



Deddy Satria M, S.Sos., M.Si



# ETIKA KOMUNIKASI DI ERA AI

# **ETIKA KOMUNIKASI DI ERA AI**

**Penulis**

Deddy Satria M., S.Sos., M.Si.

**Editor**

Syifa Urrahmah, S.I.Kom., M.I.Kom.



## **PENERBIT KBM INDONESIA**

Adalah penerbit dengan misi memudahkan proses penerbitan buku buku penulis di tanah air Indonesia. Serta menjadi media sharing proses penerbitan buku.

# **ETIKA KOMUNIKASI DI ERA AI**

*Copyright @2026 By Deddy Satria M., S.Sos., M.Si.  
All right reserved*

## **Penulis**

Deddy Satria M., S.Sos., M.Si.

## **Desain Sampul**

Eca Art

## **Tata Letak**

Nur Kasanah

## **Editor**

Syifa Urrahmah, S.I.Kom., M.I.Kom.

Background isi buku di ambil dari <https://www.freepik.com/>

## **Official**

Depok, Sleman-Jogjakarta (Kantor)

**Penerbit Karya Bakti Makmur (KBM) Indonesia**

**Anggota IKAPI/No. IKAPI 279/JTI/2021**

081357517526 (Tlpn/WA)

## **Website**

<https://penerbitkbm.com>

[www.penerbitbukumurah.com](http://www.penerbitbukumurah.com)

## **Email**

[naskah@penerbitkbm.com](mailto:naskah@penerbitkbm.com)

## **Distributor**

<https://penerbitkbm.com/toko-buku/>

## **Youtube**

Penerbit KBM Sastrabook

## **Instagram**

[@penerbit.kbmindonesia](https://www.instagram.com/penerbit.kbmindonesia)

[@penerbitbukujogja](https://www.instagram.com/penerbitbukujogja)

**ISBN: 978-634-278-384-9**

Cetakan ke-1, Mei 2026

15,5 x 23 cm, iv + 189 halaman

Isi buku diluar tanggungjawab penerbit

Hak cipta merek KBM Indonesia sudah terdaftar di DJKI-Kemenkumham dan isi buku dilindungi undang-undang.

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa seizin penerbit karena beresiko sengketa hukum

**Sanksi Pelanggaran Pasal 113**  
**Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta**

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
4. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).



# KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan petunjuk-Nya, sehingga buku ini dapat diselesaikan. Buku *"Etika Komunikasi di Era AI"* lahir dari keprihatinan atas pesatnya perkembangan kecerdasan buatan yang memengaruhi cara kita berinteraksi, menyebarkan informasi, dan membangun hubungan sosial. Di era digital saat ini, teknologi tidak hanya menjadi alat, tetapi juga mitra komunikasi yang membawa tantangan etis baru bagi individu, institusi, dan masyarakat luas.

Buku ini disusun dengan tujuan memberikan pemahaman mendalam mengenai prinsip-prinsip komunikasi etis, tantangan moral, dan strategi praktis dalam menghadapi era AI. Setiap bab dirancang untuk menyeimbangkan analisis ilmiah dengan bahasa populer agar dapat dipahami oleh pembaca umum, akademisi, maupun praktisi komunikasi. Melalui buku ini, pembaca diharapkan dapat menumbuhkan kesadaran kritis dan tanggung jawab moral dalam menyampaikan informasi, menggunakan teknologi, serta berinteraksi di dunia digital.

Ucapan terima kasih saya sampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, masukan, dan inspirasi selama proses penulisan. Semoga buku ini dapat menjadi panduan praktis sekaligus referensi ilmiah bagi siapa saja yang ingin memahami, mengelola, dan mengimplementasikan komunikasi etis di era kecerdasan buatan.

Perkembangan AI yang begitu cepat tidak hanya menghadirkan peluang, tetapi juga dilema etis yang kompleks. Buku ini mencoba memetakan lanskap tantangan tersebut, mulai dari distorsi informasi, penyebaran misinformasi, hingga risiko dehumanisasi dalam interaksi digital. Dengan memahami aspek etis, pembaca diharapkan mampu menyikapi kemajuan teknologi secara bijak dan kritis.

Selain itu, buku ini menekankan pentingnya membangun kesadaran kolektif mengenai tanggung jawab komunikasi. Etika komunikasi bukan hanya soal aturan atau norma formal, tetapi juga mencakup kesadaran sosial dan moral yang mendasari setiap interaksi, baik offline maupun online. Hal ini menjadi semakin relevan karena teknologi AI dapat memperluas jangkauan pesan dengan kecepatan yang sulit dibayangkan sebelumnya.

Buku ini juga dirancang untuk menjadi referensi praktis bagi berbagai pihak, mulai dari akademisi, praktisi komunikasi, pembuat kebijakan, hingga masyarakat umum yang peduli terhadap etika digital. Setiap bab dilengkapi dengan analisis konseptual, contoh kasus, dan strategi implementasi yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari maupun lingkungan profesional.

Akhirnya, harapan terbesar dari penulisan buku ini adalah agar pembaca tidak hanya menjadi konsumen informasi yang pasif, tetapi juga agen komunikasi yang bertanggung jawab. Dengan menginternalisasi prinsip-prinsip etika, setiap individu dapat ikut membangun ekosistem komunikasi yang sehat, inklusif, dan berkeadilan di tengah kemajuan teknologi AI.

Penulis

**Deddy Satria M, S.Sos., M.Si.**

# DAFTAR ISI

|                                                                         |            |
|-------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                              | <b>i</b>   |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                                                 | <b>iii</b> |
| <b>BAB 1 MENGAPA ETIKA KOMUNIKASI PENTING DI ERA AI .....</b>           | <b>1</b>   |
| A. Ledakan Teknologi AI pada Kehidupan Sehari-hari.....                 | 2          |
| B. Dari Komunikasi Tradisional ke Komunikasi Digital.....               | 7          |
| C. Risiko Distorsi, Manipulasi dan Misinformasi .....                   | 11         |
| D. Kemunculan Etika Baru dalam Ruang Digital .....                      | 15         |
| E. Tantangan Sosial dan Psikologis bagi Masyarakat Modern.....          | 19         |
| <b>BAB 2 MEMAHAMI AI DALAM PERSPEKTIF KOMUNIKASI.....</b>               | <b>25</b>  |
| A. Mengetahui Kecerdasan Buatan.....                                    | 26         |
| B. Cara Kerja AI dalam Memproses Informasi dan Bahasa .....             | 32         |
| C. Algoritma, Data dan Bias yang Tersembunyi .....                      | 37         |
| D. AI sebagai Mitra Komunikasi Baru Manusia .....                       | 42         |
| E. Evolusi Interaksi Manusia dan Mesin.....                             | 45         |
| <b>BAB 3 PONDASI KOMUNIKASI BERTANGGUNG JAWAB.....</b>                  | <b>51</b>  |
| A. Konsep Dasar Etika dalam Komunikasi.....                             | 52         |
| B. Etika Informasi .....                                                | 56         |
| C. Etika Penggunaan Data Pribadi .....                                  | 60         |
| D. Tanggung Jawab Individu dan Institusi .....                          | 65         |
| E. Standar Etika Global .....                                           | 69         |
| <b>BAB 4 KOMUNIKASI MANUSIA DAN AI .....</b>                            | <b>73</b>  |
| A. Manusia Berinteraksi dengan Chatbot, Asisten Virtual dan Robot ..... | 74         |
| B. Antara Kenyamanan dan Ketergantungan pada AI .....                   | 78         |

|                                                                          |            |
|--------------------------------------------------------------------------|------------|
| C. Risiko Dehumanisasi dalam Penggunaan AI .....                         | 82         |
| D. Batasan Peran AI dalam Komunikasi Empatik .....                       | 86         |
| E. Kasus-Kasus Etis dalam Interaksi Manusia dan AI .....                 | 89         |
| <b>BAB 5 ANCAMAN MISINFORMASI BERBASIS AI .....</b>                      | <b>95</b>  |
| A. Polusi Informasi dan Ledakan Konten Otomatis .....                    | 96         |
| B. Deepfake, Bots dan Manipulasi Opini Publik .....                      | 99         |
| C. Peran AI dalam Disinformasi Politik .....                             | 103        |
| D. Literasi Digital sebagai Benteng Pertama .....                        | 107        |
| E. Strategi dalam Memerangi Misinformasi .....                           | 110        |
| <b>BAB 6 TANGGUNG JAWAB KOMUNIKATOR DIGITAL .....</b>                    | <b>115</b> |
| A. Komunikasi Etis dan Budaya Empati di Dunia Online .....               | 116        |
| B. Dampak Psikologis Konten dan Informasi Digital .....                  | 120        |
| C. Mengelola Emosi di Tengah Arus Informasi .....                        | 124        |
| D. Etika Produksi Konten oleh Manusia dan AI .....                       | 128        |
| E. Membentuk Kesadaran Moral di Era Teknologi .....                      | 132        |
| <b>BAB 7 ARAH MASA DEPAN AI DALAM KOMUNIKASI .....</b>                   | <b>137</b> |
| A. Kebijakan Global dan Tren Regulasi AI .....                           | 138        |
| B. Perlindungan Data dan Hak Digital Warga .....                         | 142        |
| C. Tantangan Regulasi di Negara Berkembang .....                         | 146        |
| D. Kolaborasi Pemerintah, Akademisi, Media dan<br>Industri .....         | 150        |
| E. Peluang dan Ancaman Masa Depan AI .....                               | 154        |
| <b>BAB 8 MEMBANGUN EKOSISTEM KOMUNIKASI ETIS<br/>    DI ERA AI .....</b> | <b>159</b> |
| A. Prinsip-Prinsip Komunikasi Etis .....                                 | 160        |
| B. Membangun Lingkungan Digital yang Sehat dan<br>Inklusif .....         | 164        |
| C. Pedoman Praktis Dalam Penggunaan AI .....                             | 170        |
| D. Menumbuhkan Kesadaran Kritis di Masyarakat .....                      | 174        |
| E. Menciptakan Harmoni antara Teknologi dan<br>Kemanusiaan .....         | 180        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                              | <b>185</b> |
| <b>PROFIL PENULIS .....</b>                                              | <b>189</b> |

# **BAB 1**

## **MENGAPA ETIKA KOMUNIKASI PENTING DI ERA AI**

## **A. LEDAKAN TEKNOLOGI AI PADA KEHIDUPAN SEHARI-HARI**

Perkembangan kecerdasan buatan (AI) dalam beberapa tahun terakhir terasa seperti lompatan besar dalam evolusi teknologi manusia. Mesin yang sebelumnya hanya berfungsi mengikuti instruksi kini mampu mengambil keputusan kompleks dan menyesuaikan diri dengan perilaku manusia. Transformasi ini bukan muncul tiba-tiba, melainkan hasil fusi antara kemampuan komputasi yang meningkat, ketersediaan data yang melimpah, serta kemajuan dalam pengolahan bahasa alami (Kurzweil, 2005). Kombinasi faktor ini menciptakan “ledakan AI” yang dampaknya menyentuh hampir seluruh dimensi kehidupan modern.

Kehadiran AI yang semakin cerdas mengubah pola interaksi kita dengan perangkat digital. Jika dahulu teknologi hanya menjadi alat bantu, kini mesin menjadi mitra berpikir. Chatbot dapat menjawab pertanyaan kompleks, algoritma dapat memprediksi perilaku, bahkan sistem otomatis mampu memodifikasi strategi komunikasi berdasarkan respons pengguna. Fenomena ini menandai pergeseran besar dalam dunia komunikasi, sebagaimana dijelaskan Floridi (2014) bahwa AI telah menjadi “agen moral digital” yang ikut berperan dalam pertukaran makna.

AI hadir begitu halus dalam kehidupan sehari-hari sehingga sering kali manusia tidak menyadari bahwa sebagian besar keputusan digital mereka telah dikendalikan algoritma. Ketika membuka media sosial, rekomendasi video yang muncul bukan dipilih oleh manusia, melainkan mesin yang mempelajari preferensi kita. Nicholas Carr (2010) menyebut kondisi ini sebagai otomatisasi preferensi, di mana manusia perlahan kehilangan kebebasan memilih konten secara sadar karena semua sudah “disiapkan” algoritma.

Salah satu dampak paling kentara dari AI adalah personalisasi informasi. Algoritma berusaha menyajikan konten “terbaik” bagi tiap pengguna berdasarkan data perilaku mereka. Meskipun personalisasi meningkatkan kenyamanan, ia juga menciptakan risiko penyempitan ruang informasi. Pariser (2011) menyebutnya sebagai filter bubble,

kondisi ketika seseorang hanya menerima informasi yang memperkuat keyakinannya sendiri, sehingga ruang publik digital menjadi semakin tersegmentasi dan rawan polarisasi.

AI juga menciptakan kenyamanan baru dalam sektor-sektor penting seperti kesehatan, transportasi, dan pendidikan. Dalam layanan kesehatan, sistem prediktif berbasis AI membantu dokter membaca hasil radiologi jauh lebih cepat dan akurat. Penelitian menunjukkan bahwa beberapa model AI tertentu bahkan dapat mendeteksi tanda-tanda awal penyakit lebih baik daripada ahli manusia (Esteve et al., 2017). Namun, hal ini menimbulkan kekhawatiran baru tentang ketergantungan yang berlebihan pada mesin.

Dalam dunia pendidikan, penggunaan AI meningkat pesat. Banyak mahasiswa kini menggunakan sistem otomatis untuk memeriksa struktur tulisan, mencari referensi, dan menyusun argumen. AI memberikan keuntungan besar dalam efisiensi, tetapi juga dikhawatirkan menurunkan kemampuan berpikir kritis dan eksplorasi intelektual. Selwyn (2019) mengingatkan bahwa pendidikan berbasis AI harus dibarengi dengan literasi digital agar peserta didik tidak “menyerahkan” proses belajarnya pada mesin.

AI juga mengubah cara masyarakat menjalani kehidupan emosional. Asisten virtual seperti Siri atau Google Assistant mulai dianggap sebagai “teman” oleh sebagian pengguna yang terbiasa berbicara dan berinteraksi sehari-hari. Sherry Turkle (2011) menyebut fenomena ini sebagai relational artifacts teknologi yang meniru kedekatan emosional dan membuat manusia merasa dipahami, padahal hubungan tersebut bersifat semu. Ketergantungan seperti ini dapat menurunkan kualitas interaksi sosial antarmanusia.

Perubahan besar juga terjadi dalam dunia bisnis. AI membantu perusahaan menganalisis kebutuhan konsumen, memetakan pola belanja, dan memprediksi tren. Strategi bisnis kini bergantung pada data besar dan kecerdasan mesin, sehingga pengambilan keputusan menjadi lebih cepat dan objektif. Namun, O’Neil (2016) memperingatkan bahwa algoritma yang digunakan untuk bisnis sering

memiliki bias tersembunyi yang justru dapat menciptakan ketidakadilan baru, terutama bagi kelompok rentan.

Dalam politik, AI memungkinkan kampanye lebih terarah dan personal. Konten politik disesuaikan berdasarkan perilaku digital pemilih. Strategi ini meningkatkan efektivitas komunikasi politik, tetapi pada saat yang sama membuka ruang manipulasi. Tufekci (2015) menjelaskan bahwa mikro-targeting dapat memengaruhi opini publik secara diam-diam tanpa pengawasan publik, sehingga berpotensi merusak transparansi demokrasi.

AI juga mengubah budaya kerja global. Banyak pekerjaan rutin kini diotomatisasi, sehingga perusahaan dapat menghemat biaya dan meningkatkan produktivitas. Namun, perubahan ini juga memicu ketidakpastian bagi pekerja. Brynjolfsson dan McAfee (2014) menunjukkan bahwa teknologi digital cenderung menciptakan "kesenjangan keahlian," di mana pekerja berpendidikan tinggi akan semakin unggul, sementara pekerja dengan keterampilan rutin terancam tergusur.

Selain transformasi sosial dan ekonomi, AI menghadirkan persoalan privasi yang serius. Data pribadi manusia dikumpulkan, dianalisis, dan dimanfaatkan untuk tujuan ekonomi dan politik. Zuboff (2019) menyebut fenomena ini sebagai *surveillance capitalism*, yaitu sistem ekonomi yang menjadikan data pribadi sebagai komoditas. Dalam konteks ini, etika komunikasi menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa penggunaan data tidak melanggar hak-hak dasar manusia.

Ledakan AI juga membawa pengaruh pada cara manusia memaknai waktu dan kecepatan. Kini, segala sesuatu serba instan. Jawaban cepat, proses otomatis, dan respon real-time menjadi standar baru komunikasi. Tekanan untuk selalu cepat ini dapat menimbulkan stres, mengurangi fokus, dan mengubah kualitas dialog. Susskind & Susskind (2020) menegaskan bahwa tekanan digital ini dapat menurunkan kemampuan manusia untuk melakukan refleksi mendalam.

Teknologi AI juga memengaruhi cara anak-anak tumbuh dan belajar. Generasi muda kini mengenal dunia melalui layar digital yang

dipenuhi rekomendasi algoritma. Hal ini menimbulkan kekhawatiran bahwa proses perkembangan kognitif mereka dapat dipengaruhi oleh konten yang dikontrol mesin, bukan oleh interaksi manusia. Penelitian menunjukkan bahwa paparan berlebih pada platform digital dapat memengaruhi kemampuan sosial dan konsentrasi anak (Twenge, 2017).

Hubungan sosial antarindividu juga tidak luput dari perubahan. Interaksi digital yang serba otomatis kadang menyebabkan komunikasi terasa lebih dangkal. Ketika pesan instan lebih sering dikirim daripada percakapan mendalam, hubungan emosional antar manusia pun berubah. Teknologi memudahkan komunikasi, tetapi mengurangi kedalaman makna yang dulu hadir dalam interaksi tatap muka.

Dalam konteks keluarga, AI menawarkan kemudahan tetapi juga tantangan. Orang tua memanfaatkan teknologi untuk mengatur rumah, memantau anak, dan mencari informasi. Namun, ketergantungan yang berlebihan dapat melemahkan komunikasi langsung antara anggota keluarga. Keseimbangan antara penggunaan teknologi dan interaksi manusia menjadi isu penting bagi keluarga modern.

Di tempat kerja, AI menciptakan lingkungan baru yang menuntut adaptasi cepat. Banyak perusahaan menuntut pegawai mampu bekerja dengan sistem otomatis. Mereka yang tidak dapat mengikuti perkembangan teknologi berisiko tertinggal. Hal ini memperkuat argumen bahwa literasi AI menjadi keterampilan dasar abad ke-21.

Dampak AI juga terasa dalam dunia kreativitas. Mesin kini dapat membuat musik, menulis puisi, bahkan menciptakan gambar dengan kualitas tinggi. Meski inovasi ini membuka peluang baru, ia juga menimbulkan pertanyaan filosofis tentang makna kreativitas manusia. Apakah karya digital yang dibuat mesin memiliki nilai seni? Ataukah seni kehilangan "jiwa"-nya ketika identitas penciptanya bukan manusia?

Ledakan AI juga memengaruhi persepsi manusia tentang otoritas. Dahulu, informasi dari ahli atau institusi dipercaya sebagai

sumber utama. Kini, banyak orang lebih mempercayai jawaban mesin dibanding pendapat profesional manusia. Fenomena ini menunjukkan adanya pergeseran kepercayaan (trust shift) yang perlu dicermati karena berdampak besar pada dinamika otoritas sosial.

Ketersediaan AI dalam berbagai bentuk juga memunculkan dilema moral baru. Misalnya, jika AI membuat keputusan yang salah, siapa yang bertanggung jawab? Pengembang? Pengguna? Atau algoritma itu sendiri? Pertanyaan-pertanyaan seperti ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi selalu diikuti kompleksitas etis yang membutuhkan pemahaman lebih luas.

Di sisi lain, AI membawa peluang besar bagi inovasi sosial. Teknologi ini dapat digunakan untuk memantau lingkungan, mengelola bencana, mendeteksi kejahatan, dan mempercepat proses administrasi pemerintah. Namun, peluang tersebut hanya dapat dimanfaatkan secara optimal jika diiringi regulasi yang memastikan keadilan dan akuntabilitas.

Ketika AI semakin meresap dalam budaya manusia, muncul pula perubahan dalam cara kita membangun identitas digital. Orang semakin sadar bahwa setiap tindakan online dicatat dan dianalisis. Kesadaran ini dapat memengaruhi cara seseorang menampilkan diri di dunia digital, yang pada gilirannya berdampak pada kesehatan mental dan dinamika hubungan sosial.

Semua perkembangan ini menunjukkan bahwa AI bukan hanya inovasi teknologi, tetapi juga fenomena psikologis, sosial, ekonomi, dan budaya. Karena dampaknya begitu luas, diskusi tentang etika komunikasi menjadi sangat penting. Tanpa landasan etis, AI dapat memperkuat bias, menghilangkan privasi, dan merusak kualitas hubungan manusia.

Oleh sebab itu, memahami ledakan AI bukan hanya tentang mempelajari cara kerja algoritma, tetapi juga tentang memahami dampaknya terhadap kehidupan, nilai-nilai, dan struktur sosial kita. Etika komunikasi hadir sebagai fondasi agar manusia tetap memegang kendali atas teknologi yang diciptakan, bukan sebaliknya.

## B. DARI KOMUNIKASI TRADISIONAL KE KOMUNIKASI DIGITAL

Peralihan dari komunikasi tradisional ke komunikasi digital merupakan salah satu perubahan sosial yang paling cepat dalam sejarah manusia. Dahulu, komunikasi banyak bergantung pada percakapan langsung, surat, atau media cetak. Kini, percakapan dapat berlangsung tanpa batas ruang dan waktu melalui pesan instan, media sosial, dan platform digital lainnya. Para peneliti menyebut ini sebagai *communication paradigm shift*, yaitu perubahan mendasar dalam cara manusia berinteraksi (McQuail, 2010).

Komunikasi tradisional memiliki karakter yang sangat interpersonal, yakni adanya kontak fisik, kedekatan emosional, dan konteks sosial yang jelas. Elemen-elemen tersebut membuat pesan relatif mudah dipahami karena disampaikan dalam konteks yang lengkap. Menurut Littlejohn dan Foss (2017), konteks komunikasi adalah kunci untuk menafsirkan makna pesan, dan dalam model tradisional konteks ini hadir secara alami.

Namun, perkembangan internet pada 1990-an dan ledakan teknologi digital setelah tahun 2000 mulai mengubah cara manusia menyampaikan pesan. Komunikasi yang sebelumnya bersifat lokal kini berkembang menjadi global. Ketika media sosial muncul pada pertengahan 2000-an, komunikasi digital memasuki babak baru yang sepenuhnya mengguncang pola interaksi manusia (Baym, 2015).

Perubahan dari komunikasi tradisional ke digital tidak hanya soal perangkat yang berubah, tetapi juga pola pikir yang berubah. Digitalisasi menciptakan budaya baru di mana kecepatan, respons instan, dan multitasking menjadi norma. Dalam istilah Tapscott (2008), generasi digital telah mengembangkan cara berpikir, cara bekerja, dan cara berkomunikasi yang berbeda dari era sebelumnya.

Salah satu perbedaan paling mencolok antara komunikasi tradisional dan digital adalah hilangnya batasan waktu. Dalam komunikasi tradisional, percakapan sering berlangsung sinkron, sementara komunikasi digital membuka ruang besar untuk interaksi asinkron. Pesan dapat dikirim kapan saja, dan penerima dapat

membalas ketika mereka siap. Hal ini menciptakan fleksibilitas baru dalam hubungan sosial.

Digitalisasi juga mempercepat penyebaran informasi. Jika dulu informasi memerlukan waktu untuk diketik, dicetak, dan didistribusikan, kini satu klik dapat menyebarkan pesan ke jutaan orang dalam hitungan detik. Rogers (2003) menyebut percepatan penyebaran ini sebagai *diffusion acceleration* yang membuat inovasi sosial menyebar jauh lebih cepat.

Namun, kecepatan ini membawa masalah baru. Pesan yang terburu-buru sering kali kehilangan kedalaman, kejelasan, dan nuansa emosi. Inilah yang disebut oleh Sherry Turkle (2011) sebagai *the illusion of connection* kita tampak lebih terhubung, tetapi sering kali merasa lebih jauh satu sama lain secara emosional.

Selain itu, komunikasi digital menggeser interaksi dari tatap muka ke interaksi berbasis teks, gambar, dan emoji. Perubahan format ini mengubah cara manusia mengekspresikan perasaan. Ekspresi nonverbal seperti nada suara, gestur, dan tatapan mata tidak selalu bisa tergantikan oleh ikon-ikon digital. Penelitian Knapp & Hall (2010) menegaskan bahwa lebih dari separuh makna komunikasi berasal dari pesan nonverbal.

Satu dampak besar lainnya adalah munculnya budaya dokumentasi. Di media sosial, setiap momen dapat direkam, disimpan, dan disebar. Hal ini menciptakan model komunikasi yang tidak lagi hanya sekadar bertukar pesan, tetapi juga membangun citra diri di ruang digital. Goffman (1959) menyebut fenomena ini sebagai *presentation of self*, yang kini semakin kuat dalam era digital.

Transformasi digital juga mengubah posisi individu dalam komunikasi. Di masa lalu, masyarakat lebih banyak menjadi konsumen informasi. Kini, setiap orang bisa menjadi produsen konten. Konsep *prosumer* yang diperkenalkan Toffler (1980) menjadi sangat relevan di era media sosial.

Pergeseran ini memberikan kesempatan besar bagi masyarakat untuk meningkatkan partisipasi dalam wacana publik. Namun, perubahan juga membuka peluang penyebaran konten yang

tidak akurat, provokatif, atau manipulatif. Hal ini menjelaskan mengapa ruang digital sangat rawan terhadap polarisasi dan konflik.

Komunikasi digital juga menciptakan apa yang disebut *hyperpersonal communication*, di mana seseorang bisa tampil lebih ideal, lebih terkontrol, dan lebih selektif dibandingkan interaksi langsung (Walther, 1996). Ini membuat hubungan online bisa terasa lebih intens, meskipun tidak selalu stabil.

Transisi dari komunikasi tradisional ke digital tak hanya mempengaruhi relasi antarmanusia, tetapi juga relasi antara manusia dan teknologi. Dengan hadirnya AI, teknologi bukan lagi hanya alat, melainkan mitra komunikasi. Sebagian pesan yang kita baca hari ini mungkin dihasilkan oleh mesin, bukan manusia. Inilah yang mulai mengaburkan garis antara komunikasi natural dan komunikasi artifisial.

Komunikasi digital juga memperkenalkan budaya multitasking, yakni melakukan berbagai aktivitas sekaligus sambil berkomunikasi. Meski dianggap efisien, penelitian Nass dan Ophir (2009) menunjukkan bahwa multitasking digital dapat menurunkan fokus dan kualitas pemrosesan informasi.

Selain itu, komunikasi digital sangat bergantung pada algoritma. Apa yang kita lihat di media sosial, siapa yang muncul dalam percakapan kita, dan informasi apa yang diprioritaskan semuanya dipengaruhi oleh sistem otomatis. Pariser (2011) memperkenalkan konsep *filter bubble*, yaitu kondisi ketika algoritma menyaring informasi sehingga kita hanya melihat hal-hal yang selaras dengan pandangan kita.

Pergeseran ini juga mempengaruhi cara masyarakat menyampaikan opini. Dulu, opini publik terbentuk melalui dialog di ruang sosial. Kini, opini dapat terbentuk, viral, dan hilang hanya dalam hitungan jam. Fenomena ini menciptakan budaya ekspresi instan yang kadang tidak diikuti oleh proses refleksi mendalam.

Transformasi komunikasi turut mengubah struktur otoritas informasi. Jika dulu media massa menjadi sumber utama kebenaran, kini kebenaran sering kali diproduksi oleh banyak aktor secara bersamaan. Konsep *participatory culture* (Jenkins, 2006) menjelaskan

bagaimana masyarakat mengambil alih sebagian peran yang dulu hanya dimiliki media profesional.

Digitalisasi juga membawa konsep *attention economy*, yaitu kompetisi merebut perhatian masyarakat. Seperti dijelaskan oleh Davenport & Beck (2001), perhatian kini menjadi komoditas langka, dan setiap pesan harus bersaing dengan ratusan pesan lain setiap detik.

Dalam konteks komunikasi profesional, digitalisasi menuntut individu untuk memahami etika baru seperti keamanan data, privasi digital, dan transparansi. Ruang komunikasi yang semakin terbuka membutuhkan literasi digital agar masyarakat tidak menjadi korban manipulasi.

Transisi dari tradisional ke digital juga memperluas akses komunikasi, tetapi tidak merata. Masyarakat yang memiliki perangkat dan literasi digital tinggi akan lebih diuntungkan, sementara mereka yang tertinggal berisiko mengalami *digital divide* (Norris, 2001).

Pada sisi positifnya, komunikasi digital memungkinkan kolaborasi global. Ide dapat berkembang lintas negara tanpa hambatan. Banyak komunitas belajar, organisasi sosial, dan gerakan masyarakat kini berkembang karena dukungan komunikasi digital.

Komunikasi digital juga memberi ruang bagi kelompok minoritas untuk menyuarakan identitas dan pengalaman mereka. Ini menciptakan ruang baru bagi narasi yang sebelumnya tidak terdengar. Namun, ruang ini juga dapat memicu konflik identitas ketika wacana yang muncul berhadapan dengan pandangan dominan.

Lanskap komunikasi digital bersifat sangat dinamis. Teknologi baru terus muncul, mulai dari *augmented reality*, *virtual reality*, hingga AI generatif. Setiap kemunculan teknologi baru memperbarui cara kita berkomunikasi, menambah peluang sekaligus risiko baru.

Pada akhirnya, pergeseran dari komunikasi tradisional ke digital bukan sekadar perkembangan teknologi, tetapi juga perubahan budaya, psikologis, dan sosial. Komunikasi kini menjadi lebih cepat, lebih luas, tetapi juga lebih kompleks. Karena itu, era digital membutuhkan landasan etika yang lebih matang agar komunikasi tetap manusiawi, relevan, dan bertanggung jawab.

Jika komunikasi tradisional menekankan kedekatan fisik dan empati, maka komunikasi digital menuntut kemampuan membaca konteks secara lebih kritis, memilah informasi, serta memahami konsekuensi dari setiap pesan yang dibagikan. Dengan kata lain, transformasi ini membuat etika komunikasi menjadi semakin penting untuk memastikan masyarakat tetap dapat berinteraksi secara sehat dan produktif.

### **C. RISIKO DISTORSI, MANIPULASI DAN MISINFORMASI**

Ledakan teknologi digital membuat arus informasi bergerak begitu cepat sehingga siapa pun bisa memproduksi, menyebarkan, atau mengubah pesan dalam hitungan detik. Namun, kecepatan ini melahirkan risiko besar: informasi dapat mudah terdistorsi, dimanipulasi, atau disebarluaskan tanpa verifikasi yang memadai. Fenomena ini semakin meningkat sejak penggunaan media sosial menjadi ruang komunikasi utama bagi masyarakat (Wardle & Derakhshan, 2017).

Distorsi informasi terjadi ketika pesan berubah dari bentuk aslinya, baik secara sengaja maupun tidak sengaja. Dalam komunikasi digital, distorsi mudah muncul karena pesan sering dipotong, diforward tanpa konteks, atau diperjelas secara berlebihan sehingga maknanya bergeser. McQuail (2010) menekankan bahwa semakin panjang rantai distribusi informasi, semakin besar kemungkinan maknanya berubah.

Di sisi lain, manipulasi informasi adalah upaya sadar untuk mengubah persepsi publik melalui narasi yang direkayasa. Pelaku manipulasi bisa individu, kelompok, atau bahkan institusi dengan kepentingan tertentu. Menurut Sunstein (2009), manipulasi digital bekerja dengan cara memanfaatkan emosi, terutama rasa takut, marah, dan benci, karena emosi-emosi itu membuat pesan lebih cepat viral.

Misinformasi, berbeda dari manipulasi, biasanya terjadi karena ketidaktahuan. Informasi salah yang disebarluaskan tanpa niat jahat tetap berdampak berbahaya karena menyebar seperti kebenaran. Vosoughi

et al. (2018) menemukan bahwa berita palsu menyebar lebih cepat daripada berita benar karena sifatnya yang mengejutkan dan emosional.

Kemunculan AI generatif memperbesar risiko distorsi dan misinformasi. Dengan kemampuannya memproduksi teks, gambar, dan video yang tampak autentik, AI dapat digunakan untuk menciptakan konten palsu yang sulit dibedakan dari yang asli. Fenomena ini dikenal sebagai *deepfake*, yaitu manipulasi digital yang menggunakan pembelajaran mesin untuk menciptakan representasi visual yang sangat meyakinkan (Chesney & Citron, 2019).

Deepfake tidak hanya membingungkan publik, tetapi juga dapat merusak reputasi seseorang, memicu konflik sosial, bahkan mempengaruhi stabilitas politik. Banyak kasus di seluruh dunia memperlihatkan bagaimana video manipulatif digunakan untuk membentuk opini publik, terutama menjelang pemilu atau peristiwa besar lainnya. Sebagian besar masyarakat tidak memiliki literasi digital yang cukup untuk membedakan mana konten asli dan mana yang direkayasa.

Selain visual, AI teks seperti chatbot dan generator artikel otomatis dapat memproduksi artikel, opini, atau komentar seolah-olah ditulis manusia. Meskipun bermanfaat dalam banyak aspek, teknologi ini membuka peluang bagi aktor jahat untuk menyebarkan propaganda secara masif. Bradshaw & Howard (2019) menyebut fenomena ini sebagai *computational propaganda*.

Manipulasi informasi juga diperkuat oleh algoritma media sosial yang memprioritaskan konten viral ketimbang konten faktual. Platform lebih fokus mempertahankan perhatian pengguna daripada memastikan kebenaran informasi. Pariser (2011) menjelaskan bahwa algoritma yang dirancang untuk personalisasi menciptakan *filter bubble*, yaitu kondisi ketika seseorang hanya melihat informasi yang mendukung pandangannya.

Filter bubble membuat masyarakat semakin terpolarisasi. Ketika orang hanya terpapar pada perspektif yang sejalan dengan keyakinan mereka, mereka semakin yakin bahwa pendapat mereka adalah satu-satunya kebenaran. Ini membuka celah besar bagi distorsi

informasi, karena ruang publik digital kehilangan keberagaman argumen yang seharusnya memperkaya diskusi.

Polarisasi informasi memiliki dampak psikologis. Ketika seseorang menemukan pesan yang sesuai dengan keyakinannya, mereka cenderung mempercayainya tanpa verifikasi. Fenomena ini disebut *confirmation bias* (Nickerson, 1998). AI dan media sosial memperkuat bias ini karena algoritma belajar dari preferensi pengguna dan terus menyajikan konten serupa.

Distorsi informasi juga terjadi pada konteks percakapan sehari-hari. Misalnya, pesan yang disampaikan melalui teks mudah disalahartikan karena tidak adanya ekspresi nonverbal. Satu kalimat yang dimaksudkan bercanda dapat diartikan sebagai sindiran atau kritik karena minimnya konteks. Turkle (2011) menekankan bahwa komunikasi digital sering kehilangan kedalaman emosional.

Selain itu, munculnya pola konsumsi informasi yang cepat dan dangkal mendorong masyarakat untuk hanya membaca judul tanpa mencari sumber lengkap. Hal ini menjadi ladang subur bagi misinformasi. Penelitian Nielsen & Graves (2017) menunjukkan bahwa banyak pengguna media sosial hanya membaca judul sebelum membagikan berita.

Distorsi informasi juga dapat disebabkan oleh *echo chamber*, yaitu lingkungan digital yang homogen di mana orang hanya berinteraksi dengan kelompok yang sepemikiran. Sunstein (2017) menjelaskan bahwa ruang ini memperkuat keyakinan kelompok dan melemahkan kemampuan untuk menerima informasi yang berbeda.

Risiko manipulasi semakin meningkat ketika konten digital didesain untuk mempengaruhi opini, perilaku, bahkan keputusan politik. Kampanye terkoordinasi yang memanfaatkan bot, akun palsu, atau mikro-targeting dapat mendorong masyarakat pada sikap tertentu tanpa mereka sadari. Hal ini terbukti pada kasus Cambridge Analytica yang mengekspos kerentanan besar dalam privasi digital (Isaak & Hanna, 2018).

Tidak hanya publik, individu juga rentan terhadap manipulasi personal. AI dapat mempelajari pola komunikasi seseorang dan mengirimkan pesan yang sangat personal sehingga tampak

meyakinkan. Ketika informasi disesuaikan secara individual, risiko distorsi meningkat karena tidak ada standar objektif yang berlaku bagi semua orang.

Di tengah lautan informasi ini, kepercayaan menjadi komoditas yang paling penting sekaligus paling rapuh. Ketika masyarakat tidak dapat membedakan mana informasi yang benar, mereka mulai meragukan semua informasi. O'Connor & Weatherall (2019) menyebut kondisi ini sebagai *epistemic crisis*, yaitu krisis kepercayaan terhadap pengetahuan.

Tidak jarang distorsi dan misinformasi menciptakan dampak sosial yang nyata, mulai dari kepanikan publik, konflik antar kelompok, sampai kerusuhan. Contoh nyata adalah penyebaran disinformasi yang menyebabkan penolakan vaksin di sejumlah negara, yang berdampak pada kesehatan masyarakat secara luas.

Manipulasi juga mengganggu proses demokrasi. Jika keputusan publik dipengaruhi oleh informasi yang salah atau direayasa, maka kualitas demokrasi melemah. Di banyak negara, intervensi digital yang menggunakan AI telah menjadi ancaman besar bagi pemilu yang adil (McKay & Tenove, 2020).

Di tingkat mikro, misinformasi menyebabkan ketegangan interpersonal. Percakapan keluarga sering terbelah karena perbedaan informasi yang diterima dari internet. Tidak jarang, hubungan pertemanan, keluarga, bahkan pekerjaan rusak akibat perbedaan interpretasi terhadap informasi digital.

Dari sisi etika, distorsi dan misinformasi menguji kemampuan masyarakat untuk tetap kritis dan bertanggung jawab sebagai produsen maupun konsumen informasi. Literasi digital kini menjadi salah satu kompetensi paling penting untuk mencegah penyebaran informasi yang salah (Rheingold, 2012).

Selain literasi, masyarakat perlu memahami cara kerja algoritma dan AI agar tidak terjebak pada manipulasi. Bila masyarakat mengerti bagaimana konten dipilih, diprioritaskan, dan ditampilkan, mereka dapat menilai informasi dengan lebih kritis. Ini membuka peluang untuk memperkuat ketahanan digital.

Namun, memerangi distorsi tidak bisa hanya mengandalkan individu. Platform digital, pemerintah, organisasi media, dan institusi pendidikan harus bekerja sama untuk mengembangkan kebijakan dan praktik komunikasi yang etis. Editorial fact-checking, transparansi algoritma, dan regulasi konten adalah beberapa langkah penting.

Masyarakat juga membutuhkan ruang dialog yang sehat. Ketika diskusi dilakukan dengan terbuka dan berbasis fakta, peluang untuk melawan manipulasi semakin besar. Habermas (1984) menyebut ini sebagai *public sphere* yang sehat sebuah ruang untuk berdialog secara rasional.

Pada akhirnya, risiko distorsi, manipulasi, dan misinformasi adalah fenomena yang tidak dapat dihindari dalam era digital dan AI. Yang dapat dilakukan adalah memperkuat etika komunikasi agar setiap individu sadar bahwa setiap pesan membawa konsekuensi. Dengan landasan etika yang kuat, teknologi dapat dimanfaatkan untuk membangun, bukan merusak, relasi antar manusia.

#### **D. KEMUNCULAN ETIKA BARU DALAM RUANG DIGITAL**

Perubahan besar dalam teknologi komunikasi telah mendorong lahirnya bentuk-bentuk etika baru yang tidak dikenal dalam era komunikasi tradisional. Ketika interaksi manusia semakin bergantung pada platform digital, muncul pertanyaan baru tentang batasan moral: bagaimana seharusnya individu berperilaku, berkomentar, membagikan informasi, dan menggunakan teknologi agar tetap bertanggung jawab? Para ahli menyebut ini sebagai *digital ethics* suatu payung besar yang mengatur perilaku manusia di ruang daring (Floridi & Taddeo, 2016).

Etika digital muncul karena ruang komunikasi baru memiliki karakter yang sangat berbeda dari dunia offline. Di dunia digital, pesan dapat disebarkan tanpa batas, interaksi terjadi tanpa tatap muka, dan identitas sering kali anonim. Kondisi ini menciptakan dinamika moral baru yang belum pernah dihadapi sebelumnya. Seperti yang dijelaskan Ess (2014), teknologi digital telah mengubah

sebagian prinsip moral klasik karena konteks komunikasi menjadi jauh lebih cair dan kompleks.

Dalam ruang digital, salah satu prinsip etika yang paling penting adalah transparansi. Ketika algoritma menentukan apa yang kita lihat, siapa yang dapat melihat pesan kita, dan informasi apa yang diprioritaskan, masyarakat berhak mengetahui cara kerja sistem tersebut. Tanpa transparansi, kekuasaan teknologi dapat disalahgunakan, dan masyarakat kehilangan kemampuan untuk mengambil keputusan yang benar.

Etika baru juga menuntut kehati-hatian dalam penggunaan identitas digital. Banyak orang memakai nama samaran atau avatar yang membuat tindakan mereka relatif tidak terlacak. Anonimitas di satu sisi melindungi kebebasan berekspresi, tetapi di sisi lain membuka peluang untuk perilaku tidak etis seperti perundungan, ujaran kebencian, atau penyebaran fitnah. Penelitian Suler (2004) menyebut fenomena ini sebagai *online disinhibition effect*.

Selain identitas, privasi digital menjadi salah satu isu etis paling krusial. Setiap klik, pencarian, dan percakapan dapat direkam, dianalisis, dan dijual. Hal ini melahirkan bentuk kontrol sosial baru yang lebih halus namun jauh lebih luas. Zuboff (2019) memperkenalkan istilah *surveillance capitalism*, yaitu praktik industri digital yang mengambil data manusia sebagai komoditas utama.

Etika baru menuntut masyarakat untuk memahami bagaimana data digunakan oleh platform digital. Umumnya pengguna menyetujui perjanjian privasi tanpa membacanya, padahal di balik perjanjian itu terdapat kebijakan yang mengizinkan perusahaan mengambil data sensitif. Ketidaksadaran ini menciptakan celah besar bagi eksploitasi digital.

Di sisi lain, ruang digital memerlukan etika berbagi (*sharing ethics*). Di masa lalu, berbagi informasi adalah tindakan sederhana, tetapi kini setiap klik "share" berpotensi menciptakan dampak besar. Banyak kasus misinformasi, perundungan, hingga kerusuhan sosial dimulai dari satu unggahan yang dibagikan tanpa pertimbangan. Wardle (2017) menegaskan bahwa pengguna harus memikirkan konsekuensi sebelum menyebarkan konten.

Etika baru juga menyentuh aspek keamanan digital. Masyarakat harus menyadari bahwa perangkat dan akun mereka rentan terhadap peretasan. Pengetahuan tentang kata sandi kuat, autentikasi ganda, dan enkripsi menjadi bagian dari tanggung jawab moral untuk melindungi diri dan orang lain. Menurut Solove (2021), pelanggaran keamanan tidak hanya berdampak pada data, tetapi juga pada kepercayaan sosial.

Aspek lainnya adalah etika dalam konsumsi informasi. Di era digital, masyarakat dituntut untuk tidak hanya menjadi konsumen pasif, tetapi juga kritis dalam memverifikasi setiap informasi. Kebiasaan untuk cek sumber, menilai kredibilitas, dan membandingkan informasi menjadi bagian dari etika literasi digital yang penting untuk mencegah penyebaran misinformasi.

Etika baru ini juga mengatur interaksi sosial di dunia maya. Karena komunikasi digital sering menghilangkan ekspresi wajah dan nada suara, kesalahpahaman mudah terjadi. Pengguna dituntut untuk lebih berhati-hati dalam menulis komentar agar tidak menyinggung orang lain. Turkle (2015) menekankan pentingnya empati digital agar interaksi tetap manusiawi.

Hubungan interpersonal yang dibangun melalui platform digital juga membutuhkan aturan etika khusus. Misalnya, etika dalam grup percakapan, etika membalas pesan, hingga etika dalam menggunakan emoji. Hal-hal kecil ini tampak sepele, tetapi sangat mempengaruhi keharmonisan komunikasi sehari-hari.

Dalam ruang kerja digital, etika profesional turut berkembang. Batas antara ruang kerja dan ruang pribadi menjadi kabur karena komunikasi dilakukan melalui grup WhatsApp, email, dan platform kolaborasi. Etika baru diperlukan agar tidak terjadi pelanggaran waktu, penyalahgunaan informasi kantor, atau tekanan komunikasi yang berlebihan.

Etika dalam penggunaan AI generatif juga mulai dibahas secara serius. Ketika mesin dapat menghasilkan teks, gambar, dan video, muncul pertanyaan penting: bagaimana memastikan bahwa karya tersebut tidak melanggar hak cipta, tidak memalsukan identitas,

dan tidak digunakan untuk tujuan manipulatif? Floridi (2019) menyebut ini sebagai *AI ethics*, cabang khusus dalam etika digital.

Hal penting lainnya adalah etika representasi. Internet memungkinkan siapa pun mengunggah gambar atau video orang lain tanpa izin. Hal ini memicu pelanggaran moral dan hukum, terutama ketika konten tersebut diedit, dipelintir, atau digunakan untuk mempermalukan seseorang. Kasus-kasus *revenge porn* menunjukkan bagaimana pelanggaran etika digital dapat menghancurkan kehidupan individu.

Selain itu, ruang digital memperkenalkan etika tentang keberlanjutan informasi. Setiap unggahan meninggalkan jejak digital yang sulit dihapus. Apa yang seseorang tulis hari ini dapat muncul kembali bertahun-tahun kemudian, bahkan ketika konteksnya sudah berubah. Etika baru menuntut pengguna untuk memahami “memori panjang” internet ini sebelum mempublikasikan sesuatu.

Etika digital juga menekankan perlunya inklusivitas. Teknologi harus diakses oleh semua kalangan tanpa diskriminasi. Banyak kelompok rentan seperti penyandang disabilitas, lansia, atau masyarakat terpencil yang sulit mengakses teknologi digital. Prinsip *digital inclusion* menjadi dasar moral bagi pengembang teknologi dan pembuat kebijakan.

AI juga menghadirkan isu etika tentang keadilan algoritmik. Banyak algoritma ternyata bias karena dilatih menggunakan data yang tidak representatif. Bias ini dapat merugikan kelompok tertentu, terutama dalam sistem rekrutmen, pinjaman bank, atau penegakan hukum. O’Neil (2016) menyebut algoritma bermasalah ini sebagai *weapons of math destruction*.

Ruangan digital menuntut etika kolaborasi. Dengan adanya platform seperti Google Docs, Zoom, atau Slack, kerja sama antar individu semakin mudah. Namun, ini juga menuntut transparansi, penghargaan terhadap kontribusi orang lain, serta pengelolaan komunikasi yang menghormati perbedaan waktu dan budaya.

Etika baru juga menyangkut kebebasan berekspresi. Di satu sisi, dunia digital memberikan ruang besar bagi pengguna untuk bersuara. Namun, kebebasan ini harus dipadukan dengan tanggung

jawab agar tidak menimbulkan kerugian bagi orang lain. Habermas (1991) menekankan bahwa kebebasan berbicara tanpa etika dapat merusak kualitas ruang publik.

Aspek lain yang tidak kalah penting adalah etika dalam penggunaan waktu digital. Ketergantungan pada media sosial membuat banyak orang menghabiskan waktu berjam-jam di depan layar. Hal ini berdampak pada kesehatan mental dan produktivitas. Young (2010) menekankan bahwa penggunaan teknologi harus seimbang agar tidak menimbulkan kecanduan digital.

Etika akademik juga mengalami perubahan. Penggunaan AI dalam penulisan tugas dan karya ilmiah menimbulkan pertanyaan tentang orisinalitas. Institusi pendidikan mulai menetapkan aturan baru tentang penggunaan AI, sehingga mahasiswa dapat memanfaatkan teknologi tanpa melanggar integritas akademik.

Dalam skala yang lebih besar, muncul etika mengenai dampak lingkungan dari teknologi digital. Penggunaan server, pusat data, dan energi untuk menjalankan AI menghasilkan jejak karbon besar. Peneliti seperti Strubell et al. (2019) menyoroti perlunya kesadaran akan keberlanjutan dalam pengembangan teknologi.

Secara keseluruhan, kemunculan etika baru dalam ruang digital menandai bahwa teknologi bukanlah entitas netral. Ia dipengaruhi dan mempengaruhi struktur moral manusia. Etika baru ini lahir dari kombinasi antara kebutuhan sosial, dinamika teknologi, dan kesadaran bahwa perilaku di dunia digital memiliki konsekuensi nyata.

Pada akhirnya, etika digital bukan hanya tentang aturan, tetapi tentang kemampuan manusia untuk tetap bijaksana dan berempati dalam dunia yang semakin dikuasai teknologi. Dengan memahami prinsip-prinsip etika baru ini, masyarakat dapat memanfaatkan ruang digital dengan lebih sehat, aman, dan bertanggung jawab.

## **E. TANTANGAN SOSIAL DAN PSIKOLOGIS BAGI MASYARAKAT MODERN**

Perkembangan AI dan komunikasi digital telah menciptakan perubahan besar dalam kehidupan sosial manusia. Masyarakat mengalami transformasi cara berinteraksi, bekerja, belajar, hingga

membentuk identitas. Namun, perubahan cepat ini tidak selalu membawa kenyamanan; justru banyak tantangan psikologis dan sosial yang muncul bersamaan dengan kemajuan teknologi. Para peneliti menyebut bahwa kita kini hidup di masa "overconnected society" terhubung tanpa batas, namun juga rentan secara emosional (Turkle, 2015).

Salah satu tantangan terbesar adalah meningkatnya beban kognitif akibat banjir informasi. Setiap hari, masyarakat dibombardir oleh ratusan pesan, notifikasi, dan konten visual dari berbagai platform digital. Kondisi ini membuat otak bekerja lebih keras untuk menyaring informasi, memutuskan mana yang penting, serta mengabaikan sisanya. Menurut Eppler & Mengis (2004), fenomena *information overload* dapat menurunkan kemampuan fokus dan meningkatkan stres.

Kecepatan informasi juga menciptakan tekanan psikologis. Banyak orang merasa harus selalu "update", mengikuti isu terbaru, atau menanggapi pesan secepat mungkin. Tekanan ini disebut *digital urgency*, yaitu dorongan psikologis untuk selalu responsif dalam komunikasi online. Fenomena ini membuat individu sulit beristirahat secara mental dan memicu kecemasan sosial (Przybylski et al., 2013).

Di era AI, hubungan sosial tidak lagi hanya dibangun melalui interaksi tatap muka. Banyak komunikasi dilakukan melalui pesan singkat, emoji, atau algoritma rekomendasi. Meskipun memudahkan, pola ini menyebabkan hilangnya kedalaman emosional dalam hubungan antarmanusia. Turkle (2011) menyebutnya sebagai *the flight from conversation*, di mana orang lebih memilih kenyamanan pesan digital daripada percakapan langsung.

Kehilangan kedalaman interaksi ini berdampak pada berkurangnya empati. Ketika komunikasi dilakukan tanpa melihat ekspresi wajah atau mendengar nada suara, kemampuan seseorang memahami perasaan orang lain melemah. Penelitian Konrath et al. (2011) menunjukkan bahwa tingkat empati generasi digital mengalami penurunan signifikan dalam dua dekade terakhir.

Fenomena lain yang muncul adalah kesepian digital. Meski terhubung dengan ratusan orang di media sosial, banyak individu

merasa tidak benar-benar didengar atau dipahami. Kesepian jenis ini lebih berbahaya karena sering kali tidak disadari. Hunt et al. (2018) menemukan bahwa penggunaan media sosial berlebihan berkaitan erat dengan peningkatan rasa kesepian dan depresi.

AI juga menghadirkan tantangan psikologis dalam pembentukan identitas diri. Banyak orang membangun citra ideal di media sosial melalui foto, video, atau konten yang telah diedit. Tekanan untuk tampil sempurna menimbulkan kecemasan dan penurunan harga diri, terutama di kalangan remaja. Chou & Edge (2012) mencatat bahwa perbandingan sosial di media digital dapat memperburuk kesejahteraan psikologis.

Selain identitas pribadi, masyarakat menghadapi tantangan dalam memahami identitas orang lain. Dengan munculnya bot, avatar, dan akun anonim, batas antara manusia dan mesin semakin kabur. Fenomena ini menimbulkan ketidakpastian sosial: apakah kita sedang berkomunikasi dengan orang sungguhan? Apakah opini online berasal dari manusia atau algoritma? Keadaan ini mempengaruhi dinamika kepercayaan publik.

Tantangan lain muncul dalam bentuk *fear of missing out* atau FOMO. Perasaan khawatir tertinggal dari informasi atau aktivitas sosial ini menjadi ciri generasi digital. FOMO dapat membuat seseorang terus memeriksa ponsel, mengurangi kualitas tidur, dan meningkatkan kecemasan. Przybylski et al. (2013) menyebut FOMO sebagai salah satu dampak psikologis paling signifikan dari era digital.

AI juga memengaruhi pola kerja masyarakat. Dengan munculnya otomatisasi dan platform digital, banyak pekerjaan berubah atau bahkan tergantikan. Perubahan ini membuat sebagian orang merasa tidak aman secara ekonomi dan emosional. Frey & Osborne (2017) memperkirakan bahwa sebagian besar pekerjaan rutin berpotensi otomatisasi dalam beberapa dekade mendatang, memicu kecemasan masa depan.

Selain ancaman pekerjaan, muncul pula tantangan berupa *work-life imbalance*. Di era komunikasi digital, batas antara ruang kerja dan ruang pribadi semakin kabur. Email pekerjaan dapat masuk kapan saja, grup kerja aktif sampai tengah malam, dan ekspektasi

respons cepat menjadi norma. Fenomena ini dapat menyebabkan kelelahan emosional (*burnout*) dan stres kronis (Maslach & Leiter, 2016).

Dari sisi sosial, polarisasi masyarakat menjadi tantangan besar. Algoritma yang menampilkan konten sesuai preferensi pengguna menciptakan *echo chamber* yang memperkuat bias dan perbedaan pendapat ekstrem. Polarisasi ini tidak hanya terjadi di ranah politik, tetapi juga dalam isu budaya, agama, hingga gaya hidup. Sunstein (2017) menjelaskan bahwa ruang digital mempercepat proses radikalisasi pendapat.

Dampak lain dari polarisasi adalah menurunnya toleransi sosial. Ketika orang terbiasa berinteraksi dalam kelompok homogen, mereka sulit memahami perspektif yang berbeda. Media sosial sering menjadi arena perdebatan yang agresif karena kurangnya interaksi tatap muka. Hal ini melemahkan kohesi sosial dan menciptakan fragmentasi masyarakat.

AI juga menimbulkan tantangan psikologis melalui efek prediktifnya. Ketika algoritma dapat memprediksi perilaku pengguna dari kesukaan musik hingga keputusan politik muncul perasaan kehilangan otonomi. Zuboff (2019) menyebut fenomena ini sebagai *loss of agency*, yaitu perasaan bahwa pilihan pribadi semakin dikendalikan oleh sistem yang tidak terlihat.

Selain itu, muncul tantangan berupa kelelahan digital (*digital fatigue*). Konsumsi layar berlebihan menyebabkan kelelahan mata, stres mental, dan penurunan kemampuan fokus. Fenomena ini semakin meningkat sejak pembelajaran dan pekerjaan jarak jauh menjadi umum. Peper et al. (2021) menekankan bahwa penggunaan perangkat secara intensif dapat memengaruhi kesehatan fisik dan mental.

Tantangan sosial lainnya adalah munculnya budaya instan. Banyak orang menginginkan jawaban cepat, solusi cepat, dan validasi cepat sebuah kebiasaan yang dibentuk oleh teknologi digital. Kebiasaan ini melemahkan kemampuan berpikir mendalam dan kesabaran dalam proses sosial. Carr (2010) menegaskan bahwa internet mengubah pola pikir manusia dari reflektif menjadi reaktif.

Tekanan sosial untuk terlihat produktif dan aktif di media sosial juga menciptakan fenomena *performative culture*. Individu merasa harus menampilkan kehidupan terbaiknya secara publik, meskipun hal itu tidak sesuai dengan kenyataan. Budaya performatif ini dapat menyebabkan ketegangan mental karena seseorang merasa harus memainkan peran tertentu setiap saat.

AI dalam bentuk asisten digital memperkenalkan ketergantungan baru. Banyak orang menjadi terlalu bergantung pada mesin untuk mengingat jadwal, menyelesaikan tugas, atau membuat keputusan sederhana. Ketergantungan ini dapat mengurangi kemampuan kognitif jangka panjang (Barr et al., 2015), dan berpotensi membuat manusia kehilangan keterampilan dasar.

Ruang digital juga menciptakan tantangan dalam dinamika keluarga. Anak-anak yang tumbuh dengan perangkat digital sering kali menghabiskan lebih sedikit waktu untuk berinteraksi secara langsung dengan orang tua. Orang dewasa pun tak luput dari kecanduan layar. Akibatnya, kualitas hubungan keluarga dapat menurun, dan kelekatan emosional melemah.

Tantangan lainnya adalah munculnya fenomena *context collapse*, yaitu ketika berbagai kelompok sosial bercampur di ruang digital yang sama. Konten yang ditujukan untuk teman dekat misalnya, dapat dilihat oleh rekan kerja atau keluarga besar. Marwick & boyd (2011) menyebut bahwa kondisi ini membuat individu kesulitan menyesuaikan diri dengan banyak ekspektasi sosial sekaligus.

AI juga memicu kecemasan akan validitas informasi. Banyak orang merasa bingung apakah suatu informasi benar atau palsu, apakah gambar yang dilihat asli atau deepfake. Kebingungan ini menciptakan kelelahan mental dan melemahkan kepercayaan publik (O'Connor & Weatherall, 2019). Dalam jangka panjang, ini dapat mengganggu stabilitas sosial.

Tantangan psikologis lain muncul dari ketidakpastian masa depan. AI berkembang begitu cepat sehingga masyarakat sulit memprediksi bagaimana teknologi akan memengaruhi hidup mereka. Ketidakpastian ini menimbulkan rasa cemas kolektif yang disebut

*techno-anxiety* (Brosnan, 1998). Perasaan ini meningkat terutama ketika teknologi dianggap lebih unggul daripada kemampuan manusia.

Pada akhirnya, tantangan sosial dan psikologis ini menunjukkan bahwa kemajuan teknologi tidak boleh dipisahkan dari aspek kemanusiaan. AI memang membawa banyak manfaat, tetapi juga menuntut adaptasi emosional dan sosial yang besar. Tanpa pendekatan etis dan reflektif, masyarakat berisiko kehilangan nilai-nilai dasar seperti empati, keharmonisan, dan keseimbangan hidup.

Untuk menghadapi tantangan ini, diperlukan penguatan literasi digital, kesadaran etis, keseimbangan penggunaan teknologi, serta pembentukan budaya komunikasi yang lebih manusiawi. Dengan pendekatan yang tepat, masyarakat modern dapat memanfaatkan teknologi tanpa kehilangan jati diri dan kesehatan mentalnya.

# DAFTAR PUSTAKA

- Arrieta, A. B., Díaz-Rodríguez, N., Del Ser, J., Bennetot, A., Tabik, S., Barbado, A., ... Herrera, F. (2020). Explainable artificial intelligence (XAI): Concepts, taxonomies, opportunities and challenges toward responsible AI. *Information Fusion*, 58, 82 115. <https://doi.org/10.1016/j.inffus.2019.12.012>
- Bahdanau, D., Cho, K., & Bengio, Y. (2019). *Neural machine translation by jointly learning to align and translate*. arXiv preprint arXiv:1409.0473.
- Barr, N., Pennycook, G., Stolz, J. A., & Fugelsang, J. A. (2015). *The brain in your pocket: Evidence that smartphones are used to supplant thinking*. *Computers in Human Behavior*, 48, 473 480. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.02.029>
- Baym, N. K. (2015). *Personal connections in the digital age* (2nd ed.). Polity Press.
- Bender, E. M., Gebru, T., McMillan-Major, A., & Shmitchell, S. (2021). *On the dangers of stochastic parrots: Can language models be too big?* Proceedings of the ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency, 610 623. <https://doi.org/10.1145/3442188.3445922>
- Binns, R. (2020). *On the apparent conflict between individual and group fairness*. Proceedings of the 2020 Conference on Fairness, Accountability, and Transparency, 514 524.
- Birhane, A. (2021). *Algorithmic injustice: A relational ethics approach*. *Patterns*, 2(2), 100205. <https://doi.org/10.1016/j.patter.2021.100205>

- Bommasani, R., Hudson, D. A., Adeli, E., Altman, R., Arora, S., von Arx, S., ... Liang, P. (2021). *On the opportunities and risks of foundation models*. arXiv preprint arXiv:2108.07258.
- Bradshaw, S., & Howard, P. N. (2019). *The global disinformation order*. Oxford Internet Institute.
- Brown, T. B., Mann, B., Ryder, N., Subbiah, M., Kaplan, J., Dhariwal, P., ... Amodei, D. (2020). *Language models are few-shot learners*. Advances in Neural Information Processing Systems, 33, 1877-1901.
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The second machine age*. W. W. Norton & Company.
- Buolamwini, J., & Raji, I. D. (2019). *Actionable auditing: Investigating the impact of public audits on AI systems*. Proceedings of the AAAI/ACM Conference on AI, Ethics, and Society, 429-435.
- Carr, N. (2010). *The shallows: What the internet is doing to our brains*. W. W. Norton & Company.
- Chesney, R., & Citron, D. (2019). *Deepfakes and the new disinformation war*. Foreign Affairs, 98(1), 147-155.
- Christiano, P. F., Leike, J., Brown, T., Martic, M., Legg, S., & Amodei, D. (2021). *Deep reinforcement learning from human preferences*. Advances in Neural Information Processing Systems, 30.
- Couldry, N., & Mejias, U. A. (2022). *The costs of connection*. Stanford University Press.
- Crawford, K. (2021). *Atlas of AI*. Yale University Press.
- Davenport, T. H., & Beck, J. C. (2001). *The attention economy*. Harvard Business School Press.
- Devlin, J., Chang, M.-W., Lee, K., & Toutanova, K. (2019). *BERT: Pre-training of deep bidirectional transformers for language understanding*. NAACL-HLT Proceedings, 4171-4186.
- Elgammal, A. (2021). *AI is blurring the definition of creativity*. Communications of the ACM, 64(2), 18-20.
- Eppler, M. J., & Mengis, J. (2004). *The concept of information overload*. Information Society, 20(5), 325-344.
- Floridi, L. (2014). *The fourth revolution*. Oxford University Press.
- Floridi, L. (2019). *Establishing the rules for building trustworthy AI*. Nature Machine Intelligence, 1, 261-262.

- Floridi, L., & Cowls, J. (2020). *A unified framework of five principles for AI in society*. Harvard Data Science Review. <https://doi.org/10.1162/99608f92.8cd550d1>
- Floridi, L., & Taddeo, M. (2016). *What is data ethics? Philosophical Transactions of the Royal Society A*, 374(2083).
- Frey, C. B., & Osborne, M. A. (2017). *The future of employment. Technological Forecasting and Social Change*, 114, 254-280.
- Gillespie, T. (2020). *Content moderation, AI, and the question of scale*. *Big Data & Society*, 7(2).
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Anchor Books.
- Gorwa, R., Binns, R., & Katzenbach, C. (2020). *Algorithmic content moderation*. *New Media & Society*, 22(2), 316-337.
- Habermas, J. (1984). *The theory of communicative action*. Beacon Press.
- Habermas, J. (1991). *The structural transformation of the public sphere*. MIT Press.
- Holtzman, A., Buys, J., Du, L., Forbes, M., & Choi, Y. (2020). *The curious case of neural text degeneration*. International Conference on Learning Representations.
- Hunt, M. G., Marx, R., Lipson, C., & Young, J. (2018). No more FOMO. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 37(10), 751-768.
- Isaak, J., & Hanna, M. J. (2018). *User data privacy*. *IEEE Computer*, 51(8), 56-59.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture*. New York University Press.
- Jordan, M. I., & Mitchell, T. M. (2020). *Machine learning: Trends, perspectives, and prospects*. *Science*, 349(6245), 255-260.
- Jurafsky, D., & Martin, J. H. (2023). *Speech and language processing* (3rd ed.). Draft manuscript.
- Konrath, S. (2020). The empathy paradox. *Journal of Social Psychology*, 160(5), 1-13.
- Kurzweil, R. (2005). *The singularity is near*. Viking.
- Livingstone, S., Stoilova, M., & Kelly, A. (2020). *The class: Living and learning in the digital age*. *New Media & Society*, 22(7), 1209-1227.
- Long, D., & Magerko, B. (2020). *What is AI literacy?* CHI Conference Proceedings, 1-16.
- Marcus, G. (2022). *Deep learning is hitting a wall*. Noema Magazine.

- Marwick, A. E., & boyd, d. (2011). *I tweet honestly*. New Media & Society, 13(1), 114 133.
- Maslach, C., & Leiter, M. P. (2016). *Understanding the burnout experience*. World Psychiatry, 15(2), 103 111.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). Sage.
- Nickerson, R. S. (1998). *Confirmation bias. Review of General Psychology*, 2(2), 175 220.
- Norris, P. (2001). *Digital divide*. Cambridge University Press.
- O'Connor, C., & Weatherall, J. O. (2019). *The misinformation age*. Yale University Press.
- O'Neil, C. (2016). *Weapons of math destruction*. Crown.
- OpenAI. (2023). GPT-4 technical report. arXiv preprint arXiv:2303.08774.
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble*. Penguin Press.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). *Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out*. Computers in Human Behavior, 29(4), 1841 1848.
- Raji, I. D., Smart, A., White, R. N., Mitchell, M., Gebru, T., Hutchinson, B., ... Barnes, P. (2022). *Closing the AI accountability gap*. Proceedings of the ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency, 33 44.
- Russell, S., & Norvig, P. (2021). *Artificial intelligence: A modern approach* (4th ed.). Pearson.
- Sunstein, C. R. (2009). *Republic.com 2.0*. Princeton University Press.
- Sunstein, C. R. (2017). *#Republic*. Princeton University Press.
- Turkle, S. (2011). *Alone together*. Basic Books.
- Turkle, S. (2015). *Reclaiming conversation*. Penguin Press.
- Twenge, J. M. (2017). *iGen*. Atria Books.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). *The spread of true and false news online*. Science, 359(6380), 1146 1151.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder*. Council of Europe.
- Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism*. PublicAffairs.

# PROFIL PENULIS



**Deddy Satria M, S.Sos., M.Si**, lahir dan besar di kota Matangglumpangdua, Aceh. Pendidikan S1 Ilmu Komunikasi diraih dari Universitas Islam Bandung (Unisba) pada tahun 2000 dan menyelesaikan pendidikan S2 Ilmu Komunikasi di Universitas Indonesia pada tahun 2009.

Penulis buku ini berprofesi sebagai dosen tetap di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Malikussaleh sejak tahun 2003. Pernah menjabat sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi periode tahun 2003-2006 dan tahun 2012-2014.

Selama berkarir sebagai dosen telah menghasilkan karya ilmiah yang dimuat pada jurnal nasional dan jurnal internasional. Adapun beberapa buku yang sudah diterbitkan dengan judul *Pengantar Manajemen Komunikasi* (2020), *Persepsi Pengunjung Kedai Kopi Pada Berita Covid-19 di Era New Normal* (2021), *Komunikasi Dalam Pembelajaran Daring di Masa Pandemi* (2022) *Komunikasi Digital* (2025).

Selain aktif sebagai dosen juga tercatat sebagai anggota ASPIKOM Wilayah Provinsi Aceh dan pernah menjadi anggota Panwaslu Kabupaten Bireuen pada Pemilu tahun 2014. Untuk korespondensi dapat dihubungi melalui email: [dsatria@unimal.ac.id](mailto:dsatria@unimal.ac.id).

Buku ini mengupas hubungan antara teknologi kecerdasan buatan dan praktik komunikasi modern dengan perspektif etika yang mendalam. Dalam dunia yang dipenuhi AI, pesan dan informasi dapat disampaikan secara lebih cepat, luas, dan personal, namun risiko distorsi, manipulasi, dan misinformasi juga meningkat. Buku ini menekankan pentingnya prinsip-prinsip etika—kejujuran, transparansi, keadilan, empati dan tanggung jawab—sebagai pondasi komunikasi yang bertanggung jawab.

Melalui delapan bab, buku ini membahas mulai dari pemahaman dasar AI, peran dan tantangan komunikasi manusia dengan AI, keamanan informasi, literasi digital, hingga regulasi dan pembangunan ekosistem komunikasi yang etis. Setiap bab menekankan keseimbangan antara teknologi dan nilai kemanusiaan, serta memberikan panduan praktis bagi individu, institusi, dan pembuat kebijakan untuk menghadapi dilema moral di era digital.

Buku ini ditujukan bagi akademisi, praktisi komunikasi, pengembang teknologi, maupun masyarakat luas yang ingin memahami bagaimana teknologi dan etika berinteraksi, serta bagaimana membangun komunikasi yang bertanggung jawab di tengah kemajuan AI. Dengan bahasa populer-ilmiah, buku ini mengajak pembaca untuk tidak hanya menjadi pengguna teknologi, tetapi juga pengelola informasi yang etis, kritis dan berdaya guna bagi masyarakat.

Era teknologi digital hadir memasuki relung-relung dan sisi kehidupan manusia yang tidak terelakkan. Di satu sisi kehadiran AI menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam berbagai aktivitas, namun sisi lain, dampak dan implikasinya telah memporak-porandakan kemapanan tatanan nilai, norma dan perilaku yang mentradisi secara agama, budaya serta kehidupan sosial yang sarat dengan etika. Pada buku ini ditemukan pentingnya etika di era kekinian, dimensi serta dinamika etika agar menuntun kita tidak kehilangan makna hidup dan luntarnya sisi kemanusiaan yang bermartabat.

**Prof. Dr. Atie Rachmattie, M.Si.**

Dekan FIKOM UNISBA masa bakti 2022-2026.

Kehadiran buku ini menjadi sebuah jawaban bagi akademisi, praktisi komunikasi hingga masyarakat umum. Buku ini tidak menjebak pembaca dalam wacana teknis yang rumit, melainkan berhasil menerjemahkan kompleksitas AI menjadi bahasan yang relevan. Dari pentingnya etika komunikasi dalam penggunaan AI hingga perlunya membangun ekosistem komunikasi etis di era AI. Oleh karenanya, isi buku ini sangat perlu dibaca sebagai referensi bagi mereka yang tertarik dengan etika komunikasi dalam penggunaan AI.

**Dr. S. Bakti Istiyanto, M.Si.**

Dekan FISIP UPN 'Veteran' Jakarta masa bakti 2023-2027  
dan Ketua Umum Pengurus Pusat ASPIKOM masa bakti 2022-2025.



**PENERBIT KBM INDONESIA**  
Anggota IKAPI  
0813 5751 7526 / (0353) 3234874  
Kantor : Maguwoharjo, Depok, Sleman-Yogyakarta  
@penerbitbukujogja  
@penerbit.kbm

ISBN 978-634-278-384-9

