

TREN TEKNOLOGI ARTIFICIAL INTELLIGENCE PENGGANTI MODEL IKLAN DI MASADEPAN

Lintang Tirta Putri¹, Robiatul Adawiyah², Raihani Alvinna Fitriyani³

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Dian Nuswantoro,
Kota Semarang, Jawa Tengah 50131

Correspondence Author: 1raihaniaalvinnafitriyani@gmail.com

Abstract

The use of technology is increasing rapidly as the times progress and the benefits and influences produced. New digital technologies have dramatically changed the way companies interact with consumers. The development of technology that is developing rapidly today is Artificial Intelligence or AI. Artificial Intelligence is a technology developed for a long time by experts. This technology is made similar to human intelligence so it is often called artificial intelligence. The development of Artificial Intelligence is very rapid growth in the field of media and information. Recently, there began to be a development using the Artificial Intelligence model to be used as an advertising model. This advertising model was enthusiastically welcomed by the public, but artificial intelligence technology can have cultural impact and influence by bringing new globalization. For now some topics can be applied widely to the development of Artificial Intelligence in lieu of advertising models and can be proposed for future research. In the future, the development of the Artificial Intelligence model is considered to eliminate artists who have been in the world of advertising for a long time because by using the human Artificial Intelligence model more freely in regulating the model and considered more practical. Seeing the rapid growth of technology the use of Artificial Intelligence is predicted to replace human jobs in the world of the information media industry. Actually, this has a good positive impact on the industrial world because it can make production performance in the field more quickly resolved but there will be many humans who are difficult to find work because it is replaced by Artificial Intelligence technology.

Keywords: Artificial Intelligence, Culture, Media, Humans, advertising

Latar belakang

Teknologi adalah sebuah hal yang tercipta di muka bumi yang selalu mengalami revolusi perkembangan di setiap waktu tanpa terhenti. Para ahli di bidang teknologi selalu membuat terobosan serta inovasi yang baru dalam perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi yang semakin membaik membuat kita bisa menyelesaikan permasalahan sehari - hari dengan lebih mudah dan praktis. Teknologi berkembang di hampir seluruh bidang pekerjaan seperti bidang industri, kedokteran, pendidikan, serta informasi. Pada bidang informasi industri perkembangan teknologi sangat terlihat sekali perubahannya yang pada awalnya manusia mencari informasi melalui buku sekarang kita bisa secara praktis membuka gawai kita dan mencari informasi dengan menggunakan internet dengan koneksi yang kencang.

Perkembangan industri informasi untuk saat ini masih berada pada revolusi industri 4.0 yang sudah mulai di ujung tanduk dan segera akan menuju ke revolusi 5.0, namun untuk sekarang ini kita hidup di zaman perubahan yang sangat dinamis sepanjang sejarah, yaitu revolusi industri 4.0. Para ahli mengatakan bahwa Revolusi Industri 4.0 akan direalisasikan dengan kombinasi dari berbagai macam teknologi fisik dan digital seperti Artificial Intelligence, AR, VR, mesin pembelajaran, dan penyimpanan komputer (Schwab, 2016). Untuk waktu ini kecerdasan buatan atau sering kita sebut Artificial Intelligence sangat berkembang pesat dan menarik perhatian khalayak umum sebab Artificial Intelligence sekarang berkembang dengan pesat di industri hiburan dengan membuat dunia baru di dalam dunia digital dengan menggunakan teknologi Artificial Intelligence.

Dunia periklanan selalu menciptakan hal-hal baru sehingga bisa memikat audiens serta berkembang mengikuti perubahan zaman dan mengikuti selera pasar audiens.

Adanya digitalisasi informasi membuat sekarang ini periklanan lebih berfokus kepada bentuk digital. Digital Advertising atau periklanan digital sering digunakan dalam berbagai kombinasi dengan konsep online advertising atau internet advertising. Sebagai contoh, menurut IBIS World (2016), Digital advertising biasanya merujuk pada pesan promosi yang disampaikan konsumen melalui media online. Digital advertising juga didefinisikan sebagai iklan online melalui platform yang dirancang untuk konsumsi massal (Virgile et al, 2016)

Tidak bisa dipungkiri, cara yang tepat untuk memahami digital advertising melibatkan pemahaman karakteristik dari media digital. Hal yang paling menonjol dari media digital adalah interaktivitasnya. Pada awal penelitian interaktivitas, Truong, McColl, dan Kitchen (2010) menegaskan bahwa peningkatan tingkat interaksi antara para pengiklan dan konsumen sangat penting dalam periklanan melalui media digital.

Perkembangan dunia periklanan semakin maju dengan teknologi yang canggih yang dimanfaatkan untuk memudahkan pekerjaan manusia melakukan aktivitas. Artificial intelligence banyak digunakan dalam periklanan sebagai alat yang mampu meningkatkan jumlah konsumen dan memperluas pasar. Iklan yang dipasang dengan bantuan artificial intelligence berguna untuk meningkatkan konsumen dan khalayak dengan produk yang diiklankan, karena iklan yang dipasang tersebut lebih interaktif sehingga khalayak tertarik dengan iklan.

Keberadaan artificial intelligence berpengaruh kepada hasil akhir iklan, artificial Intelligence yang digunakan dalam periklanan bisa seperti mempelajari tren pasar yang sedang hits di masa sekarang dan mencari peluang. Penggunaan artificial intelligence membuat industri periklanan menjadi lebih luas dan bisa digunakan oleh berbagai bentuk iklan. Seiring berkembangnya teknologi canggih artificial intelligence dapat menggantikan manusia dan bisa membuat iklan sendiri. Tetapi

artificial intelligence juga mempunyai kelemahan karena artificial intelligence hanyalah software maka manusia masih memiliki posisi dalam mengontrol dan mengawasi artificial intelligence karena dalam dunia periklanan masih banyak orang-orang kreatif di dalamnya. Maka tujuan artikel konseptual ini adalah untuk mengetahui dampak model iklan artificial intelligence padamedia serta budaya.

Pembahasan

Perkembangan Industri 4.0

Industri 4.0 adalah kombinasi dari berbagai macam teknologi fisik dan digital. Nama Industri 4.0 mengacu kepada revolusi industri keempat, dengan tiga yang lainnya terjadi melalui mekanik, listrik, dan IT. Industri

4.0 berjalan dengan sangat cepat dan sudah menghasilkan banyak sekali penemuan - penemuan yang manfaatnya dirasakan oleh manusia seperti pekerjaan manusia jauh lebih cepat dan efisien. perkembangan industri 4.0 yang sangat pesat tidak serta merta membuat para peneliti berhenti membuat gagasan- gagasan baru untuk umat manusia. industri 4.0 digunakan untuk menghubungkan komputer saling terhubung dan berkomunikasi dengan yang lainnya tanpa melibatkan manusia didalamnya, dimana semua kegiatan berjalan menggunakan internet.

Pada waktu ini industri 4.0 sudah hampir mencapai akhir evolusi dan dunia akan segera memasuki era revolusi digital 5.0. ketika era 4.0 dalam menjalani kehidupan sehari-hari tidak bisa terlepas dari teknologi yang berperan penting dalam perubahan menjadi masyarakat yang lebih informatif (Zuliantika dkk, 2021). Sebentar lagi dunia akan segera menyambut era baru yaitu era revolusi digital

5.0 pada era 5.0 diawali dengan perkembangan Artificial Intelligence yang sangat cepat hal ini bisa kita lihat mulai

bermunculan di media digital kita, banyak negara berkembang yang sudah menciptakan artis virtual mereka dengan teknologi Artificial Intelligence dan respon masyarakat tentang para artis ini disambut dengan penuh antusiasme masyarakat. Negara berkembang seperti Jepang sudah mulai meluncurkan untung masyarakatnya yang dipusatkan pada manusia dan berkolaborasi dengan teknologi AI guna menyelesaikan masalah sosial di dunia maya dan nyata (Rosminda, 2019). Para generasi milenial akan dituntut lebih cekatan lagi untuk menerima kemunculan era revolusi digital 5.0 sebab generasi milenial merupakan tonggak awal yang akan hidup lebih lama pada saat revolusi digital ini berlangsung. Revolusi digital akan mengalami puncaknya untuk saat ini dan berdampak besar pada kehidupan manusia sekarang (rezky, dkk).

Mengenal Lebih Dalam Tentang Artificial Intelligence

AI atau artificial intelligence merupakan istilah teknologi canggih yang sedang populer pada saat ini. Menurut *John McCarthy* Artificial Intelligence merupakan ilmu dan teknik komputer yang menciptakan mesin bersifat cerdas terutama menciptakan suatu program. Ahmad, A. (2017). menyatakan Artificial Intelligence merupakan Kecerdasan buatan yaitu penggunaan teknik dengan cara kerja meniru kecerdasan yang dimiliki oleh makhluk hidup bahkan benda mati untuk menyelesaikan suatu persoalan. Artificial Intelligence merupakan salah satu ilmu komputer yang membuat mesin bekerja sebaik yang dilakukan oleh manusia pada umumnya. Perkembangan teknologi saat ini memungkinkan mesin untuk menyelesaikan suatu persoalan dan dapat mengambil keputusan sendiri. Cara kerja Artificial Intelligence adalah menjalankan suatu tugas dengan menggunakan komputer untuk berpikir seperti manusia. Saat ini Artificial Intelligence sudah banyak digunakan oleh beberapa

Negara dan dalam bidang industri hiburan maupun kehidupan sehari-hari, dalam kehidupan sehari-hari Artificial Intelligence bisa membantu orang seperti menemukan lokasi tujuan yang ingin dikunjungi, Selain itu Artificial Intelligence bisa digunakan untuk membantu keamanan privasi seseorang dengan mengenali wajah. Artificial Intelligence bisa mengarahkan model tanpa harus berada di lokasi. Banyak yang menggunakan Artificial Intelligence untuk kepentingan pekerjaan di ranah dunia hiburan. Purwanti .S (2013) mengatakan budaya yang trend saat ini adalah budaya Korea yang para penggemarnya mengikuti apa yang dilakukan artis mereka. Seperti yang digunakan oleh salah satu Girl Band K-pop yang berasal dari Korea Selatan yaitu Aespa baru-baru ini menggunakan teknologi Artificial Intelligence untuk memperkenalkan artis mereka, Para artis seperti hidup di dunia yang sama dengan avatar mereka, berkomunikasi melewati dunia digital. Dalam dunia virtual para member mempromosikan dirinya seperti model aslinya manusia Selain Aespa, ada beberapa grup band yang menggunakan teknologi canggih ini yaitu Gi-DLE yang memanfaatkan Artificial Intelligence-nya dengan karakter game online League Of Legends. Artificial Intelligence yang digunakan dibuat secara mirip dengan model bentuk manusianya. Artificial Intelligence juga bisa berbicara layaknya manusia, model Artificial Intelligence bisa diubah sesuai yang dirancang sehingga avatar yang dibuat menyerupai manusia bahkan bisa membuat alam semesta sendiri di dunia Artificial Intelligence. Artificial Intelligence terus dikembangkan untuk menciptakan kecerdasan seperti manusia. Dengan kemajuan teknologi yang pesat, gaya hidup masyarakat akan berubah dan terus berkembang dengan melibatkan robot sebagai pendamping kegiatan sehari-hari yang dilakukan masyarakat. Bantuan kecerdasan buatan Artificial Intelligence promosi dengan mudah

mencapai target yang dituju. Terutama dalam periklanan Artificial Intelligence membuat iklan menjadi efisien dan efektif serta membangun kreativitas dalam pembuatannya karena tidak memerlukan model aslinya berada ditempat cukup menjalankan software pada perangkat saja. Saat ini penggunaan Artificial Intelligence di Indonesia masih sangat sedikit yang menggunakannya. perkembangan Artificial Intelligence digunakan untuk periklanan di Indonesia namun baru beberapa kota besar yaitu Jakarta dan Surabaya yang memasang iklan Billboard, bentuk iklan billboard ini berbentuk 3D dan 2D yang bisa menghitung berapa banyak orang yang menonton billboard tersebut. iklan billboard yang digunakan berisi video atau gambar dengan kualitas HD. respon dari audience adalah meningkatnya belanja karena Billboard yang dipasang, ini membuktikan Artificial Intelligence membantu perekonomian terutama di bidang industri periklanan terlebih lagi masa pandemi mengubah tren konsumen dan trend teknologi dalam berbagai hal dimana hampir semua kegiatan dilakukandaring di rumah.

Masyarakat dituntut untuk belajar menghadapi perkembangan kemajuan teknologi Di Negara-Negara maju Artificial Intelligence sudah sangat maju dan luas penggunaannya. Luar Negeri Artificial Intelligence digunakan untuk media periklanan seperti memasang iklan, atau display di tengah kota. Artificial Intelligence juga bisa menentukan iklan yang tepat dipasang dimana tanpa perlu susah payah hanya dengan mengatur softwrenya. Untuk seterusnya trend penyebaran informasi pada marketing periklanan akan berkembang ke teknologi Artificial Intelligence.

Penggunaan Dan Pemanfaatan Artificial Intelligence

Dunia semakin tua dan berkembang melalui perkembangan dunia teknologi juga berkembang sangat besar. Era industri 4.0 merupakan satu titik yang dimana teknologi di seluruh dunia ini berevolusi dengan sangat cepat dan manusia menyadari dampaknya bagi kehidupan sehari-hari, teknologi berkembang dengan pesat menempurkan kegiatan manusia jaman sekarang yang

dituntut untuk selalu cekatan dalam melakukan aktivitasnya seperti dalam pekerjaan, pendidikan hingga urusan rumah tangga. Revolusi industri 4.0 menciptakan sebuah teknologi yang dinilai mudah penggunaannya, yaitu Artificial Intelligence, sebuah kecerdasan buatan yang dibuat mirip dengan otak manusia diaplikasikan dalam sebuah teknologi. Perkembangan teknologi Artificial Intelligence di tahun 2021 ini sangat berkembang pesat, hal ini dikarenakan AI dapat dibuat dan dikendalikan sesuka hati oleh penciptanya. Artificial Intelligence berkembang pesat di semua lingkup media informasi di dunia.

Artificial Intelligence dinilai lebih praktis penggunaannya karena mudah dikendalikan oleh penciptanya. Perkembangan Teknologi Artificial Intelligence sangat pesat pada mulanya hanya berkembang di bidang penciptaan robot namun sekarang sudah berkembang menjadi sebuah sistem di berbagai bidang.

Media massa

Imran, H. A. (2013), menyatakan komunikasi dapat dilakukan jika ada media seperti media elektronik. Kehidupan sehari – hari kita pada masa ini tidak bisa lepas dari media massa mulai dari sosial media hingga e- commerce yang tersedia di gawai setiap orang. Nadin, A. M., & Ikhtiono, G. (2019), menyatakan bahwa media massa menjadi hal yang tidak dapat dipisahkan dalam suatu lingkup komunikasi manusia. Media massa yang turut mengikuti trend sangat berkembang pesat seperti teknologi Artificial Intelligence. pada media massa pemanfaatan teknologi Artificial Intelligence di bidang media

sangatlah beragam mulai dari aplikasi yang dibuat dari Artificial Intelligence, periklanan, desain, pemanfaatan VR serta AR, optimalisasi pencarian. di bidang media Artificial Intelligence sangat cepat sekali perkembangannya karena didukung dengan perkembangan revolusi industri digital 5.0 yang sedang gencar-gencarnya disebarkan kepada generasi milenial.

Kesehatan

Pada bidang kesehatan, teknologi Artificial Intelligence dibuat untuk proses analisis data serta proses mendeteksi penyakit. Pada saat covid-19 ini teknologi Artificial Intelligence sangat berguna untuk screening paru-paru pasien yang diduga terserang covid

19. Di dalam proses analisis data Artificial Intelligence dapat mempercepat pengolahan data di rumah sakit seperti pengolahan data pasien, penyakit ,serta rekam medis, dst. penggunaan Artificial Intelligence yang digunakan pada bidang kesehatan baru-baru ini dapat mengetahui bahaya yang dapat mengancam kesehatan seseorang. di masa depan penggunaan Artificial Intelligence akan banyak digunakan. teknologi Artificial Intelligence tidak hanya sebagai fasilitas pengobatan tetapi juga digunakan untuk perawatan pencegahan penyakit. Artificial Intelligence ini akan terus dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan di bidang medis.

Pendidikan

Awal tahun 2020 pandemi covid-19 menyerang seluruh dunia dan mengharuskan semua murid menjalankan kelas online di rumah. orang tua berperan penting dalam asupan nutrisi ilmu untuk para siswa pada saat terjadi pandemi dan interaksi antara pelajar dan pengajar pada saat pandemi dirasa kurang (trisnawati dkk, 2019).Teknologi Artificial Intelligence sangat berperan penting di dalam bidang ini. Bentuk teknologi Artificial Intelligence di bidang pendidikan sangat beragam seperti personalisasi murid dan guru dengan Artificial Intelligence, lalu voice assistant

memperudahkan siswa untuk mendapatkan segala informasi dari pengajar mereka tanpa harus membawa buku-buku yang tebal, serta Artificial Intelligence juga dibuat untuk sistem penugasan sekaligus absen yang dapat dilihat oleh pengajar serta orang tua murid. Namun kini perkembangan revolusi industri 4.0 akan segera memulai era baru yaitu revolusi industri digital dengan munculnya revolusi digital 5.0 dinantikan dapat menciptakan teknologi pada bidang pendidikan yang tidak harus merubah peran guru ataupun pengajar ketika memberikan ilmu moral serta keteladanan untuk para murid nantinya (Nastiti, dkk). Oleh karena itu para pengajar harus lebih mempersiapkan diri mereka pada saat era revolusi digital 5.0 yang sangat mungkin bisa membuat model pembelajaran akan jauh lebih maju serta peran pengajar sangat diperlukan untuk membuat model pembelajaran yang lebih efektif dan efisien karena para murid yang sudah mengenal media digital dari dini memerlukan terobosan baru dalam kegiatan pembelajaran mereka yang tentunya tidak membosankan dalam menjalankan kegiatan belajar di sekolah.

Seiring bertambahnya zaman, pemanfaatan Artificial Intelligence sangatlah banyak dan beragam. Untuk saat ini perkembangan Artificial Intelligence sangat pesat pada ketiga bidang tersebut, namun dalam kehidupan sehari – hari teknologi Artificial Intelligence juga sudah digunakan. Penggunaan Artificial Intelligence di negara maju sangat diterima karena dengan adanya Artificial Intelligence semua pekerjaan kita dan kemauan kita akan lebih cepat tercapai secara praktis.

Pada media sosial, Artificial Intelligence berkembang sangat cepat penggunaannya. Sekarang ini bukan hanya digunakan untuk sebuah sistem saja. Pada tahun 2021 di Korea Selatan mengenalkan seorang artis yang dibuat oleh teknologi Artificial Intelligence, Artis Artificial Intelligence ini digunakan sebagai pengganti Artis manusia untuk model iklan. Artis Artificial Intelligence disambut meriah oleh para pengguna media sosial, ia dibuat sangat mirip dengan model manusia dan dikendalikan oleh teknologi Artificial Intelligence.

Artificial Intelligence Pada Media Periklanan

Media merupakan suatu perantara yang mempunyai fungsi menyalurkan suatu informasi dari satu sumber ke penerima pesan. Menurut *Arsyad* Media merupakan bentuk perantara yang digunakan manusia untuk menyampaikan gagasan, pendapat, ide kepada penerima yang dituju. Media merupakan kata yang terbentuk dari bahasa Latin “medius” yang memiliki arti tengah, perantara. Media bisa berupa majalah, koran, radio, televisi, poster, dan spanduk. Media bertujuan untuk merangsang pikiran maupun perhatian dari pengirim pesan kepada penerima untuk terjadinya komunikasi yang efektif.

Dalam media hiburan, artificial intelligence dijadikan sebagai pendukung terjadinya komunikasi kepada khalayak. Kecerdasan buatan intelligence artificial digunakan untuk memahami perilaku khalayak dengan menciptakan konten yang sesuai dengan minat khalayak. Salah satu contoh yang ada adalah grup band AESPA yang memakai avatar dalam mempromosikan grupnya merupakan salah satu penggunaan artificial intelligence sebagai media perantara komunikasi yang bertujuan memperkenalkan anggota dari masing-masing grup band perempuan yang berasal dari Korea Selatan yang menggunakan artificial intelligence. Penggunaan artificial intelligence pada kembaran manusia girl grup AESPA ini merupakan new media yang akan terus dikembangkan oleh programernya. New media dari AESPA ini merupakan terobosan paling baru di dunia hiburan dengan membuat dunia tempat tinggal AESPA di dunia yang lain, Baru-baru ini AESPA mengeluarkan album barunya yang berjudul “SAVAGE” hal unik dari album tersebut adalah mengandalkan Augmented reality yang ketika album di scan barcode dengan handphone. Augmented reality merupakan salah satu bagian

dari Artificial Intelligence.

Ronald T. Azuma (1997), Augmented Reality merupakan penggabungan benda-benda yang nyata dengan benda-benda yang berwujud 2 dimensi dilingkungan yang nyata. ketika album telah di scan maka muncul suatu dinding seakan-akan kita berada di alam semesta itu secara nyata hanya dengan kamera handphone, konsep yang digunakan oleh AESPA adalah agar para penggemar bisa menjelajahi alam semesta yang ada di album. bentuk album yang menggunakan Augmented Reality AESPA ini menjadi yang pertama di Korea dilihat dari gambaran album dan strategi pemasaran pesan yang ingin ditunjukkan adalah artificial intelligence dapat digunakan untuk upaya pemasaran dalam iklan. Salah satu penggunaan artificial intelligence dalam media membuat semua kegiatan menjadi efisiensi hampir di semua bidang. Penggunaan artificial intelligence pada media audiovisual netflix juga membuat perkembangan yaitu pemanfaatan artificial intelligence dalam merekomendasikan konten pilihan yang disesuaikan dengan selera dan minat pelanggan. Pemanfaatan artificial intelligence dalam media visual diterapkan dengan dalam desain artificial intelligence mampu membuat desain visual animasi sebanyak-banyaknya dalam hitungan detik jika dibayangkan manusia tidak akan mampu mengerjakan desain tersebut dalam waktu hitungan detik, butuh waktu satu hingga dua minggu untuk menyelesaikan desain tersebut.

Pemakaian artificial intelligence dalam media memungkinkan pembuat konten bisa menciptakan adegan yang luar biasa. Dampak positif penggunaan artificial intelligence salah satunya adalah melakukan suatu pekerjaan dengan waktu yang lebih fleksibel dan bisa dilakukan walaupun dengan jarak yang jauh. meskipun memiliki beragam dampak positif penggunaan artificial intelligence dalam media, artificial intelligence mempunyai dampak buruk terutama pada sumber daya manusia yaitu jika teknologi kecerdasan buatan menguasai kehidupan masa depan akan banyak para pekerja manusia yang pengangguran karena teknologi artificial intelligence bisa mengambil alih pekerjaan manusia di masa depan, karena cara kerja artificial intelligence yang menyerupai manusia maka artificial intelligence mampu menggantikan kemampuan manusia bahkan bisa melebihi kemampuan manusia. Jika artificial intelligence menggantikan manusia dalam media periklanan bisa dibayangkan ketika artificial intelligence mempromosikan iklan menggunakan avatar yang diciptakan sehingga tidak memerlukan model artis aslinya dalam iklan tersebut.

Pengembangan artificial intelligence yang tidak bisa dikontrol akan berakibat pengangguran yang fatal. Dampak negatif dari penggunaan artificial intelligence adalah akan terjadinya ketimpangan ekonomi dimana yang akan menjadi kaya adalah perusahaan yang menggunakan teknologi artificial intelligence di dalamnya dan yang menjadi miskin adalah pekerja di dalamnya yang kehilangan pekerjaannya digantikan oleh artificial intelligence yang keuntungannya bagi perusahaan adalah artificial intelligence adalah mesin yang tidak membutuhkan istirahat sedangkan pekerja membutuhkan istirahat. Jadi untuk menghindari penguasaan teknologi kecerdasan buatan maka bisa diimbangi dan dikontrol dengan baik melalui pembelajaran manusia terhadap inovasi teknologi-teknologi baru yang berkembang untuk menekan pengurangan sumber daya manusia di masa depan dengan memperkaya pengetahuan terhadap teknologi, melakukan suatu kegiatan yang tidak dapat ditiru oleh mesin seperti kemampuan kreativitas dan keterampilan.

Masuknya Artificial Intelligence Budaya Masa Kini

Arus globalisasi di era ini sangat terasa dampaknya bagi kita serta karena budaya masyarakat yang asli perlahan mulai tergerus oleh perkembangan arus globalisasi dari berbagai negara. Perkembangan teknologi memiliki peran yang penting dalam perkembangan suatu budaya. Saat ini

segala sesuatu selalu dapat dicari dengan mudah melalui akses internet yang di setiap gawai. Teknologi Artificial Intelligence yang semakin berkembang juga merupakan salah satu hal yang mempercepat laju arus globalisasi. Semua orang dari berbagai kalangan dan berbagai umur mulai dari muda hingga dewasa dalam menjalankan kehidupan sehari-hari tidak bisa lepas dari gawai masing-masing karena sudah merupakan kebutuhan yang pokok.

Media sosial berkembang sangat cepat dan dalam perkembangannya, teknologi Artificial Intelligence yang merupakan komponen penting dalam periklanan juga semakin diperbaharui. seperti halnya mulai muncul model iklan berbaris Artificial Intelligence. Model iklan ini semakin banyak dibuat dan dikembangkan karena dinilai lebih murah, mudah, dan efisien karena dengan model iklan ini kita bisa membuat sebuah model yang mirip manusia yang bisa di buat sesuai keinginan kita. Model iklan ini dibuat secara virtual menggunakan teknologi Artificial Intelligence tentunya model ini di program untuk bisa lebih unggul daripada model manusia asli. Kemunculan Model virtual Artificial Intelligence ini menarik perhatian lebih dari masyarakat. Model iklan Artificial Intelligence ini sudah tercipta di negara berkembang seperti korea selatan. Di korea

selatan sendiri model ini diberi nama Rozy. Sejak awal kemunculannya Rozy sudah mendapatkan banyak tawaran endorsement dari berbagai merek terkenal di dunia ia dibuat sesuai tren masa kini yang sedang berkembang di korea selatan.

Kemunculan fenomena Rozy ini nantinya bisa membawa dampak budaya kita, Rozy yang tercipta sebagai influencer mirip dengan manusia yang cantik, menarik serta selalu digambarkan selalu menggunakan barang bermerek akan menimbulkan hedonisme di kalangan anak muda yang melihat sosial media milik rozy. Sikap hedonisme akut yang sudah terindikasi di masyarakat yaitu membuat cara hidup condong ke foya - foya dan bebas (Sudarsih). Hedonisme bisa membuat cara pandang kita menjadi untuk hidup dengan penuh kesenangan dan kenikmatan dunia tanpa adanya kontrol yang pasti dalam hidup, tanpa peduli dengan segala sesuatu di sekitar kita. Bahkan di indonesia sendiri sebelum kehadiran model Artificial Intelligence ini kita sudah sering melihat manusia yang terkena dampak dari hedonisme. Jika hal ini terus berlanjut tanpa adanya kontrol yang kuat dalam diri masing-masing maka budaya asli kita akancepat tergerus oleh teknologi.

Dengan adanya model Rozy ini masyarakat bisa menjadi peniru dan bisa ketergantungan. Tindakan peniruan manusia dapat terjadi ketika manusia merasa memiliki nilai lebih pada dirinya jika meniru orang lain dan manusia cenderung merasa mendapatkan sanksi jika tidak meniru hal tersebut (Purwanti s, 2013). Rozy yang digambarkan mirip model hidup yang cantik bisa memberikan infus terhadap kita untuk meniru semua gaya berpakaian yang diciptakan rozy mulai dari kepala hingga ujung kaki rozy yang tanpa kita sadari kita sudah meniru budaya berpakaian rozy yang kekinian di korea selatan. Mata manusia cenderung selalu terfokus pada satu hal yang berbeda dan menarik bisa jadi ketika melihat Rozy kita akan terus menerus membuka apapun yang ia posting di media sosial karena hal itu sudah menjadi candu bagiorang yang memegang akun media sosial.

Teknologi Artificial Intelligence yang sudah berkembangsejauh itu bisa juga akan menggerus artis lokal yang biasa menjadi model iklan. Perlahan manusia akan lebih memilih model Artificial Intelligence yang lebih menarik karena model manusia yang asli akan kalah dengan model Artificial Intelligence ini, mungkin saja perkembangan Artificial Intelligence di masa depan akan lebih luas lagi dan bisa jadi semua artis pekerja di dunia hiburan akan tergantikan oleh manusia yang di program menggunakan teknologi Artificial Intelligence, hal ini sangat mungkin terjadi karena dunia sudah mulai memasuki era yang baru yaitu era 5.0. Maka dari itu kita tidak boleh lupa dan terlena oleh perkembangan teknologi yang sangat pesat ini karena kita juga harus senantiasa meneruskan budaya

asli dari leluhur kita dan lebih pintar dalam mengontrol arus globalisasi yang masuk pada diri kita sendiri.

Dampak Dan Pengaruh Artificial Intelligence Di Kehidupan

Artificial Intelligence atau biasa kita sebut dengan AI merupakan teknologi yang berkembang pesat akhir-akhir ini. Berbagai macam pengaplikasian Artificial Intelligence yang telah dilakukan sudah tidak asing lagi bagi kita, bahkan mereka ada di sekitar kita. Contoh dari kedekatan kita dengan teknologi Artificial Intelligence yaitu berbagai macam situs aplikasi seperti Youtube dan Netflix yang menggunakan teknologi Artificial Intelligence untuk memberikan rekomendasi terbaik mereka berdasarkan data yang kita berikan maupun dari kebiasaan kita dalam menggunakan aplikasi tersebut. Mereka mengolah data tersebut dan mencocokkannya sehingga akan muncul hasil yang sesuai dengan kita. Penggunaan Artificial Intelligence

lainnya yang sangat akrab dengan kehidupan kita adalah teknologi Home Assistant seperti Alexa, Siri, dan Google home assistant. Teknologi tersebut sudah tidak asing bagi kita, dan banyak dari kita yang menggunakannya. Mereka bisa sangat membantu kita dalam berbagai hal serta membuat hal-hal ringan menjadi lebih efektif. Selain teknologi home assistant tersebut, ada juga Google assistant yang sangat dekat bahkan setiap dari kita pasti menggunakannya karena fiturnya yang terdapat di setiap telepon genggam yang kita miliki. Kita tinggal mengatakan "OK Google" dan teknologi tersebut akan membantu kita, seperti misal mengatur alarm, jadwal, dan lain sebagainya.

Kedekatan kita dengan teknologi Artificial Intelligence tentunya sangat berpengaruh bagi setiap individu. Pekerjaan kita menjadi lebih ringan karena dibantu dengan teknologi tersebut, serta membuat kita lebih bisa menikmati waktu karena sudah ada teknologi yang membantu untuk meringankan tugas kita. Namun tentu saja, tidak semua kemajuan teknologi ini berdampak baik, terdapat pula pengaruh buruk yang ditimbulkan yaitu manusia menjadi lebih malas dan menyepelekan karena adanya teknologi yang sangat meringankan tugas mereka, serta menjadikan mereka agak kehilangan tanggung jawab terhadap kewajibannya.

Artificial Intelligence memiliki dampak positif dan negatif. Karena tentu saja, suatu hal pasti memiliki 2 sisi. Pada dampak positif dari Artificial Intelligent, teknologi ini bisa menyimpan data yang tidak terbatas, sehingga kita bisa menjalankan suatu program dengan data tersebut dengan aman dan nyaman. Contohnya untuk menjalankan database sebuah institusi.

Artificial Intelligence juga memiliki tingkat akurasi yang tinggi, sehingga ketepatan pilihan dalam Artificial Intelligence sangatlah pas. Hal ini karena data yang diperoleh telah diprogram untuk mengikuti instruksi-instruksi tertentu. Selain itu, teknologi Artificial Intelligence juga bisa digunakan untuk mengerjakan sesuatu yang berulang dan dapat menggantikan tenaga manusia. Kegiatan yang bersifat rutinitas bisa digantikan oleh tenaga Artificial Intelligence karena ia telah diprogram sehingga pekerjaan manusia menjadi lebih ringan. Karena teknologi ini bukan manusia yang memerlukan waktu istirahat berkala, maka teknologi ini bisa digunakan terus menerus dan hanya diperlukan untuk melakukan maintaining pada teknologi ini.

Dengan adanya Artificial Intelligence, pekerjaan bisa lebih cepat selesai dan memiliki tingkat keakuratan yang tinggi serta tidak terpengaruh oleh *mood* atau kepentingan pribadi lainnya. Hal ini karena teknologi ini telah diprogram untuk melakukan sebuah rutinitas sehingga hasilnya akan tetap seperti itu dari waktu ke waktu.

Selain dampak positif tersebut, Artificial Intelligence memiliki dampak negatif yang tidak bisa kita hindari. Manusia menjadi lebih malas karena adanya teknologi Artificial Intelligence ini karena

mereka merasa sangat terbantu dan menyepelekan hal-hal kecil. Mereka merasa bahwa semuanya sudah bisa dilakukan oleh Artificial Intelligence sehingga mereka hanya tinggal duduk santai dan menikmati. Kemalasan manusia ini jika terus berlangsung akan mengakibatkan menurunnya kualitas kemampuan manusia dalam menghadapi suatu masalah maupun melakukan suatu pekerjaan. Sehingga nantinya, teknologi teknologi inilah yang akan menggantikannya karena dirasa kemampuan dari teknologi Artificial Intelligence dan manusia memiliki ketimpangan jarak yang signifikan.

Perbedaan hasil kerja, keefektifan, dan keakuratan dari hal yang dilakukan teknologi Artificial Intelligence semakin lama akan membuat manusia kehilangan pekerjaannya. Teknologi Artificial Intelligence akan

menggantikan tenaga konvensional manusia dalam menjalankan tugasnya. Karena dilihat dari keuntungan yang diakibatkan ketika memakai teknologi Artificial Intelligence, yaitu lebih efektif, efisien, akurat, dan selalu bekerja sesuai perintah, membuat manusia akan kehilangan pekerjaannya. Contoh pekerjaan yang bisa digantikan oleh Artificial Intelligence adalah peran tata usaha administrasi sekolah. Ketika Artificial Intelligence bisa diprogram untuk mengolah data administrasi, terdapat kemungkinan besar bahwa pekerjaan itu akan diambil alih oleh Artificial Intelligence.

Penggunaan Artificial Intelligence sebagai pengganti tenaga manusia tidak serta merta hanya akan menambah keuntungan. Dari penggunaan teknologi tersebut, pekerjaan bisa dikatakan akan menjadi "dingin" dalam artian hanya beroperasi sesuai instruksi tanpa adanya komunikasi antar sesama manusia. Mereka hanyalah robot yang tidak memiliki perasaan, emosi, dan pemikiran lain yang tidak diprogram. Sehingga yang mereka lakukan hanya sesuai instruksi tanpa perasaan serta tidak dapat mengerjakan tugas yang berada diluar program yang telah ditanamkan. Artificial Intelligence tidak memiliki *common sense* karena dia tidak memahami apa tujuan dan kenapa informasi itu dibuat. Tidak seperti manusia yang memiliki pemahaman menyeluruh sehingga bisa mengetahui apa tujuan dari kegiatan tersebut.

Selain hal-hal yang berpengaruh di atas, Artificial Intelligence juga sekarang ini dikembangkan untuk menjadi model iklan yang nantinya bisa bersanding dengan para artis manusia di luar sana. Seperti contohnya sebuah artificial intelligence bernama "Rozy" yang merupakan influencer dan menjadi model iklan dari asuransi Shinhan Life. Artificial Intelligence tersebut digunakan sebagai media promosi dari pihak asuransi tersebut. Selain itu, "Rozy" juga menerima banyak *endorsement* layaknya influencer manusia pada umumnya. Dengan adanya "Rozy" ini sudah terlihat bahwa teknologi artificial Intelligence bisa bekerja layaknya manusia. Tentunya hal ini merupakan sebuah terobosan yang baik di dunia periklanan, karena mereka menjadi memiliki media baru dalam mempromosikan barang/jasa mereka. Dengan cara baru ini tentunya akan lebih menarik banyak audience untuk mencoba produk yang ditawarkan perusahaan yang menggunakan jasa teknologi Artificial Intelligence tersebut. Tentunya hal ini juga mempermudah manusia dan terutama bagi orang yang ingin menggunakan teknologi Artificial Intelligence sebagai model iklan mereka, karena mereka bisa memprogram Artificial Intelligence tersebut sesuai keinginan mereka tanpa adanya bentrok konflik terkait budaya, kultur, dan lain sebagainya. Dengan menggunakan teknologi ini juga bisa membuat pekerjaan lebih mudah karena bisa diprogram sesuai keinginan kita kapan saja dan dimana saja. Penggunaan Artificial Intelligence sebagai model iklan dipercaya lebih efektif dan lebih akurat hasil kerjanya sehingga lebih memuaskan baik bagi perusahaan itu sendiri maupun bagi audience.

Bila media tidak berubah berarti media tersebut telah mati, karena tidak memiliki sesuatu yang baru. Dengan adanya model Artificial Intelligence sebagai model iklan pengganti artis manusia ini menjadikan media baru bagi para seniman untuk tetap berkarya. Para pakar dalam dunia periklanan juga menjadi memiliki suatu hal baru untuk diteliti dan memahami bagaimana Artificial Intelligence ini bekerja dan apa yang harus dilakukan para perusahaan untuk bisa tetap mengikuti perkembangan zaman.

Dampak negatif ketika Artificial Intelligence digunakan sebagai model iklan pengganti model artis manusia akan menjadikan kehilangan pekerjaan bagi banyak influencer, artis, dan selebritis diluar sana. Eksistensi mereka akan kalah dibandingkan dengan Artificial Intelligence sehingga pada skenario terburuk, mereka bisa kehilangan pekerjaan mereka. Selain itu, unsur seni akan memudar karena digantikan oleh teknologi tersebut.

Selain peralihan model manusia ke model Artificial Intelligence, mudarnya unsur budaya dan seni merupakan tantangan yang harus dihadapi. Penggunaan model Artificial Intelligence ini tentunya akan diprogram sesuai kebutuhan dan meninggalkan unsur kebudayaan yang kental. Model ini akan kehilangan ciri khasnya karena mereka tidak terikat oleh suatu kebudayaan, sehingga nantinya menjadi lebih beragam dan membur tetapi tidak merepresentasikan kebudayaan tertentu.

Kesimpulan

Revolusi Industri 4.0 sudah berkembang pesat hingga sekarang dan dalam waktu yang dekat ini kita akan menyambut era baru yaitu revolusi digital 5.0 dengan diawali perkembangan Artificial Intelligence di dunia hiburan digital. Produksi Artificial Intelligence pada media hiburan dibuat dengan menciptakan model virtual yang memiliki kecerdasan dan fisik yang seperti manusia asli pada umumnya. Penggunaan model virtual Artificial Intelligence semakin hari mulai tumbuh dan beberapa agensi hiburan di negara berkembang sudah menciptakan Artis virtual Artificial Intelligence di dunianya sendiri. Melihat perkembangan artis virtual Artificial Intelligence yang sedikit demi sedikit merangkak naik dengan dukungan khalayak hal ini bisa menimbulkan pergeseran artis manusia asli digantikan oleh artis virtual Artificial Intelligence karena dengan menggunakan artis virtual Artificial Intelligence atau AI kita dapat mengendalikan, membuat, menciptakan model AI sesuai permintaan khalayak dan dinilai lebih murah biaya yang dikeluarkan daripada jika kita menggunakan model/ artis manusia. Periklanan adalah kegiatan promosi yang bertujuan untuk menjual produk atau layanan kepada audiens target. Jurnal ini menjelaskan bagaimana Artificial Intelligence akan berdampak pada masa depan periklanan, dan khususnya bagaimana Artificial Intelligence akan mendominasi strategi pemasaran dan perilaku pelanggan. Artificial Intelligence meningkatkan strategi pemasaran setiap perusahaan. Dengan penerapan teknologi Artificial Intelligence serta model berbasis AI, pengoptimalan kinerja akan menjadi jauh lebih tinggi dibanding dengan sebelumnya. Namun demikian, terdapat beberapa tantangan yang harus dihadapi dalam mengimplementasikan Artificial Intelligence dalam dunia periklanan dan sebagai pengganti model iklan.

Dengan adanya perkembangan media yang didukung kemampuan Artificial Intelligence menyebabkan kemajuan yang pesat dalam dunia periklanan. Pencapaian atas kehadiran artificial intelligence memang memberikan dampak yang positif, Meskipun perkembangan artificial intelligence atau kecerdasan buatan semakin berkembang karena dapat meringankan pekerjaan mereka. Namun, perlu kita ingat bahwa artificial intelligence atau kecerdasan buatan tetap tidak akan bisa mengganti sumber daya manusia yang ada sepenuhnya. Pengembangan artificial intelligence akan seimbang jika manusia juga berpikir kreatif bagaimana mengontrol penggunaannya sehingga

tidak menjadi tantangan yang besar untuk mengendalikan Artificial Intelligence di masa kini dan masa depan.

Referensi

- Ahmad Hania, A. (2017). Mengenal Artificial Intelligence, Machine Learning, & Deep Learning. *Jurnal Teknologi Indonesia*.
- IBIS, W. (2019). *IBIS World's industry research reports*.
- Imran, H. A. (2013). Media Massa, Khalayak Media, The Audience Theory, Efek IsiMedia, dan Fenomena Diskursif (Sebuah Tinjauan dengan Kasus pada Surat Kabar Rakyat Merdeka). *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 47-60.
- Nadin, A. M., & Ikhtiono, G. (2019). Manajemen Media Massa Menghadapi Persaingan Media Online. *Komunika: Journal of Communication Science and Islamic Da'wah*, 206-213.
- Nastiti, F. E., & 'Abdu, A. R. (2020). Kesiapan Pendidikan Indonesia. 61-66.
- Prasetyo, H., & Sutopo, W. (2018). INDUSTRI 4.0: TELAAH KLASIFIKASI ASPEK DAN ARAH. *Jurnal Teknik Industri*, 13 (1). Predy, M., Sutarto, J., Priharin, T., & Yulianto, A. (2019). Generasi Milenial yang Siap Menghadapi Era Revolusi Digital (Society 5 . 0 dan Revolusi Industri 4 . 0) di Bidang Pendidikan Melalui Pengembangan Sumber Daya Manusia. *SEMINAR NASIONAL PASCASARJANA 2019*.
- Purwanti, S. (2013). Korea, remaja dan proses peniruan. *Psikostudia: Jurnal Psikologi*.
- Rosmida. (2019). Transformasi Peran Akuntan dalam Era Revolusi. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 206.
- Schwab, K. (2016). The fourth industrial revolution. *World Economic Forum*.
- Sudarsih, S. (2011). Konsep hedonisme epikuros dan situasi Indonesia masakini. *Humanika*, 2.
- Trisnawati, W., & Sugito. (2020). Pendidikan Anak dalam Keluarga Era Covid-19. *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 823-831
- Truong, Y., McColl, R., & Kitchen, P. (2010). Practitioners' perceptions of advertising strategies for. *International Journal of Advertising*, 709-25.
- Virgile, M., Vines, M., Bates, N., & Walejko, G. (2016). *U.S. Census Bureau*.
- Zuliantika, V., Cahyono, H., Izzahdi, H., Permatasari, F., & Putri, D. (2021). Menuju Indonesia 5 . 0 , Urgensi Pembelajaran Audit Berbasis IT Sebagai Upaya Strategi Implementasi Teknologi. *Prosiding National Seminar on Accounting , Finance, and Economics*, (pp. 113-120)