

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

AI menjadi satu hal yang sedang banyak dibicarakan masyarakat di tengah era dunia digital (Alfaruqi, 2023). Dikutip dari laporan McKinsey (2023), persentase adopsi penggunaan AI dalam perusahaan mengalami peningkatan yang cukup signifikan dalam lima tahun terakhir dimana pada tahun 2017 hanya terhitung 20% perusahaan global yang menggunakan AI dalam alur kerja bisnis, sedangkan di tahun 2022 sebanyak 50% dari perusahaan dunia sudah mengimplementasikan AI ke dalam proses pelaksanaan kerja. Salah satunya dipicu oleh kehadiran ChatGPT pada akhir tahun 2022 yang sempat menarik banyak perhatian publik dan menjadi aplikasi AI paling populer dari pengguna di seluruh dunia yang mencapai hingga 14,6 miliar kunjungan (WriterBuddy, 2023).

Tidak hanya secara global, penggunaan AI di Indonesia sendiri juga mengalami peningkatan yang signifikan. Berdasarkan laporan dari WriterBuddy (2023), Indonesia masuk ke dalam jajaran dunia sebagai salah satu pengguna AI terbanyak di tahun 2023 di mana selama rentang waktu September 2022 hingga Agustus 2023, para pengguna internet di Indonesia menghasilkan sebanyak 1,4 miliar kunjungan ke berbagai situs laman atau aplikasi AI yang di mana angka ini setara dengan 5,6% dari *traffic* global sehingga menempatkan Indonesia pada urutan ketiga di dunia. Menurut Galant (2023), adopsi penggunaan AI di Indonesia mayoritas didominasi oleh Gen Z di mana sebanyak 43% sudah pernah menggunakan dan familiar dengan berbagai *tools* AI untuk mendukung produktivitas dan kreativitas yang dibutuhkan dalam keseharian.

Namun demikian, di tengah maraknya *trend* dan peningkatan penggunaan AI dalam dunia industri yang hadir melalui *platform* digital dalam satu sisi membawa sedikit banyak kontroversi terkait penyalahgunaan AI sebagai alat untuk melakukan tindakan plagiarisme dan manipulasi oleh pihak yang tidak bertanggung jawab (Yulianti, 2023). Penyalahgunaan AI disebabkan karena masih

minimnya informasi terkait panduan mengenai etika dalam penggunaan AI dengan bijak (Tayyiba, 2023). Hal ini juga didukung dari hasil kuesioner yang telah penulis lakukan terhadap gen Z di daerah Jabodetabek dimana sebanyak 26% mengatakan hal ini terjadi karena masih minimnya media informasi mengenai etika penggunaan AI yang bijak, sebanyak 35.6% berpendapat masih kurangnya kesadaran dan literasi digital dari pengguna AI, dan sebanyak 35.6% mengatakan masih belum adanya regulasi yang jelas dari pihak pengembang dan penyedia AI sehingga masih ditemukan kasus penyalagunaan AI untuk tindakan yang dapat merugikan.

Sebagai pengguna AI, tentunya perlu mengetahui cara menggunakannya dengan bijak sesuai dengan etika yang ada agar tidak melanggar hukum yang berlaku atas berbagai tindakan penyalahgunaan AI demi memaksimalkan potensi *tools* berbasis AI untuk ke depannya. Namun, di Indonesia sendiri masih belum banyak ditemukan informasi yang membahas mengenai etika penggunaan AI dengan bijak sehingga di beberapa kesempatan, kemudahan dalam mengakses AI seringkali dimanfaatkan sebagai alat untuk melakukan berbagai tindakan yang dapat memicu sebuah masalah besar dalam masyarakat. Melalui sumber dasar pengetahuan dan edukasi yang benar, hal ini dapat membantu untuk mencegah penyalagunaan AI yang berpotensi untuk membahayakan dan menimbulkan konflik di masa yang akan datang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, penulis menuliskan rumusan masalah sebagai berikut:

- 1) Penggunaan AI yang meningkat secara signifikan di satu sisi membawa pengaruh negatif yaitu penyalagunaan AI sebagai tindakan yang dapat merugikan dan mengancam keadaan sekitar.
- 2) Minimnya media informasi untuk mengedukasi kalangan remaja khususnya Gen Z terkait penggunaan dan pemanfaatan AI dengan bijak.

Dari rumusan masalah yang telah dijabarkan di atas, penulis merancang penelitian desain dengan pertanyaan:

Bagaimana perancangan poster digital untuk sarana informasi terkait etika penggunaan AI secara bijak?

1.3 Batasan Masalah

Perancangan media informasi pada topik penelitian ini dibatasi oleh beberapa hal berikut.

1. Demografis

- Gen Z
- Usia: 18-25 tahun

Berdasarkan laporan yang dikeluarkan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), penetrasi internet di Indonesia mencapai 77,02% pada tahun 2021-2022 yang menjabarkan bahwa kelompok usia tertinggi pengguna internet berada pada rentang usia 13-18 tahun sebesar 99,16% diikuti oleh kelompok usia 19-34 tahun sebesar 98,64%. Melalui data yang diperoleh tersebut, penulis menentukan batasan penelitian pada target *audience* dengan rentang usia 18-25 tahun.

2. Geografis

- Negara: Indonesia
- Provinsi: DKI Jakarta, Banten, Jawa Barat
- Domisili tempat tinggal: Jabodetabek

Menurut survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), penetrasi internet di Indonesia pada tahun 2023 mencapai angka 78,19 persen atau setara dengan 215.626.156 jiwa total penduduk. Penetrasi pengguna internet tertinggi atau di atas 80 persen berdasarkan kategori wilayah provinsi yaitu berada di Banten dengan 89,10 persen, diikuti oleh DKI Jakarta dengan 89,96 persen, dan Jawa Barat dengan 82,73 persen. (Arif, 2023). Berdasarkan data dari hasil survei tersebut, penulis menentukan batasan penelitian pada audiens yang berdomisili di daerah Jabodetabek.

3. Psikografis

Penelitian ini ditargetkan kepada gen Z yang memiliki antusiasme tinggi terhadap *trend* perkembangan industri teknologi di era digital serta mempunyai kecenderungan untuk melakukan hal yang serba cepat dan instan dalam upaya mendukung aktivitas keseharian.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Merancang sebuah solusi desain dalam memberikan informasi kepada kalangan remaja khususnya mahasiswa yang masih belum familiar atau memahami cara menggunakan *tools* berbasis AI dalam mempersiapkan ilmu dan kemampuan sebelum memasuki dunia kerja.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Perancangan penelitian ini tentunya membawa manfaat positif diantaranya adalah sebagai berikut:

1) Bagi Penulis

Mengembangkan potensi dan mengasah kemampuan diri sehingga segala ilmu yang diperoleh dari awal perkuliahan dapat diaplikasikan ke dalam dunia kerja untuk menyelesaikan sebuah masalah sebagai seorang desainer di bidang industri seni dan kreatif yang semakin kompetitif.

2) Orang Lain

Dapat memberikan wawasan baru terhadap topik atau isu yang sedang dibahas sehingga dapat berkembang secara ilmu untuk ke depannya.

3) Universitas

Menjadi inspirasi dan panduan bagi mahasiswa/i Universitas Multimedia Nusantara yang hendak mengambil topik serupa yang berhubungan dengan AI sehingga dapat dikembangkan dan dikemas dengan lebih detail dan menarik.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A