

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kampanye Sosial

Inti dan Dampak Kampanye Sosial dalam perubahan sikap kampanye adalah sebuah inisiatif terstruktur yang dirancang untuk mendorong perubahan positif di tengah masyarakat dengan cara memengaruhi cara pandang, sikap, dan perilaku publik terhadap isu-isu sosial yang relevan. Sasarannya bisa berupa perubahan kebiasaan individu hingga mendorong lahirnya kebijakan yang lebih luas (Pito & Efriza, 2022).

Fokus utama dari kampanye ini sering kali menyentuh aspek-aspek krusial seperti kesehatan masyarakat, pelestarian lingkungan, pendidikan, penegakan hak asasi manusia, dan pemberdayaan komunitas. Untuk mencapai tujuannya, kampanye sosial menggunakan berbagai strategi komunikasi yang persuasif, dengan pesan yang sengaja dibuat untuk menggugah emosi dan memotivasi audiens agar mau bertindak. Penyebarannya dilakukan melalui berbagai kanal, mulai dari media massa, platform digital dan media sosial, iklan layanan masyarakat, hingga program edukasi dan mobilisasi komunitas secara langsung.

Keberhasilan sebuah kampanye sosial bergantung pada beberapa karakteristik fundamental:

1. Tujuan yang Jelas: Kampanye harus memiliki tujuan yang jelas dan terukur, misalnya menekan angka perokok, meningkatkan kesadaran public tentang perubahan iklim, atau mengurangi kasus kekerasan berbasis gender.
2. Pesan yang Menggugah: Pesan kampanye harus dirancang agar mudah dipahami, mampu menarik perhatian, dan efektif dalam mengubah persepsi atau sikap audiens terhadap isu yang diangkat.

3. Audiens yang Tertarget: Agar dampaknya maksimal, kampanye harus ditujukan kepada kelompok masyarakat tertentu yang telah diidentifikasi berdasarkan usia, lokasi, status sosial, atau faktor relevan lainnya.
4. Strategi yang Beragam: Kampanye yang efektif memanfaatkan beragam media seperti media cetak, televisi, radio, serta *platform online* untuk memastikan pesan dapat menjangkau audiens seluas mungkin.
5. Pengukuran Dampak: Kampanye yang baik biasanya dilengkapi dengan sistem evaluasi untuk mengukur sejauh mana keberhasilannya dalam mengubah sikap atau perilaku di masyarakat.

Beberapa contoh nyata dari kampanye sosial adalah gerakan anti-rokok yang mengedukasi masyarakat akan bahayanya, kampanye pengurangan sampah plastik yang mendorong penggunaan alternatif ramah lingkungan, serta kampanye kesadaran HIV/AIDS yang bertujuan meningkatkan pemahaman dan mengurangi stigma negatif. Pada dasarnya, kampanye sosial yang dieksekusi secara efektif merupakan alat yang kuat untuk menciptakan perubahan sosial yang konstruktif dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat secara menyeluruh

2.1.1 Teori- Teori yang Mendukung Kampanye Sosial

Kampanye sosial dilandasi oleh beragam teori dari bidang komunikasi dan psikologi yang menjadi panduan dalam menyusun pesan yang persuasif serta strategi yang mampu mendorong perubahan sikap dan perilaku target audiens. Di bawah ini adalah sejumlah teori yang kerap menjadi acuan dalam proses perancangan dan penerapan sebuah kampanye sosial (Pito & Efriza, 2022):

1. Teori Komunikasi Persuasif (*Persuasion Theory*)

Teori ini mengkaji bagaimana proses komunikasi dapat memengaruhi atau mengubah sikap serta perilaku seseorang. Dalam kerangka kampanye sosial, teori persuasif dimanfaatkan untuk meyakinkan audiens agar

bersedia mengubah pandangan atau kebiasaannya terkait suatu isu sosial. Elemen-elemen kunci dalam teori ini mencakup:

- A. Sumber (*Source*): Tingkat kredibilitas dan daya pikat dari sumber pesan (misalnya, figur publik, seorang ahli, atau sebuah Lembaga) sangat menentukan efektivitas pesan yang disampaikan.
- B. Pesan (*Message*): Komposisi pesan yang disampaikan, baik yang bersifat informatif, menyentuh emosi, maupun logis. Penggunaan bahasa yang lugas dan mudah dipahami merupakan faktor krusial.
- C. Audiens (*Audience*): Pemahaman mendalam mengenai karakteristik audiens, seperti rentang usia, latar belakang pendidikan, dan sistem nilai, akan memengaruhi cara pesan tersebut dikomunikasikan.
- D. Saluran Komunikasi (*Channel*): Pemilihan media yang paling relevan (contohnya, media sosial, televisi, radio) untuk dapat menjangkau audiens dalam skala yang lebih luas.

2. Teori Perubahan Sikap (*Attitude Change Theory*)

Teori ini memaparkan bagaimana sikap seorang individu bisa berubah sebagai akibat dari adanya pengaruh dari luar, seperti melalui kampanye sosial. Sikap sendiri terbentuk dari tiga elemen utama: kognitif (berkaitan dengan pengetahuan), afektif (berkaitan dengan perasaan), dan konatif (berkaitan dengan kecenderungan bertindak). Kampanye sosial dirancang untuk memengaruhi ketiga elemen ini guna mendorong perubahan sikap yang pada akhirnya akan menghasilkan perubahan perilaku. Model yang terdapat dalam teori ini adalah:

- A. Model *Elaboration Likelihood* (ILM): Menurut model ELM, terdapat dua jalur utama yang dilalui dalam proses perubahan sikap: jalur sentral (yang bersifat kognitif dan melibatkan pemikiran mendalam) serta jalur periferal (yang lebih didasari oleh emosi atau daya tarik eksternal).
- B. Model *Heuristic-Systematic Processing*: Model ini menyatakan bahwa seseorang dapat menggunakan dua jenis pendekatan dalam mengolah informasi: pendekatan heuristik yang bersifat cepat dan didasarkan pada

isyarat eksternal, atau pendekatan sistematik yang cenderung lebih rasional dan analitis.

1. Teori *Spiral of Silence*

Teori ini mengemukakan bahwa individu memiliki kecenderungan untuk tidak mengungkapkan opininya apabila mereka merasa pandangannya bertentangan dengan suara mayoritas, terlebih jika terdapat tekanan sosial yang signifikan. Sebuah kampanye sosial yang efektif dapat memanfaatkan prinsip teori ini untuk membangun sebuah iklim sosial di mana perubahan sikap dianggap sebagai hal yang wajar, sehingga setiap individu akan merasa ter dorong untuk berpartisipasi dalam perubahan sosial yang diharapkan.

2. Teori Kognitif Sosial (*Social Cognitive Theory*)

Teori yang digagas oleh Albert Bandura ini menjelaskan cara individu belajar dan memodifikasi perilakunya melalui pengamatan dan interaksi di lingkungan sosial. Kampanye sosial bisa memanfaatkan media untuk menampilkan figur atau contoh yang mempraktikkan perilaku yang diharapkan, misalnya dengan menampilkan seorang tokoh panutan yang mendukung suatu isu atau telah melakukan perubahan positif dalam kehidupannya. Komponen utama dari teori ini adalah:

1. Observasi dan *Modelling*: Individu memiliki kecenderungan untuk meniru perilaku yang mereka amati di lingkungan masyarakat atau melalui media.
2. Penguatan Sosial: Apabila sebuah perilaku positif memperoleh apresiasi atau pengakuan dari lingkungan sosial, maka kemungkinan perilaku tersebut untuk diulangi akan semakin besar.
3. Teori Media *Dependency*

Teori ini berpendapat bahwa tingkat ketergantungan seseorang pada media untuk memperoleh informasi dan arahan sosial dapat membentuk cara pandangnya terhadap dunia. Dalam konteks kampanye sosial, teori ini menunjukkan bahwa media massa dan media sosial memiliki peran krusial

dalam membentuk opini publik serta mendorong perubahan sikap melalui paparan pesan kampanye secara berkelanjutan.

4. Teori *Framming*

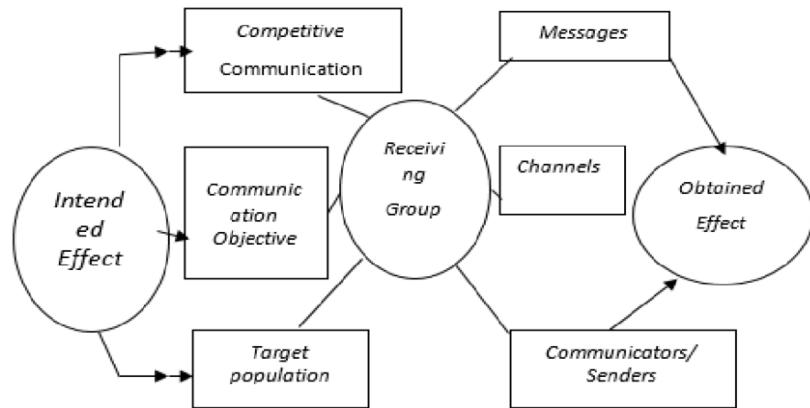
Teori pembingkaian memaparkan bagaimana media mampu membingkai sebuah isu atau peristiwa dengan sudut pandang tertentu untuk memengaruhi cara audiens mengartikan atau memaknai masalah tersebut. Kampanye sosial menerapkan teknik pembingkaian ini untuk menonjolkan aspek-aspek spesifik dari isu yang diangkat, agar audiens lebih mudah dipengaruhi dan memiliki kemungkinan lebih besar untuk ikut serta dalam perubahan yang diharapkan.

5. Teori Sosialisasi Sosial

Teori ini berpandangan bahwa sikap dan perilaku seseorang terbentuk oleh interaksi sosial yang dialaminya, khususnya di dalam sebuah kelompok atau komunitas. Kampanye sosial yang efektif sering kali menerapkan pendekatan berbasis komunitas yang mengajak individu untuk terlibat aktif dalam perubahan melalui dukungan dari kelompok sebaya atau lingkungan sekitarnya.

2.1.2 Elemen Kampanye

Menurut McQuail dan Windahl, Model Kampanye Nowak dan Warneyd adalah kerangka kerja kampanye tradisional yang berfokus pada tujuan dan hasil. Model ini bersifat pengaturan, artinya memberikan panduan agar kampanye lebih efektif. Kunci utamanya adalah semua elemen di dalamnya saling terhubung, sehingga perubahan pada satu elemen terutama tujuan akan memengaruhi yang lain. Karena itu, tujuan kampanye dalam model ini tidak kaku dan bisa disesuaikan selama prosesnya berlangsung (Pito & Efriza, 2022).



Gambar 2.1 Model Kampanye Nowak dan Waneryd

Sumber: <https://www.researchgate.net...>

Model kampanye yang dikembangkan oleh Nowak dan Warneyd mengidentifikasi delapan komponen penting yang perlu menjadi fokus perhatian (Pito & Efriza, 2022).

Elemen-elemen kunci dalam kampanye Nowak dan Warneyd:

1. Tujuan yang Diharapkan (*Intended Effect*)

Sasaran kampanye harus ditetapkan secara spesifik dan jelas sejak awal. Hal ini akan mempermudah penentuan langkah-langkah selanjutnya. Seringkali terjadi kesalahan di mana potensi keberhasilan kampanye terlalu dibesar-besarkan, yang mengakibatkan tujuan akhir menjadi kabur dan tidak terarah.

2. Persaingan Komunikasi (*Competing Communication*)

Untuk memastikan sebuah kampanye berhasil, penting untuk mengantisipasi adanya pesan-pesan tandingan atau kampanye lawan (*counter campaign*) yang dapat mengganggu efektivitasnya.

3. Obyek Komunikasi (*Communication Object*)

Idealnya, sebuah kampanye berkonsentrasi pada satu isu utama. Ini karena setiap isu yang berbeda memerlukan pendekatan komunikasi yang berlainan pula. Setelah fokus utama ditentukan, perencana kampanye harus memutuskan aspek mana dari isu tersebut yang akan paling ditonjolkan.

4. Populasi Target dan Kelompok Penerima (*Target Population and Receiving Group*)

Kelompok penerima pesan merupakan bagian spesifik dari populasi target yang lebih luas. Untuk efisiensi penyebaran pesan, sebaiknya pesan diarahkan kepada para pemimpin opini (opinion leaders) di dalam populasi tersebut. Audiens dapat dikategorikan berdasarkan tingkat kemudahan mereka untuk dijangkau; ada kelompok yang sulit dijangkau karena mereka merasa tidak butuh atau tidak terpengaruh oleh pesan kampanye.

5. Saluran (*The Channel*)

Pemilihan saluran komunikasi sangat beragam dan harus disesuaikan dengan siapa penerima pesannya serta jenis pesan yang disampaikan. Media massa ideal untuk menjangkau audiens yang luas. Akan tetapi, jika tujuannya adalah untuk mengubah perilaku, maka komunikasi langsung antarindividu terbukti lebih ampuh.

6. Pesan (*The Message*)

Pesan harus dirancang agar relevan dengan karakteristik para audiens. Secara umum, pesan memiliki tiga fungsi utama yaitu: membangun kesadaran, memengaruhi audiens, serta menguatkan keyakinan mereka bahwa keputusan atau tindakan yang mereka ambil adalah keputusan tepat.

7. Komunikasi/Pengirim Pesan (*The Communicator/Sender*)

Sosok yang menyampaikan pesan harus dipilih dengan cermat, misalnya seorang pakar atau figur publik yang disegani. Intinya, komunikator wajib memiliki kredibilitas yang tinggi di mata audiens agar pesannya dipercaya.

8. Efek yang Dicapai (*The Obtained Effect*)

Dampak nyata dari sebuah kampanye dapat diukur melalui tiga aspek: kognitif (meningkatnya perhatian, pengetahuan, dan kesadaran), afektif (perubahan

perasaan, suasana hati, dan sikap), serta konatif (tindakan nyata dan penerapan).

2.1.3 Desain Grafis

Desain grafis muncul saat komunikasi visual tercipta di Prancis Selatan. Seiring dengan berjalananya waktu, desain grafis mulai dikembangkan hingga menjadi salah satu profesi yang unggul pada abad ke-19. Pada zaman diital, teknologi berperan penting untuk dapat membantu desainer dalam menggabungkan elemen visual dan verbal untuk dapat menciptakan desain yang diinginkan (Harsari et al., 2024).

2.1.3.1 Elemen Desain

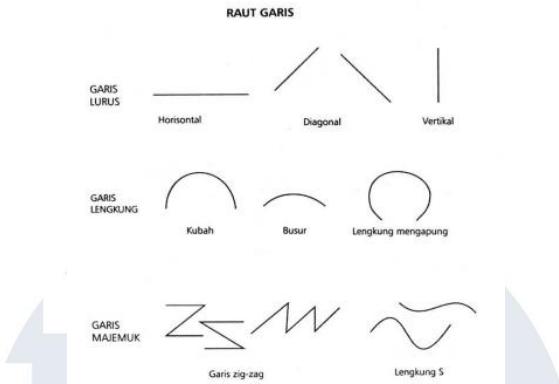
Elemen desain grafis terdiri dari garis, bentuk, warna dan tekstur (Sumema et al., 2025).

1. Garis

Garis adalah goresan yang dibentuk untuk dapat memperlihatkan sebuah batasan antara warna, bentuk dan tekstur. Garis melibatkan dimensi panjang dengan ukuran yang berbeda untuk dapat menegaskan sebuah gambar. Garis memiliki fungsi untuk membentuk batas pada sebuah objek sehingga dapat memisahkan ruangan. Tidak hanya itu, garis juga dapat membantu membentuk pola dan tekstur sehingga dapat lebih ditekankan pada satu objek yang ingin diperlihatkan atau diberikan makna.

Jenis garis terdiri dari garis lurus, garis lengkung, garis putus – putus dan garis zigzag. Garis lurus memberikan unsur ketegasan, kestabilan dan keteraturan dalam sebuah gambar. Garis lengkung memberikan kesan dinamis, lembut dan lebih fleksibel pada sebuah gambar. Garis putus – putus dapat memberikan kesan sketsa lebih mendukung untuk membedakan dengan elemen lain. Garis zigzag memberikan kesan yang lebih tajam dan energik. Garis memiliki efek visual seperti garis horizontal yang memberikan kesan tenang, stabil dan luas. Terdapat

juga garis vertical yang memperlihatkan kesan lebih tinggi dan kuat. Garis diagonal memberikan kesan lebih dinamis.



Gambar 2.2 Bentuk Garis

Sumber: <https://binus.ac.id/garis-sebagai-elemen-desain...>

2. Bentuk

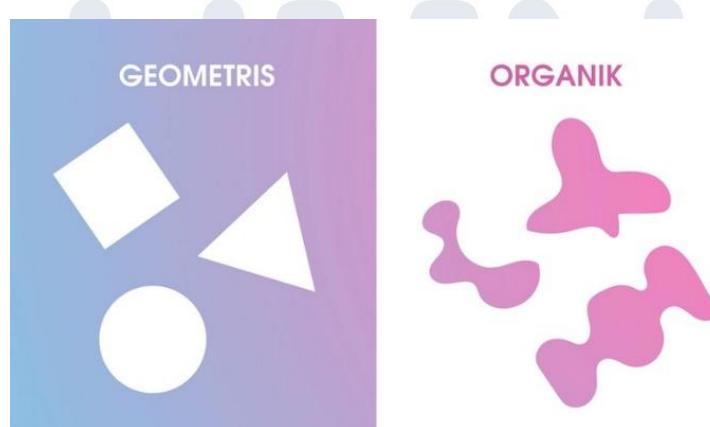
Bentuk adalah benda polos yang digunakan dalam sebuah gambar namun dengan jenis yang berbeda. Bentuk dapat dikatakan sebagai hasil visual dari beberapa gabungan garis untuk menunjukkan gambar secara tegas. Fungsi bentuk adalah untuk menciptakan komposisi visual agar gambar dapat lebih menarik untuk dilihat. Dengan adanya bentuk, terdapat pesan dan makna simbolis yang dapat disampaikan karena adanya struktur yang diperlihatkan pada desain. Jenis bentuk terdiri dari geometris, organik dan abstrak. Geometris adalah bentuk yang teratur seperti persegi, segitiga yang dapat menyediakan kesan lebih terstruktur. Organik adalah bentuk yang tidak teratur sehingga dapat memberikan kesan alami dan lebih fleksibel. Abstrak adalah bentuk yang tidak mewakili objek sehingga dapat memberikan kesan lebih modern dan unik.



Gambar 2.3 Bentuk Geometris

Sumber: <https://artikel/karakteristik-dan-fungsi...>

Bentuk geometris adalah sebuah bangunan berstruktur yang memiliki sebuah sifat dan dimensi tertentu, bisa didefinisikan oleh garis, kurva, titik, sudut yang dapat berupa dua dimensi seperti persegi dan lingkaran, atau tiga dimensi seperti kubus. Bentuk geometris sering digunakan dalam seni dan desain untuk menciptakan keteraturan dan struktur tertentu.



Gambar 2.4 Bentuk Geometris & Organik

Sumber: <https://inspirensis.id/desain-makin-menawan...>

Bentuk geometris & organik adalah sebuah dua jenis yang berbentuk dasar dalam seni rupa dan desain, bentuk pada geometris bersifat teratur, dan memiliki dimensi tertentu seperti persegi dan segitiga

sehingga memberikan kesan tegas dan stabil. Sedangkan bentuk organik bersifat bebas, tidak beraturan, dan menyerupai bentuk alami seperti awan, gelombang air yang menimbulkan kesan alami, dan ekspresif.



Gambar 2.5 Bentuk Abstrak

Sumber: <https://unsplash.com/id/ilustrasi/bentuk...>

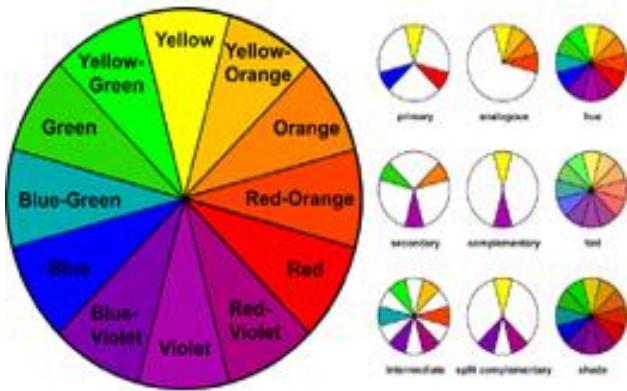
Bentuk abstrak adalah bentuk yang tidak menampilkan suatu wujud secara langsung dan tidak selalu dapat dikenali. Melainkan merupakan hasil penyederhanaan, distorsi, atau pengolahan bentuk untuk mengekspresikan ide, perasaan, atau sebuah konsep tertentu. Bentuk abstrak menekankan makna emosi, dan interpretasi visual dari objek asli, sehingga orang bisa memiliki pemaknaan yang berbeda-beda terhadapnya.

3. Warna

Warna adalah elemen dari desain grafis yang digunakan sebagai cahaya untuk memberikan simbol dan emosi. Warna digunakan untuk menafsirkan makna dalam bidang kesenian. Dengan adanya warna, terdapat kekuatan yang diperlihatkan pada sebuah gambar sehingga komunikator mampu menyampaikan apa yang ingin disampaikan. Warna terdiri dari warna primer, sekunder, tersier, hue, saturation dan

value. Warna primer terdiri dari warna dasar yang tidak dapat terbentuk dari campuran warna yang berbeda. Warna primer yang dimaksud adalah merah, kuning dan biru. Warna sekunder adalah warna yang dihasilkan karena adanya gabungan dari dua warna primer yaitu orange, hijau dan ungu. Warna tersier merupakan warna yang dihasilkan karena adanya campuran antara warna primer dan sekunder sehingga dapat membentuk warna yang berbeda. Hue merupakan warna murni tanpa adanya campuran dari hitam ataupun putih. Saturation adalah intensitas atau kejemuhan yang terdapat pada sebuah warna. Terakhir adalah value, yaitu tingkat kecerahan atau kegelapan pada warna yang digunakan.

Palet warna terdiri dari monokromatik, analogus, komplementer, dan triadic. Monokromatik merupakan variasi dari satu warna untuk memberikan rasa ketenangan dan harmonis. Analogus merupakan warna yang terdapat pada roda warna untuk membantu meningkatkan kesan harmonis dan keserasian. Komplementer adalah warna yang berlawanan pada roda warna untuk menciptakan unsur kontras dan dinamis. Triadic merupakan tiga warna yang dipilih pada roda warna. Psikologi warna dasar terdiri dari merah, kuning dan biru dengan makna yang berbeda. Merah memiliki makna energi, keberanian dan semangat. Kuning memiliki makna kebahagiaan, optimism, keceriaan dan perhatian. Biru memiliki unsur ketenangan, kepercayaan kesedihan dan stabilitas.



Gambar 2.6 Roda Warna

Sumber: <https://www.antilum.com/2018/09/menciptakan...>

4. Tekstur

Tekstur adalah sifat dari permukaan benda yang memiliki kesan kasar, halus, mengkilap dan lain – lain. Tekstur memberikan kesan yang nyata untuk merasakan kedalaman, dimensi dan realisme dalam sebuah bentuk desain. Tekstur lebih dapat memberikan rasa sentuhan untuk menciptakan minat visual dan menyampaikan sensasi kepada audiens.



Gambar 2.7 Bentuk Tekstur
Sumber: <https://www.kibrispdr.org...>

2.1.3.2 Prinsip Desain

Desain grafis adalah seni yang digunakan dalam mengembangkan media visual. Dalam hal ini, desain grafis berperan untuk dapat memberikan pesan atau ide melalui gambar, teks dan warna. Namun, pembentukan desain grafis sendiri memiliki beberapa prinsip yang

perlu diterapkan sebagai fondasi dalam menggabungkan elemen visual (Harsari et al., 2024).

1. Keseimbangan

Keseimbangan adalah salah satu prinsip fundamental untuk memastikan elemen visual dapat terlihat dengan sempurna. Prinsip keseimbangan digunakan untuk menciptakan kesetaraan antar semua elemen agar dapat saling melengkapi. Keseimbangan memiliki komposisi keseimbangan simetris, asimetris dan radial. Keseimbangan simetris dilakukan dengan mengatur elemen pada kedua sisi pusat komposisi dengan bobot visualisasi yang sama. Sementara, keseimbangan asimetris dilakukan ketika elemen di kedua sisi pusat tidak menunjukkan bobot visual yang serupa. Keseimbangan radial adalah simetri pada beberapa arah yang tersusun di sekitar titik pusat komposisi.

2. Hirarki Visual

Hirarki merupakan bentuk penataan elemen pada sebuah desain untuk dapat mengkomunikasikan setiap informasi yang ingin diberikan kepada audiens. Hirarki membantu menyampaikan makna kepada audiens agar dapat lebih terarah dengan mengendalikan informasi visual. Hirarki menjadi konsep yang digunakan untuk mengatur elemen visual sehingga dapat diinterpretasikan kepada audiens.

3. Penekanan (*Emphasis*)

Penekanan merupakan salah satu bagian dari desain yang dapat menarik ketertarikan audiens dengan memfokuskan pada satu objek tertentu. Penekanan ini dilakukan dengan menggunakan skala, bentuk, warna dan penempatan.

4. Proporsi

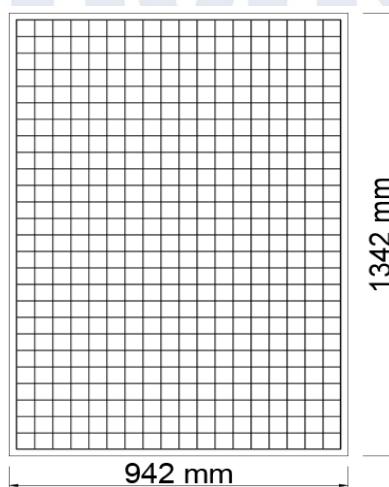
Proporsi merupakan skala yang digunakan untuk menghubungkan rasio dari satu bagian dengan bagian lainnya. Hubungan yang terbentuk antar desain akan memberikan proporsi yang lebih baik dan jelas sehingga desain dapat menunjukkan kesan yang lebih positif.

5. Kesatuan

Kesatuan digunakan untuk dapat menyediakan desain dengan konsep harmoni dari warna, bentuk, tekstur dan tata letak. Kesatuan penting untuk dapat membuat audiens merasakan kenyamanan ketika melihat desain. Konsistensi, pola dan tema visual perlu diperhatikan dalam menciptakan kesatuan dengan adanya alur visual yang teratur. Prinsip kesatuan membantu karya desain untuk meninggalkan kesan yang lebih baik pada pandangan audiens.

2.1.4 Grid System

Dalam dunia desain grafis, *Grid System* merupakan sebuah metode yang memanfaatkan kerangka dua dimensi untuk mengatur dan memposisikan berbagai elemen desain. Grid itu sebuah struktur yang tersusun dari garis-garis horizontal dan vertikal yang berfungsi sebagai panduan untuk menata sebuah konten. Fungsi utama dari *Grid System* adalah memecah ruang desain menjadi sebuah kisi-kisi, yang sangat membantu dalam menempatkan elemen-elemen individual sehingga mampu menarik perhatian audiens. Dengan demikian, audiens dapat lebih mudah mencerna informasi dan visual yang disajikan menjadi lebih menarik serta gampang untuk dinavigasi (Hilmi, 2022).



Gambar 2.8 Sistem *Grid* Dalam Desain
Sumber: <https://www.eserraf.com-grid-izgara-panel...>

1. Grid pada Layout (Hilmi, 2022)

A. *Grid System*

Grid hadir sebagai sebuah solusi atas permasalahan dalam penataan elemen visual di dalam sebuah ruang. Untuk menyederhanakan proses pembuatan tata letak visual, digunakanlah sistem grid. Dengan sistem grid, seorang desainer dapat secara sistematis mengikuti langkah-langkah untuk menjaga konsistensi dengan cara mengulang tata letak yang telah dibuat. Tujuan paling utama dari penggunaan grid dalam desain grafis adalah untuk menghasilkan sebuah desain yang komunikatif dan memiliki nilai estetis.

B. *The Golden Section*

The Golden Section merupakan sebuah dasar dan prinsip dalam produksi ukuran kertas yang bisa dimanfaatkan untuk menciptakan keseimbangan dalam desain. Proses ini juga dikenal sebagai deret Fibonacci, di mana urutan angkanya adalah hasil jumlahan dari dua angka sebelumnya dan diawali dari nol.

C. *The Symmetrical Grid*

Ketika menggunakan grid simetris, halaman kanan akan menjadi cerminan persis dari halaman kiri. Grid jenis ini menyediakan dua margin yang identik, baik untuk margin bagian dalam maupun margin bagian luar.

2. Jenis-Jenis *Grid System*

A. *Baseline Grid*

Jenis sistem grid yang pertama adalah *baseline grid*. *Grid* ini mempunyai ciri khas berupa garis-garis tebal horizontal dengan jarak yang merata, yang menjadi dasar tempat teks akan diletakkan. *Baseline* kerap digunakan bersamaan dengan kolom untuk memastikan bahwa setiap baris teks di semua kolom berada pada posisi sejajar di seluruh lembar kerja (Hilmi, 2022).



Gambar 2.9 Bentuk *Baseline Grid*
Sumber: <https://Fvisme.coFlayout-design...>

B. *Coloum Grid*

Dikenal dengan sebutan kolom kisi, *coloum grid* berfungsi membagi halaman menjadi beberapa area berbentuk kotak. Jenis grid ini tergolong yang paling populer dan sering dipakai oleh desainer grafis serta desainer web. Dalam praktiknya, desainer akan membagi halaman menjadi beberapa bidang vertikal yang kemudian digunakan untuk menyelaraskan objek. Banyak surat kabar dan majalah menggunakan kolom kisi ini (Hilmi, 2022).



Gambar 2.10 Bentuk *Column Grid*
Sumber: <https://Fvisme.coFlayout-design...>

C. *Modular Grid*

Modular grid adalah sebuah *Column grid* dengan penambahan divisi horizontal. Dengan adanya itu akan terlihat pembagian yang konsisten antara sebuah kolom dan barisnya. Pertemuan divisi vertikal dengan horizontal yang

disebut dengan istilah modul. *Grid* ini biasanya digunakan pada format publikasi yang kompleks, yang membutuhkan suatu pengaturan melebihi *column grid*. Contohnya, layout katalog produk, atau galeri foto disebuah *website*, Pada tahun 1950-an dan 1960-an, deasiner grafis Swiss bernama Gerstner, Ruder, dan Muller-Brockmann merancang sebuah sistem *modular grid* seperti yang ditampilkan disini (Lia Anggraini, 2014).



Gambar 2.11 Bentuk *Modular Grid*
Sumber: <https://Fvisme.coFlayout-design...>

D. *Manuscript Grid*

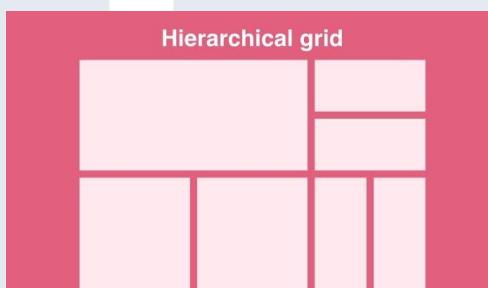
Manuscript grid adalah sebuah kisi yang hanya memiliki satu kolom, yang secara unik berfungsi mengidentifikasi di mana posisi teks akan berada di sebuah halaman. Pendekatan ini umum digunakan pada mode desain klasik yang memiliki komposisi berlawanan (Hilmi, 2022).



Gambar 2.12 Bentuk *Manuscript Grid*
Sumber: <https://Fvisme.coFlayout-design...>

E. *Hierarchical Grid*

Jenis sistem *grid* terakhir sering disebut dengan hierarki. adalah *hierarchical grid*. Sebuah *hierarchical grid* dijelaskan sebagai *grid* yang tidak memiliki jarak yang seragam antar modulnya, yang mengarahkan pada setiap grid tidak teratur yang disesuaikan dengan kebutuhan konten tertentu. Kisi hierarkis ini dapat memiliki bentuk yang sepenuhnya bebas atau bisa juga terdiri dari dua kisi yang saling tumpang tindih serta elemen kisi tambahan lainnya (Hilmi, 2022).



Gambar 2.13 Bentuk *Hierarchical Grid*
Sumber: <https://wwwFuxdesign.how-thinking-about-hierarchical-grids...>

3. Panduan Penggunaan *Grid* (Hilmi, 2022).

A. Tentukan *Overlay Grid* Desain Anda

Apabila anda terbiasa merancang langsung di *browser* dengan menggunakan kerangka kerja CSS, hal itu tidak menjadi masalah. Namun jika tidak, disarankan untuk selalu melapisi desain anda dengan sistem grid. Baik saat menggunakan Photoshop atau program grafis lainnya, aturlah lapisan atas untuk menampilkan *grid*, lalu kunci posisinya. Dengan cara ini, anda selalu punya pilihan untuk mengaktifkan atau menonaktifkannya.

B. Membuat Tutorial Untuk Membantu Anda

Setelah anda memiliki *overlay*, Langkah berikutnya adalah membuat panduan untuk membantu proses kerja. Pada umumnya, anda perlu membuat instruksi untuk setiap kolom yang menjadi titik awal dan akhir dari sistem *grid*.

C. Cobalah Bekerja Dengan Kendala dan Kendala

Banyak orang mungkin berpikir bahwa bekerja hanya dengan kisi-kisi adalah cara kerja yang sangat terbatas, tetapi kenyataannya tidak seperti itu. Saat bekerja dengan sistem *grid*, terutama saat membuatnya sendiri, sangat mudah untuk merancang suatu sistem yang memungkinkan hingga 16 kolom, meskipun 6 kolom saja sudah cukup sederhana. Belajar untuk mendesain dengan batasan tidak hanya di dalam kisi akan sangat membantu anda dalam jangka panjang, karena anda dapat memfokuskan desain pada aspek yang paling penting dan relevan bagi *user*.

2.1.5 Tipografi

Tipografi merupakan suatu ilmu atau seni dalam Menyusun elemen-elemen huruf atau teks supaya dapat dibaca dan isinya tersampaikan secara jelas serta memiliki nilai estetika. Secara umum tipografi dapat juga dianggap sebagai ilmu yang membahas mengenai teknik dalam pemilihan dan penataan huruf dan pengaturan distribusi huruf atau teks pada ruang atau media yang ada, supaya dapat menyampaikan sebuah makna dari teks tersebut dan untuk menciptakan suatu hal yang berkesan yang membantu pembaca supaya dapat membaca teks dengan nyaman (Iswanto, 2023).

1. *Typefamily*

Typefamily merupakan kumpulan jenis huruf yang mirip dan bermodifikasi terhadap jenis huruf tersebut serta variasi-variasinya. Contohnya jenis *type* Arial, jenis Arial yang dimodifikasi menjadi lebih tebal yang dinamai dengan sebutan Arial *Black*, dan juga jenis Arial yang dimodifikasi menjadi lebih kurus dengan sebutan Arial *Narrow*, dimana semuanya adalah *font* keluarga Arial. Terdapat juga contoh lainnya pada jenis *type* Verdana, dimana *type* Verdana terdapat beberapa jenis variasi dari Verdana yang aslinya, seperti Verdana yang dimodifikasi lebih tebal yang dinamai Verdana *Black*, sedangkan Verdana yang dimodifikasi lebih padat dinamai Verdana *Condensed*, dimana semuanya termasuk kedalam *typefamily* Verdana.



Gambar 2.14 Variasi huruf type Arial dari type family Arial
Sumber: <https://www.silexlabs.org%2Ffont-arial...>

2. *Typeface*

Typeface merupakan kumpulan *type* huruf yang memiliki karakteristik yang sama, contohnya: *typeface* Arial, atau *typeface* Arial Black, dan lain-lain. Orang umum sering juga salah perspektif mengenai *typeface*, biasa sering disebut sebagai *font* oleh orang umum.

3. *Font*

Font memiliki sebuah definisi *typeface* yang terikat atau dengan konteks suatu ukuran tertentu.



Gambar 2.15 Variasi ukuran type Times New Roman
Sumber: <https://font-serif-ciri-dan-alasan-font-sering-dipilih-dalam-desain...>

4. *Lettercase*

Lettercase merupakan gaya penulisan atau penggunaan sebuah huruf *uppercase* atau *lowercase*. *Uppercase* sendiri biasanya dikenal oleh orang

umum dengan sebutan huruf kapital atau huruf besar, sedangkan *lowercase* biasanya dikenal oleh orang umum dengan sebutan huruf kecil. Ada beberapa macam *lettercase* yaitu *uppercase* gaya penulisan yang menggunakan huruf besar pada semua hurufnya, *lowercase* gaya penulisan yang menggunakan huruf kecil pada semua hurufnya. *Normal case* sering digunakan yaitu gaya penulisan yang menggunakan huruf besar diawal kalimat dan sisa kalimat menggunakan huruf kecil, dan yang terakhir yaitu *camel case* merupakan gaya penulisan yang menggunakan huruf besar setiap pada awal kata, dikarenakan penggunaan huruf yang besar pada awal kata maka secara tidak langsung membentuk yang menyerupai punuk unta sehingga disebut *camel case*.

The Quick Brown Fox

The Rest of the Story

The quick brown fox jumps over the lazy dog.
He lands head first on a rotting maple log.
Knocked unconscious, fox sleeps with shallow breath
until the lazy dog awakes and worries him to death.

The quick brown fox jumps over the lazy dog.
He lands head first on a rotting maple log.
Knocked unconscious, fox sleeps with shallow breath
until the lazy dog awakes and worries him to death.

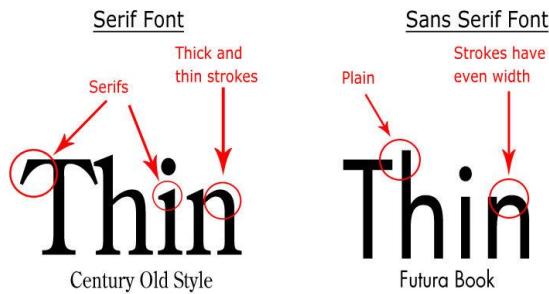
Written February 15th, 2005 © 14 years ago, Jennifer Clauson

Gambar 2.16 Variasi lettercase

Sumber: <https://id.scribd.com/The-Quick-Brown-Fox...>

5. Serif dan Sans Serif

Bentuk tipografi terbagi menjadi 2 jenis *typeface*, yaitu *typeface* serif yang dimana *typeface* ini memiliki anatomi serif atau kait di ujung-ujung hurufnya. Sedangkan *typeface* sans serif yaitu *typeface* yang tidak memiliki anatomi serif atau kait di ujung-ujungnya.



Gambar 2. 17 Perbedaan sans serif & serif

Sumber: <https://dsgn.wordpress.comsans-serif-pada-typeface...>

2.1.6 Layout

Pada dasarnya *layout* dapat dijelaskan sebagai tataletak elemen-elemen desain disuatu bidang dalam media tertentu untuk menonjolkan konsep/pesan yang dibawanya. *Me-layout* merupakan salah satu proses/tahapan kerja didalam desain. Dapat dikatakan bahwa desain merupakan arsiteknya, sedangkan *layout* pekerjanya. Tetapi definisi dari *layout* dalam perkembangannya sudah terlalu menyebar dan menyatu dengan definisi desain itu sendiri, sehingga banyak orang mengatakan bahwa *me-layout* itu sama saja dengan mendesain (Rustan, 2008).

A. Konsep Desain

Cara mendesain *layout* yang baik? terdapat pertanyaan yang biasanya sering ditanyakan:

1. Apa tujuan dari desain tersebut?
2. Siapa target *audience* yang dituju?
3. Apa pesan yang ingin disampaikan kepada target *audience*?
4. Bagaimana cara menyampaikan pesan tersebut?
5. Di mana, di media apa dan kapan desain itu akan dilihat oleh target *audience*?

Jawaban dari seluruh pertanyaan tersebut selalu dikaitkan dengan konsep dasar secara umum yang harus ada untuk dijadikan sebuah panduan bagi desainer untuk mendesain sebuah *layout*.

B. Media dan Spesifikasi

Hal penting yang harus desainer lakukan setelah mengetahui konsep desain yaitu menentukan suatu media dan spesifikasi apa yang akan digunakan:

1. Media apa yang paling cocok, seperti *flyer*, brosur tiga lipatan, spanduk, *plasma screen*, balon udara, dan lain-lain.
2. Bahan. Seperti kertas *fancy*, kertas daur ulang, dan lain-lain. Disituasi tertentu, bahan bisa ditentukan sebelum produksi/percetakan.
3. Ukuran. Seperti A4, A3, *x-banner*, dan lain-lain.
4. Posisi. Seperti A4 vertikal atau horizontal.
5. Kapan. Berapa lama dan dimana karya desain tersebut akan diperlihatkan kepada target *audience*.

2.2 Teori Ilustrasi

Ilustrasi adalah seni menciptakan visual seperti gambar, lukisan untuk memperjelas suatu konsep, ide, atau teks. Bentuk ilustrasi bisa ditemukan di mana saja, mulai dari media cetak seperti buku dan majalah, hingga media digital interaktif seperti *website* dan animasi. Tujuan utama dari ilustrasi adalah untuk menyampaikan suatu pesan atau memperkuat sebuah cerita secara visual.

Seiring perkembangannya teknologi, proses pembuatan ilustrasi telah berganti dari metode tradisional ke metode digital. Ilustrasi digital dibuat menggunakan perangkat lunak komputer dan alat bantu seperti tablet grafis, mouse, atau stylus, yang memungkinkan *illustrator* untuk menggambar dan mewarnai secara digital. Kelebihan utamanya terletak pada fleksibilitasnya yang tinggi, di mana perubahan dapat dilakukan secara cepat, karya mudah disimpan, dan *illustrator* memiliki ruang kreativitas yang lebih luas untuk bereksplorasi. Dalam dunia desain komunikasi visual, ilustrasi digital memegang peran penting. Fungsinya tidak hanya untuk mengkomunikasikan ide, tetapi juga untuk

membangun daya tarik visual, menciptakan identitas yang kuat, dan meninggalkan kesan mendalam bagi target audiens. Ilustrasi digital dapat menampilkan data yang ribet menjadi infografis yang mudah dipahami, dan jika dikolaborasikan dengan fotografi serta tipografi, maka dapat menghasilkan desain yang seimbang. Kemampuan ilustrasi untuk beradaptasi di berbagai media membuat ilustrasi menjadi alat komunikasi yang sangat efektif.

Ilustrasi digital juga memerlukan penerapan prinsip-prinsip desain yang terstruktur. Elemen-elemen seperti komposisi, teknik pewarnaan, proporsi, serta gaya visual menjadi landasan penting. Dengan menerapkan prinsip-prinsip tersebut, *illustrator* dapat menciptakan karya yang tidak hanya indah secara estetika, tetapi juga berhasil menyampaikan pesan yang jelas dan mencapai tujuan komunikasi kepada target audiens secara optimal. Selain teori ilustrasi, ilustrasi juga membutuhkan prinsip lainnya seperti (Yusa et al., 2024):

A. Komposisi

Komposisi adalah pengaturan prinsip tentang bagaimana elemen-elemen visual diatur dalam sebuah karya seni untuk menciptakan sebuah harmoni dan dampak visual yang diinginkan. Dalam ilustrasi digital, komposisi merupakan komponen yang sangat penting untuk menghasilkan karya yang efektif dan estetis. Ilustrasi digital menggunakan prinsip tersebut untuk menata berbagai elemen seperti objek, warna, dan tekstur pada kanvas digital. Pentingnya komposisi terletak pada kemampuannya untuk menciptakan keseimbangan visual yang menarik, mengarahkan pandangan audiens dalam menikmati karya, serta menyampaikan pesan secara efektif. Dengan menguasai komposisi, *illustrator* dapat memanfaatkan penggunaan ruang secara optimal, mengatur proporsi dengan bijak, dan menciptakan tata letak yang seimbang untuk menghasilkan hasil yang terbaik dalam komunikasi digital.

Contoh penerapan prinsip komposisi dalam ilustrasi digital, *Illustrator* dapat menggunakan beberapa elemen komposisi berikut:

1. *Focal Point* (Titik Fokus)

Penempatan suatu karakter menjadi titik fokus utama, penempatan ditengah gambar, dengan ukuran lumayan besar untuk menarik perhatian.



Gambar 2. 18 Bentuk *Focal Point*

Sumber: <https://Finterorpedia.com%2Fblog...>

2. *Rule of Thirds*

Sebuah prinsip komposisi dasar dalam fotografi yang membagi sebuah bidang menjadi sembilan bagian sama besarnya dan menggunakan dua garis horizontal dan dua garis vertikal. Serta meletakkan elemen-elemen penting pada garis atau *rule of third* pada grid.



Gambar 2. 19 Bentuk *Rule of Third*

Sumber: <https://www.interaction-design.org...>

3. Garis Panduan (*Leading Lines*)

Menggunakan elemen-elemen seperti pose gerakan atau arah rambut karakter untuk memandu mata audien dan menciptakan alur pandangan yang netral.



Gambar 2. 20 Bentuk *Leading Lines*

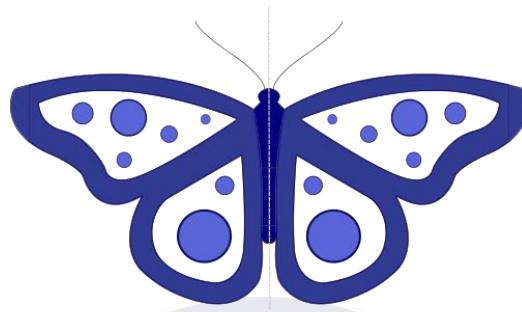
Sumber: <https://www.nicholasgooddenphotography...>

4. Kontras

Dalam prinsip desain kontras melibatkan suatu perbedaan yang menonjol antara elemen-elemen visual lainnya, seperti warna, ukuran, bentuk, atau tekstur, dalam suatu karya.

5. *Symmetry* (simetris)

Menyusun elemen seperti sayap atau aspek lainnya secara simetris, untuk memberikan efek yang stabil pada elemen.



Gambar 2. 21 Bentuk *Symmetry*

Sumber: <https://Fundergroundmathematics.org...>

B. Warna

Teknik pewarnaan dalam ilustrasi digital terdapat berbagai metode untuk memberikan warna pada gambar dan menciptakan sebuah efek yang diinginkan. Berikut teknik pewarnaan dalam ilustrasi digital:

1. *Gradient*

Penggunaan warna gradasi untuk menciptakan sebuah efek perubahan warna yang lembut dan bertahap. Contohnya penggunaan warna dari gelap ke terang atau sebaliknya.

2. *Highlighting & Shadow*

Berfungsi penambahan area terang dan bayangan untuk menciptakan efek dimensi dan kedalam suatu objek. Teknik ini sering digunakan untuk memberikan ilusi cahaya dan memberikan kesan ilustrasi tiga dimensi.

3. *Color Grading*

Penyesuaian warna secara keseluruhan hasil karya untuk menciptakan suasana dan *tone* tertentu. *Color grading* dapat memberikan ilustrasi yang khas seperti atmosfer.

4. *Blending Mode*

Penggunaan metode *blending mode* untuk mencampur warna dan elemen-elemen gambar dengan cara-cara yang berbeda. *Blending mode* menggunakan teknik penggabungan warna di mana warna dari lapisan satu bercampur dengan warna dari lapisan lainnya. *Blending mode* dapat menciptakan sebuah efek serta perubahan warna yang berbeda-beda dalam ilustrasi digital.

2.2.1 Ilustrasi

Ilustrasi digital merupakan sebuah bidang yang dinamis dan terus berkembang, berbagai teknik dan gaya yang beragam muncul seiring dengan kemajuan teknologi. Dari desain minimalis hingga karya seni digital yang kompleks, illustrator digital mencoba berbagai alat untuk menciptakan sebuah ekspresi visual yang menarik. Berikut beberapa teknik dan gaya ilustrasi digital yang digunakan saat ini (Yusa et al., 2024):

1. *Flat Design*

Flat design adalah gaya desain yang mementingkan kesederhanaan, menggunakan elemen visual yang bersih dan tanpa efek bayangan atau gradien. Gaya *flat design* menekankan pada warna *solid*, ilustrasi sederhana, dan tipografi yang jelas. Penggunaan gaya *flat design* populer dalam desain UI untuk aplikasi dan situs web, *flat design* juga sering digunakan dalam ilustrasi informatif, grafik, dan *branding*. *Flat design* juga memiliki kekurangan dan kelebihan pada pembuatan sebuah karya, kelebihannya yaitu karya yang terlihat bersifat sederhana dan mudah dimengerti, efisien dalam waktu dan biaya produksi, dan skalabilitas yang baik tanpa kehilangan kualitas karya. Kekurangan pada *flat design* yaitu, dapat terasa terlalu sederhana atau generik, dan kurangnya sifat kedalam dan dimensi pada karya yang dibuat.



Gambar 2. 22 Gaya *flat design*

Sumber: <https://mengenal-flat-design>.

Banyak gaya telah berkembang dalam bidang desain grafis, salah satunya adalah flat design yang dalam beberapa waktu terakhir menjadi cukup populer. *Flat design* merupakan penerapan prinsip desain minimalis dalam desain grafis. Gaya ini banyak dipengaruhi oleh *Swiss Style*, sehingga pada dasarnya *flat design* bukanlah sebuah gaya yang sepenuhnya baru, melainkan bentuk pengulangan dan pengembangan dari pendekatan desain yang telah ada sebelumnya.

Ciri utama *flat design* ditandai dengan penghilangan elemen visual seperti bayangan, bevel, tekstur, serta ornamen yang tidak memiliki fungsi esensial. Dalam penerapannya, tata letak desain lebih menekankan pada penggunaan tipografi, warna-warna cerah, serta ilustrasi dua dimensi yang bersifat datar. Tipografi yang digunakan bersifat sederhana dan mudah dibaca, dengan pemilihan jenis huruf sans-serif yang tidak memiliki kait dan memiliki ketebalan huruf yang relatif seragam. Dari segi warna, *flat design* cenderung menggunakan jumlah warna yang terbatas, dengan dominasi warna-warna terang dan cerah serta perpaduan warna komplementer melalui perbedaan tingkat saturasi untuk menciptakan kontras yang halus. Seiring perkembangannya, banyak perusahaan besar mengadopsi gaya *flat design* karena dinilai mampu memberikan kesan modern, sederhana, dan atraktif.

Kesederhanaan dalam *flat design* memungkinkan penyampaian informasi kepada audiens secara lebih efektif dan mudah dipahami. Namun demikian, tantangan utama dalam penerapan gaya ini adalah menciptakan desain yang tetap menarik, fungsional, dan komunikatif meskipun dengan elemen visual yang minimal. Oleh karena itu, desainer dituntut untuk menerapkan *flat design* secara cermat dan bijaksana, dengan memahami tujuan visual serta pesan yang ingin disampaikan kepada audiens (Anindita & Riyanti., 2016).

2. *Vector Art*

Vector art adalah gaya ilustrasi yang dibuat menggunakan bentuk-bentuk vektor garis dan kurva matematika, sehingga menghasilkan sebuah visual yang tajam dan dapat diperbesar dengan kualitas yang sama. Gaya vector art berfokus pada garis yang bersih, warna solid, serta bentuk yang sederhana dan rapi. Penggunaan vector art banyak diterapkan dalam ilustrasi, ikon, logo, infografis, dan desain grafis karena fleksibel, mudah disesuaikan, dan konsisten dalam berbagai ukuran media. Vector art juga memiliki kekurangan dan kelebihan, kelebihan sebuah karya dengan gaya vector art yaitu skalibilitas tanpa kehilangan kualitas, proses edit yang mudah dan tidak merusak kualitas awalnya. Kelebihannya dalam gaya vector art tidak sedetail atau ekspresif tenik manual atau digital painting, dan tantangan dalam menciptakan tekstur yang kompleks.



UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Gambar 2.23 Gaya vector art

Sumber: <https://what-is-vector-art>

2.3 Artificial Intelligence

Beberapa ahli memiliki definisi yang berbeda mengenai *Artificial Intelligence*. H.A Simon mengartikan *Artificial Intelligence* sebagai sebuah pembelajaran agar komputer dapat melakukan kegiatan yang jauh lebih baik dibandingkan manusia. Knoght dan Rich mengartikan *Artificial Intelligence*

sebagai bagian *computer science* yang dapat dijadikan upaya untuk menciptakan komputer dan melakukan pekerjaan manusia. Sementara, Norvig dan Russel mengartikan *Artificial Intelligence* sebagai sistem berpikir layaknya manusia. Dalam hal ini, peran *Artificial Intelligence* adalah untuk mempermudah aktivitas dengan mengamati tingkah laku dan arahan yang diberikan. Perangkat komputer akan melakukan pengujian dan memberikan informasi sesuai yang dibutuhkan. Komputer memiliki bahasa alami dengan kemampuan untuk menyimpan representasi dengan menyajikan pengetahuan kepada pengguna.

AI dikembangkan pertama kali pada tahun 1951 yang digunakan untuk melakukan operasionalisasi pada University of Manchester (UK). Istilah AI dikembangkan oleh John McCarthy di tahun 1956 dimana kemudian Alan Turing melakukan pengujian Perilaku Cerdas. Seiring dengan berjalananya waktu, Ted Shortliffe mengembangkan demonstrasi kekuatan sistem dengan representasi inferensi dan pengetahuan. Pada tahun 1986, perangkat AI mulai dijual hingga mencapai \$425 juta. Pada tahun 2010, sistem AI dimanfaatkan sebagai pesawat komersial untuk Boeing 900-ER. Namun, pada tahun 2012, terdapat *troubleshooting* pada komputer hingga diciptakan sistem imun untuk deteksi spam (Al-Khowarizmi et al., 2023).

2.4 Penelitian yang Relevan

Berikut penelitian yang relevan dengan topik peneliti yaitu penggunaan AI secara beretika di kalangan Mahasiswa. Penelitian tersebut dicari di google Scholar dengan tema yang hampir sama.

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan	Tahun
1	Ekplorasi Penggunaan ChatGPT Dalam Perguruan	Raynard Prathama, Muhammad Rizqi	ChatGPT dilingkungan Pendidikan membawa	Kebaruan penelitian ini adalah membahas	2024

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan	Tahun
	Tinggi Berdasarkan Perspektif Etika Akademik	Ramadhan, Novario Jaya Perdana (2024)	<p>kemudahan bagi para mahasiswa, tetapi juga membawa risiko besar seperti kasus plagiarisme serta menjadi ancaman pada intergritas akademik. Mayoritas dosen dan mahasiswa juga menganggap penggunaan ChatGPT tidak etis untuk keperluan tugas akademik. Oleh karena itu dibutuhkannya kebijakan yang jelas dalam penggunaan ChatGPT. Serta pendidik dan mahasiswa yang menggunakan teknologi ini harus bertanggung jawab dan digunakan secara baik.</p>	mengenai etika penggunaan AI secara menyeluruh. Penelitian terdahulu hanya memfokuskan pada konsep ChatGPT, sementara penelitian ini akan fokus terhadap konsep etika dari sudut pandang dewan etika dan orang yang sering menggunakan AI.	
2	Manfaat dan Tantangan Penggunaan Artificial	Khairul Marlin, Ellen Tantrisna, Budi	Penerapan AI Chat GPT pada pendidikan etika dan kompetensi	Kebaruan penelitian ini adalah membahas	2023

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan	Tahun
	Intelligence (AI) Chat GPT Terhadap Proses Pendidikan Etika dan Kompetensi Mahasiswa Di Perguruan Tinggi	Mardikawati, Retno Anggraini, Erni Susilawati (2023)	<p>mahasiswa diperguruan tinggi menemukan sebuah manfaat inovatif sekaligus tantangan yang serius.</p> <p>Manfaatnya terletak pada kemampuannya untuk menyesuaikan pembelajaran, menyediakan akses instan ke sumber daya, dan dapat meningkatkan keterlibatan mahasiswa dalam memahami etika.</p> <p>Tetapi isu tantangan yang harus dihadapi berupa privasi data mahasiswa, dan etika penggunaan teknologi. Penelitian ini menekankan peran dosen dalam membimbing mahasiswa menggunakan AI Chat GPT, serta adanya regulasi yang</p>	<p>mengenai etika penggunaan AI secara menyeluruh.</p> <p>Penelitian terdahulu hanya memfokuskan nilai etika pada AI , sementara penelitian ini akan fokus terhadap AI secara keseluruhan.</p> <p>Penelitian ini cocok dilakukan sekarang dikarenakan penggunaan AI sedang marak digunakan dilingkungan Pendidikan.</p>	

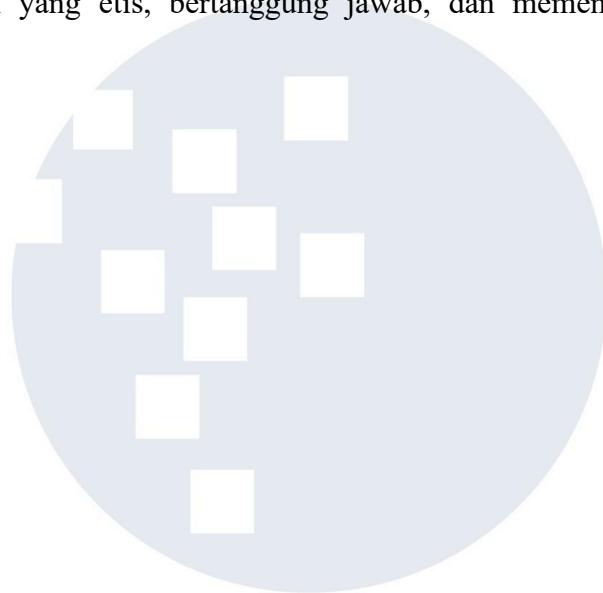
No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan	Tahun
			ketat. Sehingga mampu mengoptimalkan manfaat AI sambil menjaga nilai-nilai etika dan moral.		
3	Analisis Terhadap Tingkat Pengetahuan Dan Pemahaman Etika Penggunaan Kecerdasan Buatan Di Kalangan Mahasiswa Institut Teknologi Sepuluh Nopember	Putra Dewanto, Maulana Prasetya, Donnely Reksana, Aina Rakhmawati (2024)	Penelitian ini menyimpulkan bahwa kecerdasan buatan memiliki banyak peluang untuk meningkatkan kualitas serta efisiensi pendidikan, tapi implementasinya harus dilakukan secara berhati-hati dan mendepankan etika dalam penggunaannya. Kecerdasan buatan harus diposisikan sebagai alat untuk membantu, bukan untuk menggantikan peran guru serta interaksi manusia. Oleh karena itu dibutuhnya pengembangan	Kebaruan penelitian ini adalah membahas mengenai etika penggunaan AI secara menyeluruh terhadap mahasiswa. Konsep penggunaan AI secara tidak beretika masih belum ada yang meneliti, sehingga adanya ruang untuk meneliti <i>behavior</i> manusia dalam menggunakan	2024

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan	Tahun
			<p>kecerdasan buatan yang etis yang memerlukan kolaborasi antara akademis, praktisi industri, dan pembuat kebijakan kecerdasan buatan supaya sama dengan nilai-nilai moral dan etika yang melindungi kepentingan manusia.</p>	AI secara beretika.	

Kesimpulan penelitian bahwa penggunaan AI atau kecerdasan buatan, khususnya ChatGPT, dilingkungan perguruan tinggi memberikan manfaat yang signifikan dalam mendukung proses pembelajaran, meningkat efisiensi, dan memperluas akses informasi terhadap mahasiswa. Tetapi penggunaan AI juga menimbulkan berbagai tantangan, terutama terkait isu etika akademik serta plagiarisme, integritas akademik, privasi data, dan ketergantungan mahasiswa terhadap AI.

Penelitian – penelitian tersebut menegaskan bahwa AI seharusnya diposisikan sebagai alat bantu untuk belajar, bukan sebagai pengganti peran manusia seperti proses berpikir kritis. Kurangnya pemahaman dan kesadaran etika dalam penggunaan AI dapat menimbulkan penyalahgunaan AI dilingkungan akademik. Oleh karena itu dibutuhkannya kebijakan dan regulasi yang jelas peran dosen dalam membimbing penggunaan AI, dan penguatan literasi etika digital bagi mahasiswa.

Kebaruan dari penelitian – penelitian ini terletak yaitu pada pendekatan yang lebih menyeluruh terhadap etika penggunaan AI, yang tidak hanya berfokus pada teknologi ChatGPT, tetapi juga pada perilaku pengguna AI, nilai moral, dan tanggung jawab akademik. Dengan itu maka kolaborasi antara institusi Pendidikan, akademik, dan pembuat kebijakan menjadi hal yang penting dalam memastikan pemanfaatan AI yang etis, bertanggung jawab, dan mementingkan nilai-nilai akademik.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA