

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS

2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan bagian dari tinjauan pustaka yang berfungsi memperkuat landasan teori serta menegaskan posisi penelitian baru dibandingkan dengan studi-studi sebelumnya. Dengan adanya penelitian terdahulu, peneliti dapat memahami arah kajian yang sudah dilakukan sekaligus mengidentifikasi celah penelitian yang masih bisa dikembangkan (Sugiyono, 2021). Berdasarkan hal tersebut, peneliti menyadari bahwa topik yang dikaji, yaitu objektifikasi perempuan dalam media digital, bukan merupakan isu yang sepenuhnya baru dalam ranah akademik. Namun, dalam perkembangannya, praktik objektifikasi tersebut kini semakin kompleks seiring dengan hadirnya teknologi kecerdasan buatan (AI) yang turut mempengaruhi cara produksi, penyajian, dan konsumsi konten visual di media sosial.

Oleh karena itu, penelitian ini merujuk pada 1 artikel jurnal nasional dan 5 artikel jurnal internasional yang relevan untuk memperkuat kerangka pemikiran. Penelitian-penelitian tersebut tidak hanya berfungsi sebagai landasan konseptual, tetapi juga sebagai bahan perbandingan agar hasil penelitian ini dapat ditempatkan dalam konteks yang lebih luas. Literatur yang dipilih berfokus pada praktik objektifikasi perempuan dalam konten visual yang dimediasi oleh teknologi kecerdasan buatan (AI) dalam penguatan pandangan yang membuat perempuan sebagai objek visual beserta implikasinya yang meluas pada aspek sosial, budaya, hukum, dan etika sehingga penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi tambahan serta memperluas pemahaman terkait bagaimana inovasi AI dalam membentuk praktik objektifikasi dan cara masyarakat memaknai representasi perempuan di ruang media sosial.

Penelitian oleh Flynn dkk. (2025) menyoroti fenomena *sexualized deepfake abuse* dengan judul “*Sexualized Deepfake Abuse: Perpetrator and Victim Perspectives on the Motivations and Forms of Non-Consensually Created and*

Shared Sexualized Deepfake Imagery". Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologis melalui wawancara mendalam terhadap 25 partisipan di Australia, yang terdiri dari pelaku dan korban. Penelitian ini berfokus pada pengalaman subjektif partisipan untuk memahami bentuk perilaku, motivasi pelaku, serta dampak emosional, sosial, dan finansial yang dialami korban akibat pembuatan, penyebaran, maupun ancaman penyebaran konten seksual berbasis deepfake. Penelitian ini menggunakan konsep *Technology-Facilitated Sexual Violence* (TFSV) (Henry & Powell, 2015, dikutip dalam Flynn et al., 2025) dan *Image-Based Sexual Abuse* (IBSA) (McGlynn et al., 2017, dikutip dalam Flynn et al., 2025), serta didukung teori *Male Peer Support* (DeKeseredy, 1988, dikutip dalam Flynn et al., 2025) untuk menjelaskan pengaruh teman sebaya terhadap perilaku pelaku, *Techniques of Neutralization* (Sykes & Matza, 1957, dikutip dalam Flynn et al., 2025) untuk menyoroti bagaimana pelaku menjustifikasi tindakannya, dan *Moral Disengagement* (Bandura, 1990-an, dikutip dalam Flynn et al., 2025) untuk memahami mekanisme pelepasan tanggung jawab moral. Hasil penelitian menunjukkan terdapat empat bentuk perilaku utama, yaitu membuat, menyebarkan, mengancam membuat, dan mengancam menyebarkan. Motivasi pelaku meliputi keuntungan finansial (*sextortion*), rasa ingin tahu, balas dendam, serta dorongan teman sebaya, sementara korban mengalami kerugian emosional, sosial, dan finansial yang signifikan. Temuan ini juga menegaskan kompleksitas *sexualized deepfake abuse* dan merekomendasikan perlunya regulasi hukum yang lebih ketat, pengawasan *platform* digital, serta edukasi publik sebagai langkah pencegahan (Flynn et al., 2025).

Penelitian selanjutnya oleh Gosse dan Burkell (2020) yang berjudul "*Politics and porn: how news media characterizes problems presented by deepfakes*" menyoroti bagaimana media berita menggambarkan masalah-masalah yang disebabkan oleh *deepfake*. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis wacana, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap prioritas dan bias tersembunyi dalam pemberitaan. Hasilnya, peneliti menemukan bahwa media mengkarakterisasi *deepfake* dalam empat cara: sebagai teknologi yang mudah diproduksi, penyebab disinformasi, ancaman politik, dan konten seksual non-

konsensual. Namun, temuan kunci adalah adanya hierarki bahaya, di mana media cenderung lebih memprioritaskan *deepfake* dalam ancaman politik sambil meremehkan masalah *deepfake* yang bersifat konten seksual. Temuan ini menegaskan bahwa meskipun *deepfake porn* adalah masalah yang sangat umum, wacana publik yang dibentuk oleh media cenderung mengabaikan dampak negatif yang dialami oleh korban, terutama perempuan (Gosse & Burkell, 2020).

Penelitian selanjutnya oleh Furizal, Alfian Ma'arif, dan rekan-rekan (2025) yang berjudul "*Social, legal, and ethical implications of AI-Generated deepfake pornography on digital platforms: A systematic literature review*" berfokus pada analisis implikasi sosial, hukum, dan etika dari penyebaran pornografi *deepfake* yang dibuat oleh AI. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode tinjauan pustaka sistematis, mereka mengidentifikasi, menyaring, dan memilih studi yang relevan menggunakan kerangka kerja PICOS dan PRISMA. Hasilnya, peneliti menemukan bahwa *deepfake pornografi* telah menjadi alat berbahaya untuk eksploitasi dan perusakan reputasi, dan untuk menanganinya, diperlukan reformasi hukum yang komprehensif, kewajiban moderasi konten bagi *platform* digital, serta penggunaan teknologi seperti *watermarking* dan standar C2PA, disertai edukasi public (Furizal et al., 2025b).

Selain itu, Penelitian lainnya oleh Eko Putra Boediman (2025) yang berjudul "*Exploring the impact of deepfake technology on public trust and media manipulation: A scoping review*" menyoroti fenomena *deepfake* dengan pendekatan kualitatif menggunakan metode tinjauan literatur (*scoping review*). Penelitian ini berfokus pada analisis dampak teknologi *deepfake* terhadap kepercayaan publik dan manipulasi media dari berbagai disiplin ilmu, dengan tujuan mengidentifikasi tren dan celah penelitian yang ada. Penelitian ini menggunakan *Media Trust Model* (Vaccari & Chadwick, 2020, dikutip dalam Boediman, 2025) sebagai kerangka teoritis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *deepfake* secara signifikan mengikis kredibilitas media dengan mengaburkan batas antara kebenaran dan fiksi. Studi ini juga menekankan bahwa *deepfake* digunakan untuk menyebarkan misinformasi dan bahwa literasi media serta tanggung jawab publik adalah solusi penting. Jurnal ini

juga menyoroti dilema etika yang muncul bagi jurnalis dan organisasi media dalam memverifikasi informasi di era digital (Boediman, 2025).

Penelitian selanjutnya oleh Bendahan, Hoffmann, dan Godulla (2025) yang berjudul “*Deepfakes in the Context of AI Inequalities: Analysing Disparities in Knowledge and Attitudes*” meneliti ketidaksetaraan digital dalam konteks AI dengan fokus pada pengetahuan dan sikap pengguna terhadap teknologi *deepfake* melalui survei kuantitatif terhadap 1.421 pengguna internet di Jerman. Penelitian ini berupaya memahami bagaimana faktor sosiodemografi seperti usia, gender, dan pendidikan, keterampilan digital, serta inovasi personal memengaruhi akses dan persepsi terhadap *deepfake*. Penelitian menggunakan konsep *Digital Divide Theory* (Van Dijk, 2013, dikutip dalam Bitton et al., 2025) untuk menjelaskan kesenjangan digital pada akses, keterampilan, dan motivasi. Hasil penelitian menunjukkan tingkat pengetahuan pengguna internet tentang *deepfake* relatif rendah dan persepsi lebih didominasi oleh risiko seperti privasi, manipulasi data, dan pengaruh opini publik. Usia muda, pendidikan tinggi, gender laki-laki, keterampilan digital, dan intensitas penggunaan media sosial memprediksi pengetahuan lebih tinggi. Selain itu, terdapat perbedaan gender signifikan di mana perempuan memiliki pengetahuan lebih rendah dan sikap lebih negatif terhadap *deepfakes*. Temuan ini menegaskan perlunya edukasi digital yang lebih inklusif dan kesadaran publik terhadap risiko konten *deepfake* (Bitton et al., 2025).

Penelitian terakhir oleh Jacobsen & Simpson (2024) yang berjudul “*The tensions of deepfakes*” menyoroti fenomena *deepfake* dengan pendekatan konseptual dan teoritis, menganalisisnya sebagai cerminan dari ketegangan sosial, budaya, dan politik yang sudah ada. Penelitian ini menyoroti *deepfake* sebagai hal yang baru sekaligus bentuk lanjutan dari masalah lama, dengan studi kasus di bidang pornografi, politik, dan objektivitas. Mereka menggunakan konsep *Assemblage of Differential Tensions* yang mereka kembangkan, serta didukung oleh *Male Gaze Theory* (Laura Mulvey, 1975) dan konsep *Tensions of Algorithmic Thinking* (David Beer, 2023, dikutip dalam Jacobsen & Simpson, 2024). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *deepfake* bukan sekedar masalah teknis yang berdiri sendiri. Sebaliknya, teknologi ini mencerminkan berbagai 'ketegangan' yang

sudah ada dalam masyarakat, seperti objektifikasi perempuan, polarisasi politik, dan ketidakpastian antara gambar dan realitas. Sehingga, jurnal ini menyimpulkan bahwa *deepfake* hanya memperkuat dan mengintensifkan ketegangan sosial yang sudah ada sambil menimbulkan gangguan baru yang belum pernah terjadi sebelumnya (Jacobsen & Simpson, 2024).

Berdasarkan rangkaian penelitian terdahulu di atas, dapat disimpulkan bahwa perkembangan teknologi kecerdasan buatan telah memperkuat praktik objektifikasi perempuan dalam ruang digital melalui berbagai bentuk manipulasi dan konstruksi visual. Berbagai studi menunjukkan bahwa teknologi berbasis AI tidak hanya memfasilitasi produksi dan penyebaran konten yang membuat perempuan sebagai objek visual, tetapi juga menimbulkan dampak emosional, sosial, budaya, hukum, dan etika yang signifikan. Di sisi lain, wacana publik dan media cenderung belum memberikan perhatian yang seimbang terhadap dampak objektifikasi yang dialami korban, terutama perempuan, jika dibandingkan dengan isu lain seperti disinformasi atau ancaman politik. Literatur juga menegaskan adanya perbedaan tingkat pengetahuan dan sikap masyarakat terhadap teknologi ini yang dipengaruhi oleh faktor usia, gender, pendidikan, dan literasi digital. Secara keseluruhan, penelitian terdahulu menunjukkan bahwa objektifikasi perempuan yang dimediasi oleh AI merupakan fenomena kompleks yang berhubungan dengan relasi kuasa dan budaya visual yang telah ada sebelumnya. Sehingga membuka ruang bagi penelitian lanjutan yang berfokus pada persepsi audiens, khususnya Generasi Z, dalam memaknai dan merespons praktik objektifikasi perempuan di media sosial.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Item	Jurnal 1	Jurnal 2	Jurnal 3	Jurnal 4	Jurnal 5	Jurnal 6
1.	Judul Artikel Ilmiah	<i>Sexualized Deepfake Abuse: Perpetrator and Victim Perspectives on the Motivations and Forms of Non-Consensually Created and Shared Sexualized Deepfake Imagery</i>	<i>Politics and porn: how news media characterizes problems presented by deepfakes</i>	<i>Social, legal, and ethical implications of AI-Generated deepfake pornography on digital platforms: A systematic literature review</i>	<i>Exploring the impact of deepfake technology on public trust and media manipulation: A scoping review</i>	<i>Deepfakes in the Context of AI Inequalities: Analysing Disparities in Knowledge and Attitudes</i>	<i>The tensions of deepfakes</i>
2.	Nama Lengkap Peneliti, Tahun Terbit, dan Penerbit	Asher Flynn, Anastasia Powell, Asia Eaton, Adrian J. Scott (2025), <i>Journal of Interpersonal</i>	Chandell Gosse & Jacquelyn Burkell (2020), <i>Critical Studies in Media Communication</i>	Furizal, Alfian Ma'arif, Hari Maghfiroh, Iswanto Suwarno, Denis Prayogi, Kariyamin,	Eko Putra Boediman (2025), <i>Jurnal Komunika</i> (Departemen Komunikasi,	Daniel Bendahan Bitton, Christian Pieter Hoffmann, & Alexander Godulla (2024), <i>Journal of</i>	Benjamin N. Jacobsen & Jill Simpson, (2024), <i>Journal of Information, Communication &</i>

		<i>Violence (Sage Publishing)</i>	(Taylor & Francis Group)	Syahrani Lonang, Abdel-Nasser Sharkaw (2025), Social Sciences & Humanities (Elsevier)	Universitas Islam Indonesia)	<i>Information, Communication & Society (Taylor & Francis Group)</i>	<i>Society (Taylor & Francis Group)</i>
3.	Fokus Penelitian	Penelitian ini berfokus pada pengalaman subjektif pelaku dan korban penyalahgunaan <i>deepfake</i> seksual untuk mengidentifikasi bentuk perilaku, motivasi pelaku, serta dampak emosional, sosial, dan finansial pada korban.	Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana media berita menggambarkan masalah-masalah yang ditimbulkan oleh <i>deepfake</i> . Penulis menganalisis artikel berita untuk melihat bagaimana <i>deepfake</i> diposisikan di mata publik.	Fokus penelitian ini adalah meninjau secara sistematis implikasi sosial, hukum, dan etika dari penyebaran pornografi <i>deepfake</i> yang dihasilkan oleh AI di berbagai <i>platform</i> digital. Jurnal ini menyoroti bagaimana teknologi <i>deepfake</i> , yang	Penelitian ini berfokus pada menganalisis dampak teknologi <i>deepfake</i> terhadap kepercayaan publik dan manipulasi media melalui tinjauan literatur dari berbagai disiplin ilmu. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi tren utama, tantangan, dan	Fokus penelitian ini adalah ketidaksetaraan digital dalam konteks AI, dengan fokus pada pengetahuan dan sikap pengguna terhadap teknologi <i>deepfake</i> , serta bagaimana faktor sosiodemografi, keterampilan digital, dan	Menganalisis <i>deepfake</i> sebagai cerminan dari ketegangan sosial, budaya, dan politik yang sudah ada. Jurnal ini mengkaji <i>deepfake</i> sebagai hal yang baru sekaligus bentuk lanjutan dari masalah lama, dengan studi kasus di bidang pornografi, politik, dan objektivitas.

				memungkinkan manipulasi gambar, video, dan audio untuk menciptakan konten palsu yang sangat realistis, menimbulkan kekhawatiran serius terkait privasi, persetujuan, dan penyalahgunaannya di <i>platform</i> digital.	celah penelitian yang ada.	inovasi personal memengaruhi akses terhadap <i>deepfake</i> .	
4.	Teori	Penelitian ini menggunakan dua konsep utama, yaitu Technology-Facilitated Sexual Violence dan <i>Image-Based Sexual Abuse</i>	Penelitian ini menggunakan konsep Analisis wacana kritis (<i>critical discourse analysis</i>) dan Analisis wacana feminis (<i>feminist discourse analysis</i>)	Penelitian ini menggunakan beberapa konsep yang mencakup isu-isu etika dan hukum terkait privasi, persetujuan, dan penyalahgunaan.	Penelitian ini menggunakan Media Trust Model	Penelitian ini menggunakan <i>Digital Divide Theory</i>	Penelitian ini menggunakan konsep " <i>Assemblage of Differential Tensions</i> " (dibuat oleh penulis jurnal) serta mengacu pada <i>Male Gaze Theory</i> (Laura Mulvey,

							1975) dan konsep <i>Tensions of Algorithmic Thinking</i>
5.	Metode Penelitian	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologis melalui teknik wawancara secara mendalam (<i>in-dept interview</i>)	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis wacana melalui teknik analisis data dengan menggunakan perangkat lunak (<i>software</i>) Nvivo 12	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode tinjauan pustaka sistematis (<i>systematic literature review</i>) dengan menggunakan kerangka kerja PICOS untuk merumuskan pertanyaan penelitian secara spesifik dalam tinjauan pustaka sistematis. dan	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode tinjauan literatur (<i>scoping review</i>). Metode ini melibatkan analisis sistematis terhadap literatur yang sudah ada untuk mendapatkan gambaran umum tentang suatu topik.	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 1.421 pengguna internet di Jerman, dengan analisis pengaruh variabel sosiodemografi (usia, <i>gender</i> , pendidikan), keterampilan digital, dan inovasi personal terhadap	Penelitian ini merupakan penelitian teoritis bukan praktis sehingga peneliti tidak melakukan survei atau wawancara melainkan membangun argumen teoritis dengan menganalisis fenomena <i>deepfake</i> melalui studi kasus.

				PRISMA untuk mengidentifikasi, menyaring, dan memilih studi yang relevan.		pengetahuan dan sikap terhadap <i>deepfake</i> .	
6.	Persamaan dengan penelitian yang dilakukan	Memiliki fokus objek kajian yang sama, yaitu <i>deepfake porn</i> .	Memiliki fokus objek kajian yang serupa, yaitu <i>Deepfake</i> . Penelitian ini juga menganalisis cara media berita menggambarkan masalah <i>deepfake</i> non-konsensual. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan pendekatan kualitatif	Memiliki fokus objek kajian yang serupa, yaitu <i>deepfake pornography</i> yang dihasilkan oleh AI dan menyoroti <i>platform</i> media sosial. Penelitian ini juga menggunakan kerangka penelitian kualitatif.	Memiliki fokus objek kajian yang sama, yaitu <i>deepfake</i> dan menggunakan kerangka penelitian yaitu kualitatif.	Fokus pada persepsi pengguna terhadap teknologi <i>deepfake</i> .	Memiliki fokus objek kajian terhadap <i>deepfake pornography</i> dan menyoroti objektifikasi perempuan yang diintensifkan oleh teknologi AI.
7.	Perbedaan dengan	Menggunakan metode	Subjek yang diteliti pada penelitian ini	Penelitian ini memiliki cakupan	Penelitian ini memiliki fokus	Menggunakan pendekatan	Penelitian ini mencakup sudut

	penelitian yang dilakukan	fenomenologis, karena mampu menggali pengalaman subjektif partisipan secara mendalam pada suatu fenomena.	adalah media berita dan bagaimana narasi tersebut membentuk persepsi publik tentang <i>deepfake</i> . Penelitian ini menggunakan metode analisis wacana untuk memeriksa bagaimana media berita menggambarkan masalah-masalah yang terkait dengan <i>deepfake</i> , dengan tujuan untuk mengungkap prioritas dan bias tersembunyi dalam pemberitaan media.	yang lebih luas, yaitu implikasi sosial, hukum, dan etika secara umum dari pornografi <i>deepfake</i> , serta menyoroti <i>platform</i> media sosial secara luas. Penelitian ini menggunakan metode tinjauan pustaka sistematis yang bertujuan untuk menyatukan dan merangkum hasil penelitian yang sudah ada secara menyeluruh dan objektif, sehingga dapat menemukan topik yang belum	makro yang luas, yaitu menganalisis dampak <i>deepfake</i> secara umum terhadap isu kepercayaan publik dan manipulasi media dari berbagai literatur, sedangkan penelitian yang akan dilakukan memiliki fokus mikro. Selain itu, penelitian ini memiliki metode <i>scoping review</i> yang bertujuan untuk memetakan dan merangkum semua literatur yang ada tentang <i>deepfake</i> untuk	kuantitatif dengan metode survei, karena mampu menjangkau responden dalam jumlah besar sehingga dapat mengukur pengetahuan dan sikap secara luas serta menganalisis pengaruh faktor sosiodemografi, keterampilan digital, dan inovasi personal terhadap persepsi pengguna terhadap <i>deepfake</i> .	pandangan yang lebih luas, yaitu politik dan objektivitas sedangkan penelitian yang akan dilakukan hanya fokus pada <i>deepfake porn</i> . Selain itu, penelitian ini bersifat teoritis, sedangkan penelitian yang akan dilakukan bersifat praktis dengan pendekatan kualitatif
--	----------------------------------	---	---	---	--	--	---

				banyak diteliti untuk penelitian selanjutnya.	mendapatkan gambaran umum yang komprehensif, bukan untuk menguji hipotesis tertentu.		
8.	Hasil Penelitian	Mengidentifikasi empat bentuk perilaku (membuat, menyebarkan, mengancam membuat, mengancam menyebarkan), motivasi pelaku (finansial, rasa ingin tahu, balas dendam, dukungan teman sebaya), serta	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media berita membahas <i>deepfake</i> dalam empat cara: kemudahan produksi, potensi disinformasi, ancaman terhadap politik, dan konten seksual non-konsensual. Namun, temuan terpenting adalah adanya hierarki bahaya, di	Jurnal ini menemukan bahwa perkembangan pesat AI telah memicu penyebaran pornografi <i>deepfake</i> , yang menjadi alat berbahaya untuk eksploitasi, pemerasan, dan penghinaan publik. Fenomena ini merusak	Hasil utama dari jurnal ini menunjukkan bahwa <i>deepfake</i> secara signifikan mengikis kredibilitas media dengan mengaburkan batas antara kebenaran dan fiksi. Studi ini menekankan bahwa <i>deepfake</i> digunakan untuk menyebarkan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan pengguna internet di Jerman mengenai <i>deepfake</i> masih rendah, persepsi lebih banyak menekankan risiko dibanding manfaat, serta terdapat pengaruh signifikan dari	Hasil penelitian ini membuktikan bahwa <i>deepfake</i> tidak dapat dilihat sebagai masalah teknis yang berdiri sendiri. Sebaliknya, <i>deepfake</i> adalah manifestasi dari berbagai 'ketegangan' yang sudah ada dalam masyarakat. Jurnal ini menyimpulkan bahwa <i>deepfake</i>

		dampak serius pada korban (emosional, sosial, finansial). Penelitian menekankan perlunya regulasi hukum, pengawasan <i>platform</i> digital, dan peningkatan literasi publik.	mana media lebih memprioritaskan isu politik dan meremehkan masalah konten seksual. Akibatnya, dampak negatif terhadap perempuan yang menjadi korban <i>deepfake</i> menjadi kurang terlihat dalam wacana publik.	kepercayaan pengguna terhadap konten digital dan menimbulkan kekhawatiran besar akan pelanggaran privasi, pencurian identitas, dan kerusakan reputasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa untuk menghadapi dampak pornografi <i>deepfake</i> yang didukung AI, diperlukan reformasi hukum yang komprehensif, kewajiban moderasi konten bagi <i>platform</i>	misinformasi dan bahwa literasi media serta tanggung jawab publik adalah solusi penting untuk menanggulangnya. Selain itu, jurnal ini juga menyoroti dilema etika yang muncul bagi jurnalis dan organisasi media dalam memverifikasi informasi di era di mana konten palsu yang sangat realistis dapat dibuat dengan mudah.	usia muda, pendidikan tinggi, <i>gender</i> laki-laki, keterampilan digital, intensitas media sosial, dan perbedaan <i>gender</i> yang membuat perempuan memiliki pengetahuan lebih rendah serta sikap lebih negatif.	merupakan kelanjutan dari isu-isu yang sudah ada (misalnya, objektifikasi perempuan), namun juga menimbulkan "ruptur" atau gangguan baru, seperti ketidakpastian antara gambar dan realitas yang belum pernah terjadi sebelumnya. Dengan demikian, <i>deepfake</i> hanya memperkuat dan mengintensifkan ketegangan sosial yang sudah ada.
--	--	---	---	--	---	---	---

				digital, serta penggunaan teknologi seperti <i>watermarking</i> dan standar C2PA untuk melacak dan mendeteksi media sintetik, diiringi dengan pendidikan publik mengenai bahaya <i>deepfake</i> .			
--	--	--	--	---	--	--	--

2.2. Landasan Konsep

2.2.1 Persepsi

Dalam proses komunikasi, persepsi memegang peran penting karena menentukan bagaimana seseorang memahami dan merespons pesan yang diterimanya. Persepsi disebut sebagai inti dari komunikasi, hal tersebut dikarenakan bila individu atau kelompok tidak memiliki persepsi yang akurat, maka komunikasi yang dilakukan tidak dapat berlangsung efektif (Mulyana, 2023). Persepsi merupakan suatu proses penilaian individu dalam memahami serta mengartikan stimulus yang diterima, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang (Tewal et al., 2017), di mana pesan yang dikirim maupun diterima sangat bergantung pada cara seseorang menilai situasi, dirinya sendiri, maupun orang lain (DeVito, 2016). Proses memahami pesan dalam persepsi merupakan bagian dari tahap penyandian balik (*decoding*), yaitu saat seseorang berusaha menangkap isi dari pesan yang diterima. Setelah itu, proses memberikan makna terhadap pesan tersebut disebut interpretasi atau penafsiran sehingga penafsiran menjadi inti dari persepsi, yang dalam proses komunikasi berhubungan erat dengan tahap penyandian balik (*decoding*) (Mulyana, 2023).

Persepsi meliputi tiga tahapan utama, yaitu sensasi, atensi, dan interpretasi (Mulyana, 2023). Sensasi atau penginderaan merupakan tahap awal di mana individu atau kelompok menerima stimulus, yang dapat berupa pesan verbal dan non-verbal melalui indra, seperti melihat, mendengar, mencium, menyentuh, atau mengecap. Tahap selanjutnya adalah atensi, yaitu perhatian yang diberikan oleh individu atau kelompok terhadap stimulus atau pesan yang dianggap penting. Setelah memperhatikan stimulus yang diterima, selanjutnya individu atau kelompok memberikan makna, atau disebut interpretasi. Interpretasi merupakan proses menafsirkan dan memahami stimulus berdasarkan pengalaman, pengetahuan, nilai, serta konteks situasi yang dihadapi. Melalui tahap ini, individu atau kelompok membentuk persepsi terhadap objek atau peristiwa yang diamati (Mulyana, 2023).

Persepsi sendiri dapat dibedakan menjadi dua bentuk utama, yaitu persepsi lingkungan fisik dan persepsi sosial (Mulyana, 2023). Persepsi lingkungan fisik

merupakan penafsiran terhadap stimulus yang berasal dari kondisi atau fenomena fisik di sekitar individu, seperti cahaya, suara, warna, maupun tekstur. Persepsi ini membantu individu dalam memahami dan merespons dunia nyata yang bersifat konkret. Sementara itu, persepsi sosial adalah cara individu menafsirkan orang lain, dirinya sendiri, dan interaksi sosial yang terjadi di lingkungannya. Persepsi sosial memiliki sejumlah sifat, di antaranya:

1. Berdasarkan pengalaman, yakni persepsi terbentuk melalui interaksi, peristiwa, serta pengetahuan yang dialami individu dalam kehidupannya sehari-hari. Setiap pengalaman meninggalkan jejak tertentu yang membentuk cara seseorang melihat situasi baru.
2. Bersifat dugaan, yaitu proses persepsi yang kerap disusun meskipun informasi yang diterima tidak lengkap sehingga individu sering kali mengandalkan asumsi untuk melengkapi kekosongan informasi.
3. Bersifat evaluatif, yakni persepsi tidak hanya berfungsi untuk memahami, tetapi juga melibatkan penilaian positif atau negatif terhadap objek, situasi, maupun orang lain.
4. Bersifat selektif, yaitu kecenderungan individu untuk hanya memperhatikan aspek tertentu yang dianggap relevan dengan kebutuhan, kepentingan, atau kerangka berpikirnya, sementara aspek lain diabaikan.
5. Bersifat kontekstual, yakni pemaknaan pesan dipengaruhi oleh latar budaya, suasana emosional, norma sosial, serta situasi yang melingkupi individu pada saat persepsi itu terbentuk.

Sifat-sifat persepsi sosial bersifat fleksibel dan saling melengkapi, sehingga satu individu dapat menunjukkan beberapa sifat sekaligus, seperti berdasarkan pengalaman, dugaan, evaluatif, selektif, dan kontekstual, dalam membentuk cara menafsirkan dan menilai interaksi sosial secara unik (Mulyana, 2023).

2.2.2 *Male Gaze*

Male Gaze merupakan konsep yang menjelaskan cara pandang dominan dalam media visual yang cenderung menempatkan laki-laki sebagai pihak yang melihat, sementara perempuan berada pada posisi yang dilihat. Konsep ini diangkat dari

pemikiran bahwa media, khususnya media visual atau film, tidak pernah sepenuhnya netral karena cara menampilkan tubuh, ekspresi, dan peran perempuan sering kali dibentuk oleh sudut pandang maskulin (Mulvey, 1975).

Dalam perkembangannya, *male gaze* tidak hanya dipahami sebagai konsep dalam kajian film, tetapi juga sebagai pola cara pandang yang hadir dalam berbagai bentuk budaya visual (Bloom, 2017). Perluasan ini menunjukkan bahwa praktik melihat dan representasi tubuh dapat muncul dalam medium visual yang berbeda seiring berkembangnya media saat ini. Dalam konsep ini, perempuan dalam media sering dihadirkan sebagai objek visual yang dinikmati secara estetis maupun seksual, dibandingkan subjek yang memiliki kendali atas representasinya sendiri. Tubuh perempuan kerap menjadi fokus utama tampilan visual, sementara perannya dalam narasi atau konteks yang lebih luas sering kali bersifat pendukung. Kondisi tersebut mencerminkan adanya ketimpangan relasi kuasa antara pihak yang melihat dan pihak yang dilihat dalam media visual. Ketimpangan ini tidak terlepas dari cara media membangun pengalaman melihat bagi audiens, yang dalam konsep *male gaze* berkaitan dengan dua gagasan penting, yaitu *scopophilia* dan *voyeurism*.

Scopophilia merujuk pada kesenangan yang diperoleh dari aktivitas melihat itu sendiri, khususnya ketika individu memandang orang lain sebagai objek visual. Dalam media visual, kesenangan ini sering dibangun melalui penonjolan tubuh perempuan sebagai pusat perhatian, sehingga aktivitas melihat tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga menghadirkan kenikmatan estetis maupun seksual. Sementara itu, *voyeurism* merupakan bentuk spesifik dari *scopophilia* yang menggambarkan posisi penonton yang dapat mengamati dari jarak aman, seolah-olah sedang mengintip, tanpa disadari atau ditanggapi oleh sosok yang dilihat. Posisi ini memberikan rasa kontrol bagi penonton karena mereka dapat melihat tanpa harus terlibat secara langsung (Mulvey, 1975).

Selain kenikmatan yang diperoleh dari aktivitas melihat, pengalaman menonton juga melibatkan proses identifikasi, di mana penonton diarahkan untuk mengikuti sudut pandang yang dominan, sehingga memperkuat posisi pihak yang melihat sebagai subjek yang aktif. Proses identifikasi ini menghadirkan bentuk kenikmatan visual yang berbeda, karena penonton tidak hanya menikmati apa yang

ditampilkan di layar, tetapi juga merasakan keterlibatan secara simbolik dalam posisi melihat tersebut. Dengan mengikuti sudut pandangan kamera atau tokoh tertentu, penonton seolah mengambil peran sebagai pihak yang mengontrol pandangan, menilai, dan mengamati. Kenikmatan ini bersifat psikologis, karena berkaitan dengan pembentukan rasa kuasa dan posisi subjek dalam relasi melihat (Mulvey, 1975). Dalam konteks ini, representasi visual tidak hanya menyajikan gambar, tetapi juga membangun pengalaman menonton yang menempatkan penonton pada posisi dominan, sementara sosok yang dilihat terutama perempuan, berada pada posisi yang lebih pasif.

Dalam memahami bagaimana kesenangan visual dan posisi melihat serta pengalaman ini diatur serta disampaikan kepada audiens, konsep *male gaze* dijelaskan melalui tiga level pandangan yang saling berkaitan. Ketiga level tersebut menunjukkan bahwa objektifikasi perempuan tidak terjadi secara kebetulan, melainkan dibentuk melalui struktur visual dan cara penyajian konten (Mulvey, 1975). Tiga level tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Gaze* dari kamera atau media visual

Level pertama, yaitu pandangan dari kamera atau media visual. Kamera memiliki peran penting dalam mengarahkan cara audiens melihat perempuan. Pemilihan sudut pengambilan gambar, teknik *framing*, serta fokus visual pada bagian tubuh tertentu dapat menempatkan perempuan sebagai objek yang ditampilkan untuk dilihat dan dinikmati. Dalam konteks ini, kamera tidak hanya berfungsi sebagai alat perekam, tetap juga turut membangun makna dan mengarahkan perhatian audiens.

2. *Gaze* dari karakter laki-laki di dalam konten

Level selanjutnya adalah pandangan dari karakter laki-laki di dalam konten. Dalam banyak media, karakter laki-laki sering digambarkan sebagai pihak yang aktif melihat, menilai atau menginginkan perempuan. Pandangan tersebut kerap dinormalisasi melalui alur atau konteks visual yang disajikan sehingga perempuan kembali

diposisikan sebagai objek dari pandangan tersebut, bukan sebagai subjek yang setara.

3. *Gaze* dari penonton atau audiens

Level ketiga adalah pandangan dari penonton. Melalui cara kamera bekerja dan sudut pandang yang ditampilkan, audiens diarahkan untuk mengikuti perspektif tertentu. Penonton secara tidak langsung diajak untuk melihat perempuan melalui sudut pandang maskulin dan menerima representasi tersebut sebagai sesuatu yang wajar. Pada level ini, *male gaze* tidak hanya diproduksi oleh media, tetapi juga direproduksi melalui cara audiens memaknai konten yang mereka konsumsi.

Ketiga level tersebut menunjukkan bahwa *male gaze* bukan sekedar persoalan individu, melainkan merupakan pola representasi yang berulang dan tertanam dalam media visual.

2.2.3 Objektifikasi Perempuan

Objektifikasi merupakan kondisi ketika seseorang diperlakukan sebagai objek atau benda, bukan sebagai individu yang utuh dan ditandai dengan pengabaian kebebasan, perasaan, serta jati dirinya (Nussbaum, 1995). Dalam konteks ini, objektifikasi tidak hanya dipahami sebagai suatu kondisi, tetapi juga sebagai proses sosial yang terjadi melalui cara individu dipersepsikan, direpresentasikan, dan diperlakukan oleh orang lain (Paasonen et al., 2021). Melalui proses tersebut, individu tidak lagi dipandang sebagai subjek yang memiliki kehendak dan pengalaman, melainkan direduksi menjadi objek yang dapat dinilai atau digunakan.

Sejalan dengan hal tersebut, objektifikasi memiliki dua dimensi, yaitu dimensi moral dan dimensi epistemologis (Langton, 2009). Secara moral, objektifikasi merujuk pada perlakuan terhadap individu sebagai alat atau sarana semata, sehingga mengabaikan nilai kemanusiaannya. Sementara itu, secara epistemologis, objektifikasi berkaitan dengan cara pandang yang memproyeksikan

sifat-sifat tertentu kepada individu, sehingga individu tersebut digambarkan sebagai objek dalam realitas sosial (Langton, 2009).

Untuk memahami bagaimana objektifikasi terjadi secara lebih konkret, diperlukan kerangka yang dapat mengidentifikasi bentuk-bentuk objektifikasi tersebut, yang dapat dijelaskan melalui beberapa bentuk berikut (Nussbaum, 1995):

1. *Instrumentality* atau Instrumentalitas merupakan kondisi ketika seseorang diperlakukan sebagai alat untuk mencapai tujuan pihak lain
2. *Denial of autonomy* atau penyangkalan otonomi merupakan kondisi ketika seseorang dianggap tidak memiliki kebebasan atau kendali atas dirinya sendiri.
3. *Inertness* atau inersia merupakan kondisi ketika seseorang dipandang sebagai individu yang pasif dan tidak memiliki kehendak.
4. *Fungibility* atau fungibilitas merupakan kondisi ketika seseorang dianggap dapat dipertukarkan dengan orang lain tanpa mempertimbangkan keunikan dirinya sebagai manusia.
5. *Violability* atau pelanggaran merupakan kondisi ketika batas pribadi seseorang diabaikan sehingga ia diperlakukan seolah-olah dapat dilanggar.
6. *Ownership* atau kepemilikan merupakan kondisi ketika seseorang diperlakukan seolah-olah dapat dimiliki, dikendalikan, atau diperjualbelikan
7. *Denial of subjectivity* atau penyangkalan subjektivitas merupakan kondisi ketika perasaan, pengalaman, dan sudut pandang seseorang diabaikan.

Ketujuh bentuk tersebut menunjukkan bahwa objektifikasi tidak hanya terjadi dalam satu bentuk tunggal, melainkan dapat muncul melalui berbagai cara yang berbeda (Nussbaum, 1995). Selain itu, bentuk objektifikasi juga dapat memiliki bentuk lain seperti reduksi pada tubuh, reduksi pada penampilan, serta pembungkaman (Langton, 2009). Reduksi pada tubuh merujuk pada kondisi ketika individu diperlakukan semata-mata sebagai tubuh atau bagian tubuh tertentu, sehingga mengabaikan dirinya sebagai pribadi yang utuh. Sementara itu, reduksi pada penampilan terjadi ketika individu dinilai terutama berdasarkan bagaimana ia terlihat secara visual, bukan sebagai individu yang memiliki pikiran dan

pengalaman. Adapun pembungkaman menunjukkan kondisi ketika individu diperlakukan seolah-olah tidak memiliki suara atau kapasitas untuk menyampaikan pandangan, sehingga pengalaman dan perspektifnya diabaikan dalam suatu konteks sosial. Dengan demikian, setiap bentuk objektifikasi menggambarkan cara tertentu dalam memperlakukan individu sebagai objek, baik melalui pengabaian kehendak, perasaan, maupun identitasnya. Oleh karena itu, objektifikasi tidak selalu hadir secara eksplisit, tetapi dapat muncul secara halus melalui cara individu direpresentasikan dan dinilai dalam suatu konteks sosial.

Dalam realitas sosial, objektifikasi pada dasarnya dapat dialami oleh siapa saja terlepas dari gender (Nussbaum, 1995). Namun demikian, dalam praktiknya, bentuk objektifikasi ini lebih banyak dialami oleh perempuan, terutama dalam bagaimana mereka direpresentasikan dan dinilai dalam masyarakat (Paasonen et al., 2021). Oleh karena itu, objektifikasi perempuan merujuk pada kondisi ketika perempuan dipandang dan diperlakukan bukan sebagai individu yang utuh, melainkan sebagai objek. Perempuan sering dinilai terutama dari tubuh, penampilan, atau daya tarik fisiknya, sementara aspek lain seperti pikiran, perasaan, dan pengalaman menjadi kurang diperhatikan (Cahill, 2011, dikutip dalam Paasonen et al., 2021). Objektifikasi terhadap perempuan dipandang sebagai sesuatu yang merendahkan dan mendehumanisasi, karena perempuan direduksi menjadi sekedar objek yang dinilai dari aspek fisiknya.

Dalam kritik feminis, kondisi ini dipahami sebagai bentuk reduksi, yaitu penyempitan sosok perempuan menjadi sekedar atribut fisik dan daya tarik seksual, sehingga mengabaikan individualitas serta kemampuan mereka untuk menentukan diri sendiri (Paasonen et al., 2021). Kondisi ini menunjukkan bahwa objektifikasi perempuan tidak hanya berkaitan dengan perlakuan terhadap perempuan sebagai objek, tetapi juga dengan cara mereka digambarkan dan dimaknai dalam suatu konteks sosial. Oleh karena itu, objektifikasi perempuan juga dapat diperkuat melalui media, di mana media berperan dalam membentuk cara pandang serta persepsi audiens terhadap perempuan (Langton, 2009).

2.2.4 Artificial Intelligence (AI)

Artificial Intelligence (AI) merupakan teknologi yang memungkinkan komputer atau mesin melakukan tugas-tugas yang biasanya memerlukan kecerdasan manusia, termasuk kemampuan untuk belajar dari data, menyesuaikan diri dengan informasi baru, dan mengambil keputusan secara mandiri (Santoso & Kom, 2023). AI hadir sebagai inovasi untuk menjembatani kesenjangan antara kemampuan mesin dan manusia dalam menyelesaikan beberapa tugas tertentu, seperti menerjemahkan bahasa, bermain catur, atau mengenali wajah (Rich & Knight, 1991, dikutip dalam Subiyantoro, 2024). AI punya tiga bagian utama, yaitu kemampuan memahami (Persepsi), belajar, dan beradaptasi. Ketiganya berkaitan erat dengan perkembangan teknologi seperti *machine learning* dan *deep learning*, yang membuat sistem AI bisa terus menyesuaikan diri dengan data baru dan perubahan situasi secara otomatis (Kaplan & Haenlein, 2019, dikutip dalam Subiyantoro, 2024).

Perkembangan AI saat ini sangat mudah ditemui dalam kehidupan sehari-hari. Mulai dari fitur rekomendasi di media sosial, sistem navigasi digital, hingga *virtual assistant*, seperti Siri dan Google Assistant. Semua teknologi tersebut bekerja berkat penerapan berbagai elemen utama AI (Subiyantoro, 2024), yaitu:

1. *Machine Learning* (ML)

Machine Learning (ML) merupakan teknologi yang membuat komputer dapat belajar dari data tanpa harus diprogram secara langsung. Pada dasarnya, sistem ini dibuat untuk dapat mengenali pola dari data yang dimasukkan dan kemudian membuat keputusan berdasarkan pola tersebut. Dengan kata lain, ML berperan sebagai fondasi pembelajaran otomatis dari data, baik dalam pengawasan (*supervised*), tanpa pengawasan (*unsupervised*), atau berbasis penguatan (*reinforcement learning*) Contoh dari ML, seperti fitur rekomendasi di Netflix atau Spotify.

2. *Deep Learning* (DL)

Elemen selanjutnya adalah *Deep Learning* (DL), merupakan pengembangan dari ML yang menggunakan jaringan saraf tiruan (*Neural Networks*), di mana cara kerjanya seperti dengan cara kerja otak manusia. Sistem ini dapat memproses data yang jauh lebih kompleks dan mendalam seperti gambar

atau suara. Salah satu pengembangan penting dari *Deep Learning* adalah munculnya model khusus bernama *Generative Adversarial Networks* (GANs), yang memungkinkan mesin untuk menciptakan data baru yang terlihat sangat realistis, seperti gambar wajah atau video yang menyerupai manusia asli. Contoh dari DL, seperti teknologi pengenalan wajah di ponsel, mobil tanpa pengemudi, atau asisten suara seperti Siri yang bisa memahami perintah. Salah satu penerapan lain dari *Deep Learning* adalah teknologi *deepfake*, yaitu Teknik manipulasi citra dan video manusia yang memanfaatkan model GANs untuk memanipulasi citra manusia secara digital.

3. *Natural Language Processing* (NLP)

Natural Language Processing (NLP) berfokus pada bagaimana komputer dapat memahami dan merespons bahasa manusia yang berfungsi agar mesin dapat berkomunikasi dengan bahasa yang alami dan mudah dipahami. Contoh dari NLP dalam kehidupan sehari-hari, seperti *chatbot* di situs web atau Google Translate yang dapat menerjemahkan bahasa secara otomatis.

4. *Computer Vision* (CV)

Computer Vision (CV) merupakan bidang dalam AI yang memungkinkan komputer untuk “melihat” dan mengenali objek dari gambar atau video. Dengan kemampuan ini, sistem bisa memahami konteks visual dan mengambil tindakan berdasarkan informasi yang terlihat. Contoh dari CV dapat dilihat dari kehidupan sehari-hari, seperti *Smart CCTV* atau aplikasi medis yang membantu dokter untuk membaca hasil rontgen dan MRI.

Oleh karena itu, perkembangan berbagai elemen AI telah menunjukkan bahwa teknologi ini tidak hanya terbatas pada bidang teknis, tetapi juga mulai berperan besar dalam bidang komunikasi. Misalnya, penggunaan *chatbot*, hingga teknologi *deepfake* yang saat ini digunakan untuk berbagai kegiatan komunikasi digital. Fenomena ini juga mencerminkan bagaimana penerapan kecerdasan buatan telah memasuki ranah komunikasi digital, tidak hanya sebagai alat bantu teknis, tetapi juga sebagai bagian dari produksi dan penyebaran konten. Salah satu contohnya dapat dilihat pada akun TikTok @066ai, yang menampilkan praktik

objektifikasi perempuan melalui konten yang berlabel AiSesat. Kemunculan konten semacam ini menunjukkan bagaimana kemampuan *Deep Learning*, khususnya melalui model *Generative Adversarial Networks* (GANs), serta *Computer Vision* memungkinkan memanipulasi citra manusia secara realistis hingga menyerupai kenyataan.

Praktik manipulasi visual semacam ini membuka kemungkinan munculnya konten yang bersifat seksual dan nonsensual, di mana wajah seseorang dapat digabungkan secara halus ke tubuh orang lain dalam gambar atau video sehingga tampak seolah-olah nyata dan asli. Untuk praktik manipulasi visual bersifat seksual dapat disebut sebagai *Deepfake Porn*, yang tujuan dari pembuatan konten seperti ini biasanya untuk memanipulasi citra pribadi seseorang tanpa izin, yang pada akhirnya menimbulkan pelanggaran serius terhadap privasi individu (Bhattacharjee & Sharma, 2025). Secara teknis, *Deepfake Porn* memanfaatkan *Deep Learning* dengan model GANs yang mampu memodifikasi foto secara detail, termasuk pada representasi tubuh perempuan, yang pengembangannya banyak bergantung pada kumpulan data bergambar perempuan (Maddocks, 2020)

2.2.5 Media Sosial

Kehadiran media sosial kini menjadi fenomena yang memiliki dampak signifikan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Media sosial merupakan kumpulan aplikasi berbasis internet yang berlandaskan pada perkembangan teknologi *Web 2.0* (Kaplan & Haenlein, 2010, dikutip dalam Abdillah, 2022) yang digunakan oleh pengguna untuk berbagi teks, gambar, video, dan audio satu sama lain (Kotler et al., 2022). Melalui media sosial, terjadi proses interaksi dua arah di mana pengguna tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga turut berperan dan menciptakan, menanggapi, dan menyebarkan informasi. Sejumlah *platform* media sosial yang menarik perhatian masyarakat, seperti Instagram, TikTok, Facebook, Twitter, LinkedIn, dan Snapchat, menjadi bukti nyata pergeseran cara manusia berinteraksi (Asari et al., 2023).

Dengan berbagai fungsi dan peran tersebut, media sosial tidak hanya sekadar *platform* untuk berbagi konten, tetapi juga memiliki karakteristik khusus

yang membedakannya dari bentuk komunikasi lainnya. Terdapat lima ciri penting yang menjadi penanda utama media sosial (Carr & Hayes, 2015, dikutip dalam Kisnu et al., 2022), yaitu:

1. Berbasis internet

Media sosial menggunakan internet sebagai sarana utama. Hal ini memungkinkan pengguna untuk mengakses, membuat, dan berbagi konten kapan saja dan di mana saja, tanpa terikat oleh lokasi fisik, sehingga interaksi bisa terjadi secara global.

2. Interaktif antar pengguna

Pengguna dapat berinteraksi satu sama lain melalui berbagai bentuk komunikasi. Interaksi ini bisa bersifat sinkron, di mana pengguna saling merespons secara langsung, atau asinkron, di mana terdapat jeda waktu antara pesan yang dikirim dan tanggapan yang diterima. Baik sinkron maupun asinkron, media sosial memfasilitasi pertukaran informasi dan membangun hubungan antar pengguna.

3. Persepsi interaktivitas

Interaksi di media sosial tidak harus selalu bersifat interpersonal secara langsung, tetapi pengguna merasakan keterlibatan sosial dengan orang lain. Misalnya, saat memposting konten, pengguna percaya bahwa pesan tersebut dibaca, dikomentari, atau dibagikan oleh orang lain, sehingga tercipta rasa interaksi dan partisipasi aktif.

4. Pengguna bisa mengkreasi pesan

Media sosial memberi kebebasan bagi pengguna untuk membuat dan mengontrol konten sesuai keinginan mereka. Pengguna dapat menulis teks, mengunggah foto atau video, dan menyesuaikan pesan agar sesuai dengan identitas pribadi atau tujuan komunikasi mereka, yang memungkinkan terciptanya konten unik dan beragam.

5. *Masspersonal communication*

Media sosial mampu menggabungkan komunikasi satu ke banyak (massa) dengan komunikasi interpersonal, sehingga pesan dapat menjangkau audiens luas sekaligus terasa personal. Hal ini membedakan media sosial

dari *platform* yang lebih bersifat pribadi atau terbatas, seperti Telegram, yang meskipun memungkinkan interaksi, tidak secara otomatis menjangkau audiens luas dan tidak selalu dikategorikan sebagai media sosial konvensional.

Memahami ciri-ciri media sosial membantu menjelaskan bagaimana *platform* ini mempengaruhi interaksi dan penyebaran konten di kehidupan digital. Sebagai sebuah fenomena yang berkembang pesat di dunia digital, media sosial telah menjadi tren utama dalam Teknologi Informasi (TI) (Abdillah, 2022). Selain itu, media sosial juga sering digunakan untuk menunjukkan eksistensi diri, di mana individu mempresentasikan dirinya melalui berbagai konten yang dibuatnya (Nasrullah, 2020). Sebagai wujud dari media baru, media sosial memiliki kemampuan untuk membantu berbagai bidang, seperti bisnis, pendidikan, dan politik (Abdillah, 2022).

Dalam dunia bisnis, media sosial telah menjadi alat yang efektif bagi perusahaan untuk memfasilitasi komunikasi dan menjangkau audiens baru, serta memperkuat hubungan dengan pelanggan. Dalam bidang pendidikan, media sosial mendukung berbagai aktivitas pembelajaran, mulai dari lingkungan belajar virtual, presensi *online*, hingga ujian dan penyimpanan tugas digital. Sementara itu, dalam dunia politik, media sosial berperan penting dalam kampanye untuk menyampaikan program-program dan menarik simpati massa dengan cepat. Di sisi lain, perkembangan media sosial juga memunculkan dinamika baru terkait bentuk dan jenis konten yang beredar. Hadirnya teknologi berbasis kecerdasan buatan (AI) memungkinkan terciptanya konten-konten yang bersifat manipulatif, seperti *deepfake*, yang kini dengan cepat menyebar melalui *platform* populer dan kerap menjadi konsumsi generasi muda. Fenomena ini menunjukkan bagaimana media sosial tidak hanya berfungsi sebagai ruang komunikasi, tetapi juga sebagai arena pembentukan persepsi, nilai, serta cara pandang audiens terhadap isu-isu yang muncul dalam kehidupan digital (Khan, 2017).

2.2.6 TikTok

TikTok merupakan media sosial berbasis audio dan visual yang memungkinkan pengguna membuat, mengedit, mengunggah, serta membagikan konten video dengan mudah kepada pengguna lain (Stokel-Walker, 2021). Platform ini dikembangkan oleh perusahaan teknologi asal Tiongkok, ByteDance, dan diluncurkan secara global setelah penggabungan aplikasi Musical.ly pada tahun 2018 dan dikenal dengan user interface atau desain antarmuka yang sederhana sehingga memudahkan pengguna untuk memproduksi maupun mengonsumsi berbagai jenis konten digital (Stokel-Walker, 2021). Selain itu, platform ini dikenal dengan kemudahannya dalam menghasilkan konten kreatif melalui berbagai fitur musik, filter dan efek visual yang tersedia di dalam aplikasi (Asari et al., 2023).

TikTok memiliki beberapa karakteristik yang membedakannya dari platform media sosial lainnya (Stokel-Walker, 2021), yaitu:

1. Video berdurasi pendek

TikTok berfokus pada penyajian video berdurasi singkat, umumnya berkisar antara 15 detik hingga 30 detik. Durasi yang singkat memungkinkan pengguna dapat mengonsumsi banyak konten dalam waktu yang relatif cepat.

2. Fitur penyuntingan yang mudah

TikTok menyediakan berbagai fitur penyuntingan atau editing, seperti filter, efek visual, stiker, dan musik yang memudahkan pengguna membuat konten tanpa memerlukan kemampuan teknis yang kompleks. Selain itu, pengguna juga dapat langsung melakukan editing video secara langsung di aplikasi yang sama.

3. Fitur interaksi pengguna

TikTok menyediakan fitur suka, komentar, dan *share* yang memungkinkan pengguna berinteraksi secara aktif dengan konten maupun pengguna lain. Selain itu, penempatan ikon-ikon interaksi pada sisi kanan layar dirancang untuk memudahkan pengguna memberikan respons terhadap suatu video. Kemudahan tersebut mendorong pengguna untuk lebih sering berinteraksi

dengan konten sekaligus mendukung penyebaran konten kepada pengguna lain.

4. Sistem rekomendasi berbasis algoritma

TikTok menggunakan sistem rekomendasi berbasis *content graph*, yaitu algoritma yang merekomendasikan konten berdasarkan riwayat tontonan, minat, dan pola interaksi pengguna, bukan hanya berdasarkan akun yang diikuti. Melalui sistem tersebut, pengguna akan terus menerima rekomendasi konten yang dianggap sesuai dengan preferensinya.

5. Fitur *endless scroll*

TikTok memiliki fitur endless scroll atau gulir tanpa henti yang terintegrasi dalam halaman FYP. Fitur ini memungkinkan pengguna terus menjelajahi video secara berkelanjutan tanpa perlu mencari konten secara manual. Didukung oleh sistem rekomendasi algoritma, fitur *endless scroll* menyajikan aliran konten yang dipersonalisasi berdasarkan preferensi pengguna sehingga mendorong pengguna untuk terus mengonsumsi konten dalam waktu yang lebih lama.

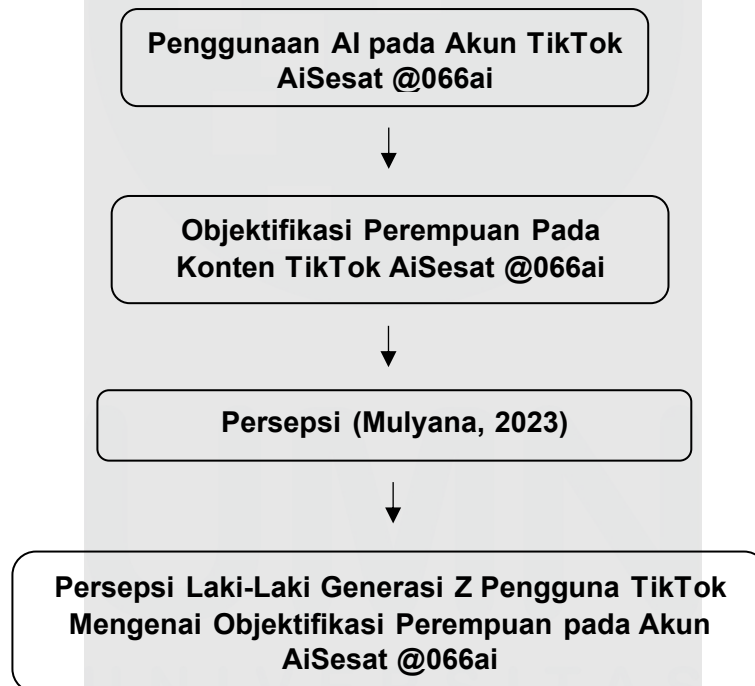
Menurut Boffone (2021), TikTok tidak hanya berfungsi sebagai platform berbagi video pendek, tetapi juga berkembang ruang budaya digital yang mendorong pengguna untuk berpartisipasi dalam tren, mereplikasikan tarian, menggunakan audio yang sama, serta menciptakan berbagai bentuk meme yang kemudian menyebar secara viral. Oleh karena itu, TikTok menjadi ruang yang mendorong terbentuknya budaya partisipatif, di mana pengguna tidak hanya mengonsumsi konten, tetapi juga ikut memproduksi dan menyebarkan kembali tren yang sedang berkembang (Boffone, 2021).

2.3. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini bertujuan untuk memahami persepsi pengikut akun TikTok @066ai, khususnya dari kalangan Generasi Z terhadap konten *deepfake porn* AI yang dipromosikan melalui *platform* media sosial, TikTok dan disebarluaskan secara penuh melalui *platform* Telegram. Generasi Z, sebagai generasi yang tumbuh bersama teknologi digital dan media sosial, cenderung aktif dalam menemukan, menilai, dan

menanggapi berbagai konten *online*. Akun @066ai menggunakan TikTok sebagai media promosi dengan menampilkan cuplikan atau teaser konten, sehingga mendorong pengikut untuk mengakses konten lengkap di Telegram.

Melalui kerangka pemikiran ini, penelitian berupaya menganalisis bagaimana pengikut akun TikTok @066ai, khususnya dari kalangan Generasi Z memproses, menafsirkan, dan memaknai konten *deepfake porn* AI yang mereka konsumsi, sehingga membentuk persepsi mereka terhadap fenomena tersebut, termasuk penerimaan, rasa penasaran, sikap kritis, atau ketidaksetujuan. Berdasarkan penjelasan mengenai konsep yang digunakan, berikut adalah gambaran kerangka penelitian pada penelitian ini, yang dapat dilihat pada Gambar 2.1



Gambar 2. 1 Alur Penelitian
Sumber: Data Olahan Skripsi Peneliti (2026)