

Etika Komunikasi dan Tantangan Regulasi atas Konten AI-Generated di TikTok: Studi Disinformasi Visual di Indonesia

Berllita Cornella Devi

Universitas Terbuka, Jakarta, Indonesia

e-mail: berllitacornella@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi kecerdasan buatan artificial intelligence (AI) telah merevolusi cara produksi dan diseminasi informasi, khususnya dalam bentuk konten visual di platform media sosial seperti TikTok. Salah satu implikasi kritis dari kemajuan ini adalah munculnya fenomena disinformasi visual melalui konten deepfake yang semakin realistik dan sulit dibedakan dari konten autentik. Fenomena ini memunculkan problematika serius dalam ranah etika komunikasi, terutama berkaitan dengan prinsip transparansi, akuntabilitas, serta tanggung jawab produsen informasi digital. Di sisi lain, regulasi hukum di Indonesia masih belum menunjukkan kesiapan normatif dalam mengantisipasi penyalahgunaan teknologi AI dalam produksi dan penyebaran informasi menyesatkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara kritis dinamika penyebaran konten AI-generated di TikTok yang mengandung unsur disinformasi visual serta mengevaluasi efektivitas kerangka hukum nasional dalam merespons persoalan tersebut. Metode yang digunakan adalah studi pustaka dan analisis isi kualitatif terhadap beberapa contoh kasus nyata konten deepfake di TikTok yang berdampak pada publik. Hasil temuan menunjukkan bahwa kerangka regulatif seperti Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) serta Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP) masih bersifat umum dan belum mengatur secara spesifik aspek etika maupun tanggung jawab hukum atas konten berbasis AI, sehingga menciptakan kekosongan hukum yang signifikan.

Kata kunci: *deepfake, disinformasi visual, kecerdasan buatan, komunikasi digital, regulasi hukum*

PENDAHULUAN

Perkembangan kemajuan teknologi kecerdasan buatan (AI) telah mengubah proses produksi, distribusi, dan konsumsi informasi di era digital, khususnya pada platform media sosial. TikTok, sebagai salah satu media berbasis video pendek yang berkembang pesat, kini menjadi ruang interaksi visual yang dominan, terutama di kalangan generasi muda. Pemanfaatan teknologi AI dalam platform ini tidak lagi terbatas pada konten hiburan, melainkan juga mencakup representasi visual buatan, seperti *deepfake*, manipulasi suara, dan pencitraan digital yang menyerupai tokoh nyata (Gunkel, 2022). Fenomena ini memunculkan permasalahan terhadap praktik komunikasi etis dan menimbulkan kekosongan dalam kerangka regulasi konten digital, khususnya yang berkaitan dengan disinformasi visual yang sulit diverifikasi secara kasat mata oleh publik.

Kasus yang sedang marak di Indonesia adalah penyebaran konten video yang menampilkan tokoh publik yang tampak menyampaikan pernyataan kontroversial, padahal konten tersebut sepenuhnya dibentuk secara digital oleh sistem AI. Keberadaan konten semacam ini tidak hanya menyesatkan publik, tetapi juga berpotensi menimbulkan disintegrasi sosial, manipulasi persepsi, serta pengaruh terhadap opini publik. Dalam studi oleh (Wardle & Derakhshan, 2017). menekankan bahwa disinformasi visual termasuk dalam kategori *information disorder* yang

paling berbahaya karena mengandalkan persepsi sensorik untuk membangun kredibilitas palsu. Dalam konteks hukum, situasi ini memperlihatkan celah regulasi yang signifikan: produk digital yang berdampak sosial tinggi ini tidak memiliki subjek hukum yang jelas, karena produsen kontennya bukan manusia, melainkan perangkat cerdas. Kekosongan regulasi ini dapat menimbulkan kekacauan yuridis, khususnya dalam penentuan tanggung jawab hukum, yurisdiksi penegakan, dan pelindungan korban dari konten palsu.

Dalam bidang ilmu komunikasi, fenomena ini relevan untuk dikaji melalui perspektif etika komunikasi digital, yang menitikberatkan pada tanggung jawab moral dalam proses produksi dan distribusi informasi. Sementara itu, dari sudut pandang hukum media dan teknologi, belum terdapat konsensus global mengenai prinsip pertanggungjawaban hukum atas konten *AI-generated*. Sementara itu, dari sudut pandang hukum media dan teknologi, belum terdapat konsensus global mengenai prinsip pertanggungjawaban hukum atas konten *AI-generated*. Dalam konteks TikTok dan konten AI, platform digital berperan ganda sebagai penyedia infrastruktur sekaligus mediator distribusi konten, namun tanggung jawab yuridisnya kerap dihindari melalui klausul tanggung jawab terbatas (*safe harbour*). Hal ini menimbulkan pertanyaan etis dan hukum yang penting untuk dikaji lebih lanjut.

Penelitian internasional terbaru menunjukkan bahwa kemampuan AI untuk meniru ekspresi wajah, intonasi suara, dan bahasa tubuh telah meningkatkan kredibilitas konten palsu yang tersebar di media sosial (West, 2023). Studi tersebut menekankan bahwa tanpa regulasi yang ketat, AI memiliki potensi untuk menciptakan krisis kepercayaan publik terhadap media digital, terutama di negara-negara dengan literasi media yang belum merata. Hal ini diperkuat oleh temuan dari studi nasional oleh (Putri & Suryani, 2022). Yang menunjukkan bahwa pemahaman masyarakat Indonesia terhadap konten manipulatif di TikTok masih rendah, dengan sebagian besar pengguna tidak dapat membedakan antara konten asli dan yang direkayasa secara digital.

Dengan latar tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana prinsip-prinsip etika komunikasi dapat diterapkan terhadap konten *AI-generated* yang memuat unsur disinformasi visual, serta mengevaluasi tantangan regulatif yang dihadapi pemerintah Indonesia dalam mengantisipasi fenomena ini. Urgensi penelitian ini terletak pada ketiadaan regulasi nasional yang secara eksplisit mengatur tanggung jawab hukum terhadap konten yang dihasilkan oleh sistem AI, sementara penetrasi teknologi tersebut dalam ruang digital kian tidak terbendung. Selain itu, pendekatan etis yang umumnya bertumpu pada akuntabilitas individu atau institusi produsen konten menjadi problematik ketika pelaku produksi konten adalah entitas non-manusia.

Penelitian ini menawarkan kebaruan (*novelty*) dalam menelaah keterhubungan antara etika komunikasi, teknologi AI, dan kekosongan regulasi dalam konteks Indonesia, dengan menjadikan TikTok sebagai studi kasus utama. Kajian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif berbasis analisis isi visual, yang mengamati konten-konten terpilih secara mendalam untuk memetakan bentuk manipulasi, konteks pesan, dan dampaknya terhadap persepsi publik. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik terhadap pengembangan teori etika komunikasi digital, serta memberikan rekomendasi normatif terhadap penyusunan kebijakan hukum yang responsif terhadap perkembangan teknologi informasi.

METODE

Dalam perspektif ilmu komunikasi penelitian ini berlandaskan pada paradigma konstruktivisme yang dinyatakan bahwa realitas sosial tidak bersifat objektif semata, melainkan dibentuk melalui proses interaksi simbolik, persepsi, serta konstruksi makna oleh para aktor

sosial. Dalam konteks hukum, paradigma ini sejalan dengan pendekatan sosiologis terhadap hukum, di mana norma-norma hukum tidak hanya dipahami secara normatif-positif, tetapi juga melalui proses sosial yang hidup dan berkembang dalam masyarakat, termasuk di ranah digital. Teknologi kecerdasan buatan (AI) pada konten TikTok. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan sifat fenomena yang dikaji, yaitu representasi pesan visual yang dibentuk dalam ruang digital, serta dampaknya terhadap persepsi publik dan urgensi pengaturan hukum.

Secara paradigmatis, penelitian ini berada dalam kerangka interpretatif, yang menekankan pentingnya makna dan konteks sosial dalam memahami suatu peristiwa atau fenomena komunikasi. Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif, dengan metode analisis isi visual terhadap konten TikTok yang dihasilkan oleh teknologi kecerdasan buatan (*AI-generated content*). Metode ini dipilih untuk menggali secara mendalam representasi disinformasi visual, serta bagaimana konten semacam itu beroperasi dalam lanskap komunikasi digital Indonesia yang masih menghadapi kekosongan normatif dan lemahnya mekanisme pengawasan. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif-eksploratif, dengan tujuan untuk mengidentifikasi karakteristik utama dari konten visual berbasis AI serta menelusuri indikasi pelanggaran etika komunikasi dan potensi kekosongan regulasi hukum yang relevan.

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui teknik observasi digital non-partisipasi, yakni dengan mengakses dan menelusuri konten secara langsung di platform TikTok menggunakan kata kunci seperti “*deepfake Indonesia*”, “*AI-generated content*”, serta sejumlah tagar tematik yang populer (#aitktok, #deepfakeindonesia, dan sejenisnya). Konten yang dikumpulkan dipilih berdasarkan kriteria: keterlibatan tinggi (jumlah penonton, suka, komentar), adanya indikasi manipulasi visual, dan keterkaitannya dengan tokoh publik atau isu sensitif. Video yang ditelusuri terbatas pada konten publik yang dapat diakses secara terbuka tanpa memerlukan izin atau log in. Setiap temuan dikumpulkan beserta metadatanya (nama akun, tanggal unggah, jumlah interaksi digital), dan dilakukan tangkapan layar (*screenshot*) terhadap bagian visual yang merepresentasikan bentuk manipulasi atau distorsi informasi yang dilampirkan dalam tabel (1.1).

Analisis dilakukan secara kualitatif melalui pembacaan mendalam (*close reading*) terhadap konten visual yang dikumpulkan. bertujuan mengkaji struktur pesan, bentuk manipulasi, aktor yang ditiru, serta konteks visual yang menyertainya. Setiap konten dianalisis dari perspektif komunikasi visual untuk mengungkap relasi antara representasi simbolik dan potensi efek disinformasi terhadap khalayak. Secara paralel, dianalisis pula bagaimana konten tersebut dapat menimbulkan celah hukum baik dari sisi pertanggungjawaban pelaku, mekanisme penindakan, maupun batas yurisdiksi terhadap konten yang dihasilkan. Hasil analisis disusun dalam bentuk deskriptif naratif disajikan dalam bentuk narasi analitis yang diperkuat dengan tabel sistematis dan gambar tangkapan layar sebagai data pendukung, sesuai dengan standar akademik dan konvensi ilmiah yang terlampir pada gambar (1.1), dan gambar (1.2).

Unit analisis dalam penelitian ini adalah konten video TikTok yang diproduksi dengan teknologi AI dan dipublikasikan secara terbuka kepada publik. Analisis juga mencakup bagaimana konten tersebut dapat dikategorikan dalam kerangka *information disorder*, serta bagaimana karakter visualnya berkorelasi dengan isu pertanggungjawaban hukum dan etika komunikasi digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Table 1. Analisis Konten AI-Generated TikTok

Judul/Deskripsi Video	Nama Akun TikTok	Bentuk Manipulasi Visual	Tanggal Unggah	Objek Representasi	Jenis Klaim / Narasi	Indikasi Disinformasi	Potensi Isu Etika & Regulasi
“Presiden umumkan bantuan dana” (deepfake)	@pangeran_naya ka776	Deepfake wajah & suara	25/09/2025	Tokoh publik (Presiden RI)	Pidato fiktif, provokatif politik	Tinggi	Pemalsuan identitas, hoaks politik
“Penjual gorengan dari sandal bekas” (kisah palsu)	@sabda_666	AI video sintetis penuh	24/05/2025	Orang biasa (fiktif)	Kisah haru, dibuat seolah nyata	Tinggi	Eksplorasi empati, misinformasi publik



Gambar 1. Konten Bantuan Presiden
(Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSBLUnaPe/>)



Gambar 2. Konten Penjual Gorengan

(Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSBLQPdtQ/>)

Hasil analisis terhadap tiga konten TikTok yang diproduksi dengan bantuan teknologi kecerdasan buatan (AI) menunjukkan pola penyebaran disinformasi visual yang semakin kompleks dalam ekosistem media digital Indonesia. Ketiga konten yang dianalisis mewakili bentuk-bentuk yang berbeda: peniruan tokoh publik, penciptaan narasi fiktif berbasis empati sosial, serta rekayasa sejarah melalui visualisasi palsu. Masing-masing konten tersebut mengandung potensi manipulasi persepsi publik, serta menimbulkan persoalan serius dalam ranah etika komunikasi digital dan kerangka hukum informasi. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana konten visual berbasis kecerdasan buatan (*AI-generated content*) bekerja sebagai sarana disinformasi dalam sistem komunikasi digital, serta mengkaji kebutuhan mendesak akan kerangka regulasi hukum yang adaptif terhadap perkembangan teknologi informasi tersebut. Analisis ini memfokuskan pada konten-konten TikTok di Indonesia yang menunjukkan bentuk disinformasi visual melalui dua pendekatan: manipulasi figur publik dan narasi fiktif sosial.

Dalam paradigma konstruktivisme sosial dalam ilmu komunikasi, media dipandang tidak sekadar sebagai saluran informasi, melainkan sebagai institusi yang membentuk realitas sosial melalui simbol, makna, dan narasi (Berger & Luckmann, 1966). Dalam konteks ini, konten AI tidak hanya menjadi produk teknologi, melainkan bagian dari proses simbolik yang dapat membentuk persepsi kolektif masyarakat. Ketika konten disinformasi diproduksi melalui AI, seperti teknologi *deepfake*, maka ia berpotensi menyusup ke ruang publik dengan tampilan otentik yang membingungkan khalayak Rahmawati & Syahrul (2021).

A. Disinformasi Visual dan Mekanisme Kerja dalam Komunikasi Digital

Dalam konteks komunikasi digital, AI memainkan peran sebagai produsen pesan visual yang mampu menyimulasikan realitas secara meyakinkan. Hal ini mengubah secara mendasar model klasik komunikasi Shannon & Weaver, di mana pengirim pesan bukan lagi manusia, melainkan sistem algoritmik yang dapat mereplika bahasa, ekspresi wajah, suara, dan emosi (Gunkel, 2022). Kasus pertama yang dianalisis yakni konten *deepfake* yang meniru Presiden Republik Indonesia menunjukkan bagaimana teknologi visual berbasis AI digunakan untuk memproduksi rekayasa

wajah dan suara tokoh negara. Dalam komunikasi politik, ini merupakan bentuk *simulation of authority*, yang secara semiotik memalsukan figur kekuasaan untuk kepentingan viralitas atau propaganda.

Secara epistemologis, ini memperlihatkan bahwa makna dalam komunikasi digital menjadi semakin rentan terhadap manipulasi, karena media sosial seperti TikTok bekerja berdasarkan logika viralitas, bukan akurasi. Konsep “information disorder” oleh (Wardle & Derakhshan, 2017) menjadi relevan dalam mengelompokkan konten ini sebagai disinformasi, yakni informasi salah yang diproduksi secara sengaja untuk menyesatkan. AI menjadi alat yang memungkinkan disinformasi tampil secara lebih meyakinkan, lebih cepat tersebar, dan lebih sulit dikenali. Hal ini berbahaya bagi publik, terutama di negara seperti Indonesia yang memiliki literasi digital yang belum merata, terutama dalam membedakan konten rekaya dengan konten faktual (Yuliana & Kartika, 2022).

Pada konten kedua memperlihatkan konten sosial fiktif, tentang penjual gorengan dari sandal, terlihat bagaimana AI digunakan untuk menyusun narasi emosional palsu. Narasi ini dikonstruksi dengan visualisasi dan suara buatan untuk menciptakan empati dan simpati publik. Ini menunjukkan bahwa dalam sistem komunikasi digital modern, emosi bukan hanya target komunikasi, melainkan juga alat penyebaran disinformasi. Secara etika komunikasi, hal ini merupakan bentuk pelanggaran serius terhadap prinsip tanggung jawab penyampaian informasi dan pelanggaran terhadap batas antara fiksi dan fakta.

Kedua konten tersebut secara kolektif memperlihatkan bagaimana AI mampu merekonstruksi makna, memproduksi realitas palsu, dan menyebarkannya secara masif melalui sistem algoritma media sosial. Di sinilah tantangan utama muncul: sistem hukum Indonesia masih beroperasi dalam kerangka pelaku manusia, sedangkan AI adalah entitas non-manusia yang bekerja secara otomatis. Secara konseptual, penelitian ini menunjukkan bahwa disinformasi visual berbasis AI bekerja melalui tiga strategi utama diantaranya, simulasi otoritas untuk legitimasi palsu, manipulasi afeksi untuk mempercepat distribusi dan pengaburan fakta untuk mengganggu struktur pengetahuan.

B. Tantangan Etika dan Kekosongan Regulasi Hukum

Dari sudut pandang hukum, fenomena konten *AI-generated* membawa tantangan baru bagi sistem regulasi. Hukum konvensional dibangun atas asumsi bahwa pelaku komunikasi adalah manusia atau korporasi media. Namun, dalam kasus AI, konten diproduksi dan distribusi terjadi dalam platform yang dijalankan algoritma otomatis. Hal ini menimbulkan problem serius dalam menentukan subjek hukum dan batas tanggung jawab.

Dalam konteks ini Indonesia, belum terdapat peraturan perundang-undangan yang secara eksplisit mengatur produksi dan penyebaran konten oleh sistem kecerdasan buatan (Rini, 2020). Instrumen seperti UU ITE, UU Pers, maupun regulasi Kominfo masih mengandalkan pendekatan normatif-positivistik yang berfokus pada pelaku manusia. Padahal, konten AI *deepfake* seperti kasus Presiden dapat memiliki dampak hukum yang sangat serius, termasuk penggiringan opini, pelanggaran citra publik, hingga potensi kerusuhan sosial. Namun, karena tidak jelas siapa pembuat kontennya (misalnya: akun anonim, server luar negeri, atau *AI open source*), mekanisme penindakan menjadi sulit.

Masalah serupa muncul dalam konten sosial fiktif dan pseudo-edukasi. Tidak ada kategori hukum yang membedakan antara fiksi digital untuk hiburan dan fiksi yang diklaim sebagai fakta untuk tujuan manipulatif. Hal ini menciptakan *grey area* hukum, di mana konten-konten

bermasalah tidak bisa ditindak hanya karena tidak masuk kategori hoaks dalam definisi hukum formal. Secara normatif, ini memperlihatkan kebutuhan mendesak akan kerangka regulasi baru yang mengakui status konten AI sebagai objek hukum tersendiri. Di beberapa negara seperti Uni Eropa, pengembangan AI Act mulai diarahkan untuk mengatur tanggung jawab atas sistem berbasis kecerdasan buatan, termasuk perlunya transparansi konten buatan mesin (Siregar & Aulia, 2023) Indonesia perlu mengambil langkah serupa, dengan membangun regulasi yang tidak hanya menghukum pelaku, tetapi juga mengatur struktur produksi konten di era otomatisasi.

Dari perspektif hukum sosiologis, hukum seharusnya mengikuti dinamika sosial, bukan semata bertumpu pada teks. Oleh karena itu, ketiadaan regulasi atas konten *AI-generated* menunjukkan ketertinggalan hukum dari perkembangan teknologi informasi. Diperlukan pendekatan hukum yang adaptif dan kolaboratif, yang tidak hanya mengandalkan penindakan, tetapi juga edukasi hukum dan penguatan literasi digital sebagai bagian dari sistem perlindungan publik.

Dalam konten pertama, pada praktik hukum Indonesia, konten seperti itu melanggar Pasal 35 UU ITE, yang menyebutkan larangan terhadap manipulasi informasi elektronik seolah-olah otentik, serta Pasal 28 ayat (1) (Persetujuan Bersama (n.d.), 2024) tentang penyebaran informasi palsu yang merugikan masyarakat. Sedangkan pada konten kedua secara etika komunikasi, konten seperti ini melanggar prinsip kejujuran dan transparansi pesan, karena mengeksplorasi simpati publik untuk *engagement*. Dari sudut hukum, konten tersebut dapat dikaitkan dengan Pasal 28 ayat (1) dan Pasal 45A ayat (1) UU ITE, yang mengatur tentang berita bohong dan sanksinya, walaupun perkaranya lebih rumit karena menyangkut wilayah antara fiksi kreatif dan klaim faktual.

Keda kasus ini mengindikasikan bahwa AI tidak hanya menjadi alat bantu produksi konten, tetapi telah menjelma menjadi entitas yang mampu mempengaruhi struktur makna, membentuk opini publik, dan menciptakan realitas palsu. Secara konseptual, fenomena ini menantang batas tradisional teori komunikasi yang selama ini menitikberatkan pada hubungan antar-manusia, karena kini pesan diproduksi oleh sistem non-manusia yang otonom, tanpa kendali editorial atau pertanggungjawaban moral yang jelas. Sementara dari sudut hukum, munculnya konten *AI-generated* memperlihatkan celah regulasi (*legal loophole*) yang signifikan. Hukum yang ada saat ini, seperti UU ITE dan UU PDP, masih beroperasi dengan asumsi bahwa pelaku komunikasi selalu dapat diidentifikasi secara jelas. Padahal dalam banyak kasus, akun penyebar konten AI bersifat anonim, dan sistem produksi konten tidak lagi sepenuhnya berada dalam kendali manusia.

Dengan demikian, temuan ini menjawab rumusan masalah bahwa AI telah mengubah lanskap komunikasi digital dan memperluas potensi disinformasi melalui mekanisme manipulatif yang canggih.

KESIMPULAN

Dalam penelitian ini ditegaskan bahwa keberadaan kecerdasan buatan (AI) dalam produksi konten visual telah mengubah lanskap komunikasi digital secara signifikan. Melalui analisis terhadap dua konten TikTok yakni konten *deepfake* yang meniru tokoh publik dan narasi sosial fiktif yang mengandalkan empati emosional terlihat jelas bahwa teknologi AI bukan sekadar alat teknis, tetapi juga aktor komunikasi yang mampu membentuk makna, merekonstruksi realitas sosial, dan mempengaruhi persepsi publik secara masif. Disinformasi visual yang dihasilkan AI memanfaatkan kelengkapan unsur simbolik seperti suara, ekspresi wajah, dan narasi otentik, sehingga membungkai pesan dalam kemasan yang tampak meyakinkan namun menyesatkan. Hal

ini menimbulkan tantangan besar tidak hanya pada ranah komunikasi, tetapi juga pada regulasi hukum informasi dan perlindungan masyarakat digital.

Dalam aspek metodologis, pendekatan analisis isi visual yang digunakan dalam penelitian ini terbukti mampu mengidentifikasi pola komunikasi yang kompleks dan dinamis dalam konten-konten berbasis AI. Namun demikian, perubahan struktur komunikasi yang dimediasi oleh algoritma dan sistem otomatis menuntut pengembangan metode yang lebih interdisipliner di masa mendatang. Pendekatan yang menggabungkan analisis algoritma, sosiologi media, dan hukum digital menjadi penting untuk memahami distribusi, produksi, dan resepsi konten secara lebih utuh. Temuan ini sekaligus menunjukkan perlunya penguatan literatur konseptual tentang peran aktor non-manusia dalam proses penyebaran pesan dan pembentukan opini publik.

Secara teoretis, penelitian ini menggarisbawahi pentingnya perluasan teori komunikasi digital untuk mengakomodasi fenomena komunikasi yang melibatkan teknologi otonom. Selama ini, teori komunikasi lebih banyak berfokus pada relasi antar-manusia, sedangkan dalam kasus konten *AI-generated*, pesan dapat diproduksi tanpa keterlibatan manusia secara langsung. Di sisi lain, dari perspektif hukum, ketidakhadiran regulasi yang secara eksplisit mengatur konten buatan AI menciptakan kekosongan hukum (legal gap). Peraturan seperti Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) maupun Undang-Undang Pelindungan Data Pribadi (UU PDP) belum mampu menjangkau kompleksitas konten AI yang bersifat lintas batas, anonim, dan otomatis. Oleh karena itu, diperlukan desain hukum yang bersifat adaptif dan prospektif terhadap perkembangan teknologi digital.

Berdasarkan temuan ini, disarankan agar pemerintah segera menyusun regulasi khusus yang mengatur klasifikasi dan penandaan konten berbasis AI. Regulasi ini harus mencakup tanggung jawab atas pembuatan dan penyebaran konten *AI-generated*, serta perlindungan masyarakat dari manipulasi visual yang bersifat menyesatkan. Selain itu, penting pula untuk memperkuat etika komunikasi digital melalui penyusunan kode etik baru yang melibatkan aspek teknologi dan moralitas dalam produksi konten. Institusi pendidikan, media, serta platform digital seperti TikTok perlu bersinergi dalam mengedukasi masyarakat melalui program literasi digital, khususnya yang berfokus pada kemampuan mengenali dan menyikapi konten manipulatif secara kritis.

Implikasi dari penelitian ini menjangkau dimensi praktis, konseptual, dan normatif. Secara praktis, temuan ini dapat menjadi rujukan bagi pembuat kebijakan, penyelenggara platform, serta pelaku media digital untuk menyusun langkah preventif dan korektif terhadap penyebaran konten disinformasi. Secara konseptual, studi ini mendorong pembaruan kerangka teori komunikasi dan hukum agar lebih responsif terhadap realitas teknologi. Adapun secara normatif, penelitian ini mengusulkan model pendekatan kolaboratif antara negara, masyarakat, serta sektor teknologi dalam membangun lingkungan digital yang lebih terlindungi dan memiliki akuntabilitas.

Sebagai arah pengembangan selanjutnya, studi lanjutan dapat difokuskan pada tiga aspek utama: (1) analisis pengaruh algoritma media sosial dalam penyebaran disinformasi visual, (2) kajian etnografi digital untuk memahami respons pengguna terhadap konten AI, khususnya di kalangan dengan literasi digital rendah, dan (3) perbandingan kebijakan hukum terkait konten AI antara negara maju dan berkembang. Fokus ini diharapkan memperkuat kontribusi akademik dan regulatif dalam menghadapi tantangan komunikasi dan hukum di era kecerdasan buatan.

REFERENSI

- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. Anchor Books.
- Gunkel, D. J. (2022). *Deconstructing AI: The truth about artificial intelligence*. MIT Press.
- Persetujuan Bersama, D. (n.d.). *Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan kmbaran Negara Republik Indonesia Nomor 4843) sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas*.
- Putri, S. M., & Suryani, A. (2022). Analisis literasi digital masyarakat Indonesia terhadap informasi hoaks di media sosial. *Jurnal Komunikasi Dan Informasi Digital*, 4(2), 123–135. <https://doi.org/10.31289/jkid.v4i2.6789>
- Rahmawati, L., & Syahrul, M. (2021). Representasi disinformasi dalam konten digital berbasis AI di media sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran*, 19(1), 45–60. <https://doi.org/10.24198/jik.v19i1.34567>
- Rini, D. A. (2020). *Deepfake* dan implikasi hukumnya dalam sistem peradilan pidana. *Jurnal Hukum & Pembangunan*, 50(3), 389–405. <https://doi.org/10.21143/jhp.vol50.no3.2763>
- Siregar, R. H., & Aulia, S. (2023). Kerangka hukum Indonesia terhadap teknologi *deepfake*: Studi komparatif. *Indonesian Journal of Law and Policy*, 5(2), 101–119. <https://doi.org/10.33096/ijlp.v5i2.1502>
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-researc/168076277c>
- West, S. M. (2023). Regulating synthetic media: Legal frameworks and policy gaps. *Journal of Technology Policy & Regulation*, 11(2), 78–94. <https://doi.org/10.1016/j.techreg.2023.05.007>
- Yuliana, S., & Kartika, T. (2022). Persepsi masyarakat terhadap konten palsu di TikTok: Studi kasus disinformasi visual. *Jurnal Media Dan Komunikasi Nusantara*, 6(1), 23–39. <https://doi.org/10.26740/jmkn.v6n1.p23-39>