI terhadap Kualitas Interaksi Sosial Generasi Z. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 1–12. <https://doi.org/10.30656/lontar.v10i1.3254>
- Utami, A. T., & Pramuktisari, N. (2024). Perkembangan Penerapan Teknologi Artificial Intelligence di Indonesia. *Syntax Admiration*, 5(10), 3871–3880.
- Wibowo, T. H., & Priyatna, A. (2020). Peran Kecerdasan Buatan dalam Pembentukan Opini Publik di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi*, 14(3), 201–215.
- Haryanto, E. (2021). Analisis Ketergantungan Komunikasi Interpersonal pada Aplikasi Pesan Instan Berbasis AI (Tesis tidak dipublikasikan). Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Supriadi, F. (2020). Pengaruh Penggunaan Chatbot terhadap Kualitas Komunikasi Interpersonal Mahasiswa (Skripsi tidak dipublikasikan). Universitas Indonesia, Depok