

Analisis Pemanfaatan AI dalam Komunikais Visual pada Akun Tiktok @ainusantara

¹Raisa Shahana, ²Detya Wiryany, ³Maudy Rizkiana Poedjadi

^{1,2,3}Univeresitas Indonesia Membangun, Bandung, Indonesia

E-mail: ^{1**}raisha.shahana@student.inaba.ac.id, ²detya.wiryany@inaba.ac.id,

³maudy.rizkiana@inaba.ac.id

**Corresponding Author

(Nomer WA Corresponding Author: 085943065743)

Abstrak. *This article focuses on TikTok social media that uses AI (Artificial intelligence) technology to visualize video content. In this day and age, technology is increasingly sophisticated, one of which is AI technology which plays a major role in creating content in a short time. One of the unique concepts of using AI (artificial intelligence) is the balance to attractively visualize each object in the image. This technology can also edit and create content in the form of videos, images, illustrations, etc. The use of AI in visual communication in video content has a great effect on creating visual aesthetics to be more beautiful and have real color contrasts, and can also provide information with the video without having to use words. This research will also look at the technical description of how AI (Artificial Intelligence) can provide great benefits in providing information through video visualization. To achieve this goal, the researcher uses a qualitative approach method with phenomenology in order to get a comprehensive picture of the object of research. The role of AI in visual communication is expected to provide great benefits and apply it properly through creativity and innovation that comes from human ideas to create interesting images or videos.*

Kata kunci: *Tiktok, AI, Social Media*

INTRODUCTION

Di zaman modern saat ini, banyak orang menggunakan media untuk berkomunikasi dan berbagi informasi. Informasi yang sudah disebarkan secara luas melalui media digital biasanya menggunakan visual yang mencolok dan mudah dipahami. Kata grafis dapat diartikan juga sebagai komunikasi visual melalui gambar, pamflet, atau media sosial yang berisikan iklan tanpa suara (Nuryanto, 2012).

Kemampuan mengkomunikasikan dan menyampaikan sebuah ide atau imajinasi melalui visual atau gambar dalam media yang semakin lama bertambah maju, menghasilkan teknologi kecerdasan buatan yang disebut dengan Artificial Intelligence (AI) memiliki peran penting pada masa sekarang. AI merupakan bentuk kecerdasan buatan yang dapat membantu manusia dalam melakukan berbagai aktifitas atau pekerjaan. (Farwati, 2023)

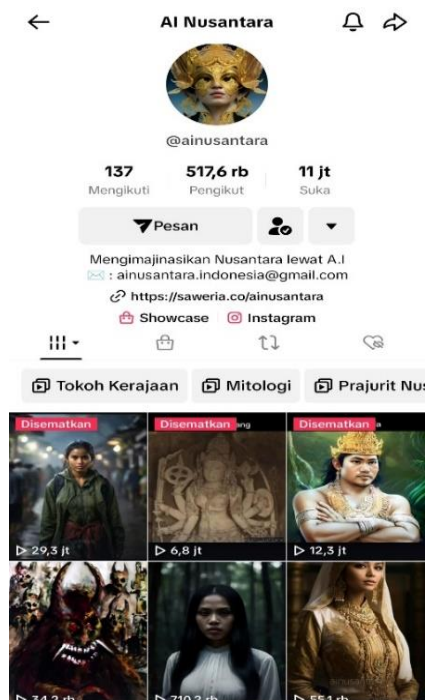
John McCarthy, (1956) berpendapat bahwa kecerdasan buatan atau Artificial Intelligence (AI) adalah usaha memodelkan proses berpikir manusia dan mendesain mesin agar dapat menirukan perilaku manusia. Memungkinkan AI melakukan tugas-tugas yang dilakukan manusia dengan kinerja yang konsisten atau bahkan lebih unggul. Seperti yang sudah kita ketahui bahwa besarnya eksistensi kecerdasan buatan (AI) ini membuat perubahan yang signifikan dalam kemajuan teknologi yang berkembang begitu pesat.

Kecerdasan buatan (AI) memberikan inovasi baru yang dapat membuat sebuah perangkat memiliki kemampuan berpikir dan bertindak seperti manusia, sebuah data yang dikelola oleh AI ini berupa gambar (visual) serta berupa teks dan angka. Namun hal ini

juga dapat memberikan potensi ancaman, Masrichah, (2023) berpendapat bahwa banyak kekhawatiran yang muncul mengenai privasi dan keamanan data, karena AI dapat mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data pribadi dalam skala yang belum pernah terjadi sebelumnya. Oleh karena itu, Untuk menghindari penyalahgunaan dan pelanggaran privasi yang tidak disengaja, perlindungan data dan kebijakan privasi sangat penting.

Kecerdasan buatan (AI) tidak hanya membantu tetapi juga mengubah banyak aspek kehidupan manusia, salah satu bidang yang signifikan adalah pembuatan konten yang dibantu oleh AI dalam aspek komunikasi visual. Dalam bidang pembuatan konten ini AI dapat mengubah gambar atau video secara visual yang menarik, realistis, dan memberikan kesan artistik.

Seperti pada akun tiktok @ainusantara secara garis besar akun tersebut membuat sebuah konten atau visual yang begitu nyata, dengan imajinasi pembuat konten tersebut terhadap Nusantara menjelaskan kontennya melalui visual dan memberikan konsep konten yang berbeda-beda mulai dari tokoh kerajaan, mitologi, dan hal mistis yang didukung oleh AI. Pada kontennya @ainusantara memiliki jumlah pengikut sebesar 530,1 rb dan jumlah yang menyukai konten tersebut 11,5 jt serta terdapat tiga video teratas yang memiliki jumlah penyuka paling banyak terhitung pertama dengan judul “Ada pasar di gunung” 1,8 jt yang menyukai, “Roro Jonggrang based on Durha Statue” 442,2 rb dan “Gajah Mada based on his statue” 517,1 rb. Dalam hal ini dapat dilihat bahwa akun @AI Nusantara memanfaatkan AI sebagai kreatifitas dalam pemanfaatan komunikasi visual.



GAMBAR 1. Akun tiktok AI Nusantara

Media visual pada AI Nusantara mendapatkan informasi yang kita tangkap melalui penglihatan, tujuannya untuk menciptakan sebuah karya dalam lingkup komunikasi visual yang mengandung nilai estetis tidak hanya menggunakan Bahasa tetapi juga menggunakan alat komunikasi seperti gambar, warna, dan suara.

Komunikasi visual terdiri dari dua kata yaitu komunikasi dan visual. Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari satu orang (Komunikator) ke orang lain (Komunikan) melalui media dengan menghasilkan respon atau tanggapan. Sebaliknya,

objek visual adalah sesuatu yang dapat diamati melalui indera penglihatan. Dapat diartikan dari dua pengertian tersebut komunikasi visual adalah proses pertukaran informasi dengan orang lain menggunakan media visual, yang secara umum disebut sebagai komunikasi melalui pengamatan, dengan menggabungkan simbol, tanda, tipografi, ilustrasi, warna, dan elemen lainnya.

Penelitian ini menggunakan Teori difusi Inovasi adalah teori yang membahas tentang bagaimana suatu ide atau gagasan baru tersebar dalam sebuah kebudayaan. Menurut Everret Rogers (1964) difusi adalah proses ketika sebuah inovasi dikomunikasikan melalui beberapa saluran dengan jangka waktu tertentu dalam sebuah sistem sosial.

Rogers menjelaskan, tahapan individu dalam mengambil keputusan, suatu inovasi dibedakan menjadi 5 yaitu: Knowledge (Pengetahuan), Persuasion (Persuasi), Decision (Keputusan), Implementation (Implementasi), dan Confirmation (Konfirmasi).

Meninjau dari teori Diffusi Inovasi ini, penulis bermaksud untuk meneliti bagaimana penerapan AI dalam komunikasi visual dimanfaatkan oleh para conten creator dalam pembuatan video sebagai inovasi teknologi baru yang semakin berkembang di masa kini.

Berdasarkan penelitian ini, peneliti bermaksud mengetahui pemanfaatan AI dalam komunikasi visual yang sekarang ini banyak digunakan oleh para conten creator salah satunya pada akun tiktok @ainusantara. Akun tersebut merupakan salah satu pembuat konten yang memuat kisah kisah di nusantara dengan dukungan teknologi digital AI (Artificial Intelligence). Peneliti juga ingin mengetahui bagaimana inovasi yang dibuat oleh pembuat konten tersebut dengan melihat seiring berkembangannya perubahan teknologi digitalisasi.

Artikel ini disusun dengan maksud untuk mengetahui dan menganalisis AI dalam pemanfaatan komunikasi visual pada akun tiktok @ainusantara.

METHOD

Metode penelitian ini ditulis menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui analisis pemanfaatan AI dalam komunikasi visual. Lokasi ini dipilih untuk memberikan gambaran tentang pemanfaatan AI pada komunikasi visual. Menggunakan triangulasi data sumber dengan mengumpulkan data dilakukan melalui beberapa metode, antara lain wawancara dengan pihak yang bersangkutan secara mendalam tentang pemanfaatan AI dalam komunikasi, observasi dengan mengamati akun tiktok AI Nusantara yang menggunakan AI dalam menyampaikan komunikasinya secara visual, studi Pustaka dengan menentukan landasan teori komunikasi menggunakan teori difusi inovasi dan mencari sumber yang relevan dari pemanfaatan AI dalam komunikasi visual pada akun tiktok @ainusantara, dan memahami bagaimana penggunaan AI dalam komunikasi visual dapat memengaruhi persepsi dan interaksi pengguna untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam.

RESULTS AND DISCUSSION

Penerapan Komunikasi Visual pada akun Tiktok AI Nusantara

Saat ini berbagai platform media sosial dapat dimanfaatkan dalam berkomunikasi atau membagikan konten yang bermanfaat dan hiburan. Salah satu platform media sosial yang sekarang banyak digunakan adalah Tiktok, untuk sarana menyampaikan informasi yang tidak hanya melalui pesan tetapi juga menggunakan media visual dalam berkomunikasi agar lebih mudah dipahami dan menarik untuk dilihat. Dilansir dari *DataIndonesia*, jumlah pengguna tiktok di Indonesia mencapai 126,83 juta orang pada

Januari 2024, yang dimana angka tersebut meningkat 19,1% dibandingkan dengan tiga bulan sebelumnya sebanyak 106,52 juta orang.

Komunikasi melalui visual banyak digunakan dalam membuat sebuah konten video dengan memberikan konsep visual yang dimanfaatkan untuk mempromosikan sebuah produk atau membuat ilustrasi gambar yang menarik dan mudah di ingat. Hal ini memberikan kemudahan dan peluang besar untuk para konten kreator dalam membuat sebuah video yang memberikan informasi dengan ilustrasi gambar kreatif dan inovatif.

Salah satunya akun @ainusantara adalah sebuah akun dari platform Tiktok yang membuat sebuah konten ilustrasi dengan mengimajinasikan nusantara seperti tokoh kerajaan, prajurit nusantara, makhluk tak kasat mata, dan mitos. visual dalam konten ini digunakan untuk informasi dengan berbagai elemen warna, ilustrasi dan kualitas gambar yang seperti nyata. Selain itu dengan pemanfaatan media digital pada tiktok AI Nusantara dapat lebih efektif dan efisien terutama dengan jangkauan media sosial yang tidak terbatas.

Konten tiktok sebagai salah satu bagian dari komunikasi visual yang memiliki elemen visual dimanfaatkan untuk dapat menjelaskan isi pesan kepada audience. Konten visual yang baik adalah yang dapat mengkomunikasikan suatu pesan dengan benar dan dapat menarik perhatian audience. Dari berbagai konten yang diunggah oleh AI Nusantara, terdapat berbagai macam respon dan interaksi dari para audience yang beragam.

Konten tiktok AI Nusantara yang memiliki jumlah penyuka paling banyak sebesar 2,2jt dengan judul “Tingkatan Genderuwo” yang dimana dalam kontennya menjelaskan bahwa terdapat beberapa tingkatan genderuwo dari level 1-6, dengan memberikan visual yang begitu nyata menggunakan nuansa warna serba hitam serta suasana hutan yang sepi dan sunyi.



GAMBAR 2. Salah satu konten yang dibuat

Pemanfaatan AI pada akun tiktok AI Nusantara

Teknologi Artificial Intelligence (AI) menjadi inovasi yang paling signifikan dalam memberikan dukungan dari berbagai aspek kehidupan manusia. Dilansir dari *databoks* dalam beberapa tahun terakhir AI telah memiliki banyak jumlah pengguna yaitu sebesar 1,4 miliar atau 5,60% dari total traffic. Jumlah tersebut menempatkan Indonesia di posisi ketiga global. Selain itu, salah satu penggunaan AI yang paling menarik dan efektif adalah dalam pembuatan konten.

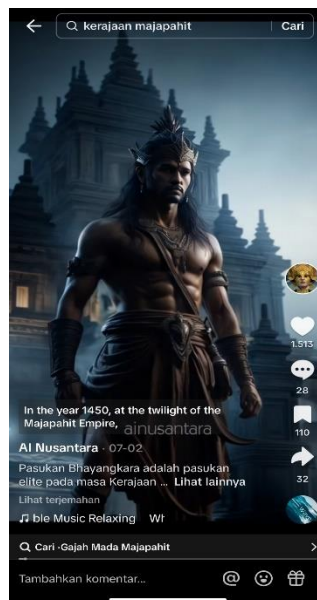
Dalam bidang pembuatan konten, AI memiliki kemampuan untuk berkomunikasi dengan pengguna secara real-time, memberikan mereka informasi dan dukungan, serta meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan. Perangkat AI dapat mengubah gambar dan video menjadi menarik secara visual dengan menerapkan filter artistik. Pembuatan konten secara otomatis adalah salah satu trend dalam konten digital yang

sekarang sudah banyak dipakai oleh konten creator. Hal ini tidak hanya meningkatkan interaksi pengguna, tetapi juga memperkuat keterlibatan audiens.

Pemanfaatan kecerdasan buatan AI dalam tiktok AI Nusantara adalah salah satu cara utama AI dimanfaatkan sebagai pembuatan sebuah konten yang menghasilkan berbagai video dengan menggambarkan budaya dan imajinasi Nusantara. Dapat membantu secara visual, latar musik, dan bagian lainnya serta memberikan kemudahan agar gambar yang dibuat memiliki kesan lebih berwarna secara nyata. Artificial Intelligence (AI) digunakan untuk membantu AI Nusantara dalam pembuatan konten dengan menggambarkan ilustrasi digital, seperti pada salah satu kontennya yang berjudul “Mari keluar, melihat bulan” video tersebut mengingatkan ketika kita bermain di masa kecil.

Konten-konten yang dibuat oleh AI Nusantara tersebut banyak menarik perhatian para penontonnya, melibatkan penggabungan model linguistik dan model visual untuk mengubah deskripsi teks menjadi visual yang sesuai dengan deskripsi yang dimaksud, di mana deskripsi tersebut berkaitan dengan objek, orang, tempat, atau situasi saat ini. Dalam menciptakan visual dengan menggunakan AI, terdapat sejumlah efek dan fitur tertentu yang memungkinkan pengguna memperbesar atau memperkecil ukuran gambar mereka tanpa perlu melakukan manipulasi gambar yang sangat terampil.

Salah satu pemanfaatan AI pada konten yang dibuat oleh AI Nusantara seperti pada gambar dibawah, dia menjelaskan secara singkat tokoh pasukan Kerajaan Majapahit yaitu pasukan Bhayangkara “Pasukan Bhayangkara ini adalah pasukan Kerajaan Majapahit yang pernah dipimpin oleh Gajah Mada secara langsung. Mereka berfungsi sebagai teluk sandi (intelijen), mengumpulkan informasi rahasia dari musuh dan Kerajaan lain, serta menjaga keamanan raja dan keluarganya. Selain itu, pasukan Bhayangkara juga bertugas melakukan serangan senyap terhadap target tertentu, menggunakan teknik dan taktik khusus untuk mengeliminasi ancaman tanpa terdeteksi. Pasukan ini memainkan peran penting dalam mempertahankan kekuasaan Majapahit dan menjaga stabilitas serta keamanan Kerajaan”.



GAMBAR 3. Konten TikTok @ainusantara

Dapat dilihat dari gambar tersebut bahwa akun tiktok @ainusantara memanfaatkan AI untuk membuat gambarnya menjadi warna yang kontras dan terlihat nyata dengan elemen yang sangat mendukung. Menggunakan suasana seperti Kerajaan jaman dahulu dengan penambahan suara untuk menjelaskan cerita tersebut, selain itu penambahan komponen, seperti asap, api, lampu, air memiliki makna tersendiri untuk menambah visual gambar menjadi sangat bagus dan menarik banyak perhatian orang-orang untuk menonton video nya.

Tidak dapat dipungkiri bahwa konten yang dibuat oleh AI Nusantara tersebut mendapatkan jumlah penonton dan penyuka hingga berjuta-juta karena pemilihan design dan warna yang cocok dari setiap videonya yang dibuat. Kreativitas dan inovasi yang terdapat didalamnya membuka peluang untuk menciptakan pengalaman yang unik, memikat, dan berdampak terhadap orang lain. Melalui interaksi ini, orang dapat berinteraksi dengan teknologi secara lebih langsung, dan teknologi kecerdasan buatan dapat memberikan kontribusi yang berharga untuk meningkatkan kreativitas manusia.

Dari data hasil wawancara salah satu pengguna AI untuk pembuatan kontennya Arfan Maulana menjabarkan bahwa AI menyediakan berbagai manfaat bagi para pembuat konten, seperti mempunyai kemampuan untuk mengotomatisasi tugas-tugas yang memakan waktu, menghasilkan konten baru, menganalisis trend atau mengevaluasi data dengan sangat cepat. AI dapat menghasilkan berbagai macam grafik dan animasi yang kompleks, mulai dari desain grafis 2D hingga animasi 3D yang realistis dan dinamis, baik menggunakan gambar baru sepenuhnya. AI juga dapat menghasilkan efek visual yang menakjubkan, seperti efek transisi yang halus dan efek pencahayaan yang memukau, ini membantu meningkatkan kualitas visual video dan membuatnya lebih menarik bagi penonton. Dengan analisis data yang mendalam AI dapat menyesuaikan elemen visual video seperti warna, gaya, dan konten sesuai dengan preferensi individu, dengan kemampuan AI dalam menciptakan grafis, animasi, dan efek visual yang canggih, konten video dapat terlihat lebih profesional dan menarik bagi penonton.

CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa penggunaan teknologi AI telah meluas ke berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam pembuatan sebuah konten. Penerapan AI dalam sebuah konten mempermudah dalam memvisualisasikan gambar terkesan menjadi lebih menarik untuk ditonton. Pemanfaatan AI dalam komunikasi visual memiliki dampak yang baik karena mempermudah para konten creator untuk menuangkan ide dan juga kreatifitas mereka melalui bantuan dari teknologi AI. Memberikan informasi dengan visual yang menarik dan mudah dipahami oleh orang-orang yang menontonnya. Tetapi penggunaan AI pada sebuah video konten juga dapat berdampak tidak baik ketika disalahgunakan untuk hal-hal yang melanggar aturan penggunaan AI. Meskipun teknologi kecerdasan buatan ini dapat membantu dan mempermudah pembuatan video, tetapi peran manusia juga berkontribusi untuk menuangkan ide dan inovasinya.

REFERENCES

- Andhita, Rengga Pundra. (2021). Komunikasi Visual. Purwokerto: Zahira Media Publisher.
- Farwati, M., Salsabila, I. T., Navira, K. R., & Sutabri, T. (2023). Analisa Pengaruh Teknologi Artificial Intelligence (Ai) Dalam Kehidupan Sehari-Hari. *JURSIMA*, 11(1), 39-45.
- Hagijanto, A. D. (2023). MENCECAP RASA KEPERKASAAN DALAM TEKNOLOGI VISUAL KECERDASAN BUATAN (Doctoral dissertation, Petra Christian University).

- Haryono, Gatot Cosmas. (2020). *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. Sukabumi: CV Jejak, anggota IKAPI.
- Masrichah, S. (2023). Ancaman Dan Peluang Artificial Intelligence (AI). *Khatulistiwa: Jurnal Pendidikan dan Sosial Humaniora*, 3(3), 83-101.
- Moleong, Lexy J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nuryanto, N. (2012). *Sejarah Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Balai Pustaka.
- Resmadi, I., Bastari, R. P., & Prahara, G. A. (2020). Analisis strategi media komunikasi visual label rekaman independen di era digital. *Demandia: Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain, dan Periklanan*, 5(2), 212-232.
- Taufik, I., & Kurniawan, A. A. (2023, May). The role of artificial intelligence in digital marketing innovation. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Manajemen, Ekonomi, Keuangan dan Bisnis* (Vol. 2, No. 1, pp. 29-40).