

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era perkembangan digital ini, muncul istilah *Artificial Intelligence* yang merupakan kecerdasan buatan yang dibuat untuk meniru kecerdasan manusia (Noerman dan Ibrahim, 2024). Teknologi *Artificial Intelligence* dirancang untuk menjadi alat yang dapat memudahkan manusia, namun hal ini membuka peluang terhadap penyalahgunaan teknologi *Artificial Intelligence* (Cheng, 2022). Adanya ancaman akan penyalahgunaan teknologi *artificial intelligence* menimbulkannya peluang akan penipuan digital yang menggunakan *artificial intelligence*. Penipuan digital ini sekarang lebih dikenal dengan istilah *deepfake* yang merupakan jenis ancaman baru dalam media sintesis yang menggunakan kecerdasan buatan (AI) dan pembelajaran mesin untuk membuat video, gambar, audio, dan teks yang meyakinkan dan realistis tentang peristiwa yang tidak pernah terjadi (Vida, 2023).

Deepfake merupakan bentuk jenis penipuan yang menfabrikasi sebuah identitas dan mengubahnya mengikuti kemauan pengguna (Yu, 2021). Menurut Vida, *deepfake* dibagi menjadi tiga kategori, pertama, *face swap* yang dimana dapat mengubah wajah seseorang dengan wajah orang lain. Kedua, *voice cloning* merupakan teknologi yang dapat meniru suara seseorang dan dapat membuat *audio* dengan suara orang yang ditiru. Ketiga, *AI-Generated* yang dimana *artificial intelligence* dapat membuat gambar atau video baru yang terlihat realistis namun nyatanya merupakan fabrikasi (Vida, 2023). Munculnya *deepfake* menimbulkan permasalahan baru dikarenakan teknologi tersebut dapat menyebarkan informasi palsu sekaligus memengaruhi pandangan publik (Wojewidka, 2020). Meskipun masyarakat Indonesia sendiri sudah banyak yang menggunakan internet namun masyarakat Indonesia sendiri masih belum mengetahui informasi mengenai *deepfake* dikarenakan belum adanya media edukasi yang menjelaskan hal tersebut.

Kasus akan penipuan menggunakan *deepfake* di Indonesia dapat terbilang baru, namun terdapat peningkatan peningkatan tiga kali lipat video *deepfake* dari berbagai jenis dan delapan kali lipat pada suara *deepfake* yang diposting daring pada tahun 2023 dibandingkan pada tahun 2022 (Ulmer & Tong, 2023). Salah satu kasus tersebut adalah video yang menggunakan *deepfake* dan menunjukkan Presiden Joko Widodo lancar berbahasa Mandarin (Kominfo, 2024). Hal tersebut mempengaruhi persepsi politik, terutama menjelang pemilu dan dapat memicu penurunan kepercayaan terhadap figur publik. Kejadian ini merupakan hasil rekayasa menggunakan teknologi *artificial intelligence* yang dapat disebut sebagai bentuk disinformasi (Kominfo, 2024). Direktur Jendral Aplikasi Informatika Kominfo, Samuel Abrijani Pangerapan mengatakan *deepfake* menciptakan keresahan baru sehingga perlu adanya informasi edukatif yang diberikan kepada masyarakat (CNBC Indonesia, 2024).

Nyatanya, masyarakat Indonesia kebanyakan sudah pernah mendengar istilah *deepfake*, namun penelitian menunjukkan bahwa Generasi X memiliki kemampuan mendeteksi konten *deepfake* yang lebih rendah dibandingkan dengan generasi di bawahnya. Hal ini disebabkan oleh minimnya pemahaman dan edukasi mendalam tentang teknologi *deepfake* dan cara mendeteksinya. Situasi ini juga dikarenakan dengan belum adanya media informasi yang dirancang khusus untuk memberikan edukasi terkait *deepfake* dalam format yang mudah dipahami oleh target audiens tersebut. Oleh karena itu, penulis mengajukan perancangan website mobile sebagai alat edukasi yang interaktif dan informatif untuk membantu Generasi X meningkatkan kemampuan dalam mengenali serta mendeteksi konten *deepfake*. Website ini dirancang dengan aksesibilitas tinggi, sesuai laporan Status Literasi Digital 2021 Kominfo, di mana aktivitas mencari informasi di internet adalah salah satu yang paling sering dilakukan masyarakat Indonesia. Mayoritas masyarakat Indonesia mengakses internet melalui *handphone*, dengan 99,7% responden memiliki akses sinyal telepon seluler (Kominfo, 2021). Diharapkan, *website* ini dapat meningkatkan literasi digital Generasi X dan kewaspadaan terhadap penipuan berbasis AI.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah berdasarkan latar belakang diatas dapat dituliskan sebagai berikut:

1. Kurangnya pengetahuan Masyarakat akan teknologi *artificial intelligence* khususnya *deepfake* dapat meningkatkan kasus penipuan berbasis *artificial intelligence*.
2. Belum adanya media edukasi yang dirancang secara khusus untuk meningkatkan kesadaran dan kemampuan masyarakat dalam mengenali konten *deepfake*.

Sehingga penulis memutuskan rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana cara merancang *website* tentang informasi bahaya tipuan *deepfake*?

1.3 Batasan Masalah

Peningkatan jumlah *deepfake* yang diposting setiap tahun, berpotensi menimbulkan disinformasi dan menimbulkan keresahan di masyarakat. Maka dari itu dalam perancangan media informasi ini akan membagi batasan masalah menjadi tiga bagian yaitu, objek perancangan, target STP, dan konten perancangan.

Objek perancangan pada penelitian ini akan difokuskan pada pembuatan media edukatif berupa media informasi. Media ini bertujuan untuk mengedukasi masyarakat akan bahaya teknologi *deepfake* serta bagaimana cara mengenali dan menghadapinya.

Target STP perancangan ini memiliki target primer dan target sekunder yang dikarenakan permasalahan tersebut mencakup luas dan berbasis digital. Target demografinya adalah usia 39 – 54 tahun dengan SES A. Target geografisnya adalah masyarakat perkotaan khususnya wilayah Jabodetabek. Berdasarkan data dari Kompas, provinsi DKI Jakarta, Jawa Barat, dan Banten memiliki pengguna internet yang tinggi di Indonesia (Dzulfaroh dan Pratiwi, 2022).

Konten perancangan akan berfokus akan berfokus pada penjelasan mendalam tentang *deepfake*, bagaimana dampaknya, serta mengedukasi target perancangan untuk dapat bisa mendeteksi konten *deepfake*. Konten juga akan membahas contoh-contoh kasus *deepfake* di Indonesia untuk memberi relevansi dan kesadaran masyarakat akan anacam teknologi *artificial intelligence*.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, tujuan penulis dari Tugas Akhir ini adalah merancang *website* tentang informasi bahaya tipuan *deepfake*.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Perancangan ini diharapkan dapat memberikan dampak nyata bagi praktisi dan masyarakat luas. Manfaat ini akan dibagi menjadi dua kategori sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis:

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan desain komunikasi visual, khususnya terkait dengan bahaya penipuan *deepfake*. Hasil perancangan ini dapat menjadi referensi akademik untuk pengembangan konsep-konsep baru ataupun memperkuat teori yang telah ada.

2. Manfaat Praktis:

Penelitian ini diharapkan dapat memberi dampak langsung untuk masyarakat umum akan bahaya penipuan *deepfake*. Hasil perancangan ini dapat digunakan sebagai panduan atau acuan dalam penerapannya di kehidupan masyarakat atas permasalahan bahaya penipuan *deepfake*.