Jurnal Senirupa Warna
Vol. 12 No.2, Juli 2024
DOI : 10.36806/jsrw.v12i2.217

Etika Penggunaan *Artificial Intelligence* dalam Iklan Politik: Studi Kasus Kampanye Menggunakan Presiden Soeharto Versi AI

Subadi
subadi@ikj.ac.id
Fakultas Film & Televisi, Institut Kesenian Jakarta
Jl. Cikini Raya No.73 Kompleks Taman Ismail Marzuki, Jakarta Pusat, DKI Jakarta, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini berfokus pada etika penggunaan *Artificial Intelligence* (AI) dalam kampanye politik, dengan studi kasus penggunaan profil mantan presiden Indonesia, Soeharto. Penelitian ini bertujuan menjelaskan dampak penggunaan AI dalam konteks politik, termasuk masalah hak cipta dan pengaruhnya terhadap opini publik serta mempertimbangkan perspektif etis dalam menggunakan sosok kontroversial dalam kampanye politik menggunakan AI. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan etnografi digital terhadap data yang relevan, termasuk literatur tentang etika penggunaan AI dan studi kasus kampanye politik penggunaan video AI Soeharto. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang implikasi etis penggunaan AI dalam konteks politik. Selain itu, juga untuk memberikan rekomendasi serta pedoman bagi penyelenggara kampanye politik, pengembang AI, serta pihak terkait lainnya dalam menggunakan AI secara etis dalam proses politik. Penelitian ini juga diharapkan dapat meningkatkan kesadaran tentang pentingnya etika dalam mengembangkan dan menerapkan teknologi AI dalam berbagai konteks sosial.

Kata kunci: *Artificial Intelligence*, Etika, Video, Presiden Soeharto

Abstract

This research focuses on the ethics of using Artificial Intelligence (AI) in political campaigns, with a case study of the use of an AI version of Soeharto, the former president of Indonesia. This research aims to explain the impact of using AI in a political context, including copyright issues and its influence on public opinion, as well as consider the ethical perspective of using a controversial figure such as Soeharto in a political campaign using AI. The method used in this research is a digital ethnography qualitative method of relevant data, including literature on the ethical use of AI and a case study of a political campaign using Soeharto's AI video. The results of this research are expected to provide a better understanding of the ethical implications of using AI in a political context and provide recommendations and guidelines for political campaign organisers, AI developers, and other related parties in using AI ethically in the political process. In addition, this research is also expected to raise awareness for the importance of ethics in developing and applying AI technology in various social contexts.

Keywords: *Artificial Intelligence, Ethics, Video, President Soeharto*

Pendahuluan

Dalam era digital saat ini, *artificial intelligence* (AI) telah mengubah banyak aspek kehidupan manusia. AI telah meningkatkan efisiensi dan memungkinkan bentuk ekspresi baru yang tidak terpikirkan sebelumnya dalam segala bidang, dari transportasi hingga hiburan. Dalam konteks seni, AI tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu tetapi juga sebagai pembuat karya seni yang bisa berdiri sendiri, menciptakan segala bentuk mulai dari lukisan hingga musik (Everlin, 2022). AI berpotensi besar dalam meningkatkan efisiensi dan kemampuan manusia dalam berbagai sektor, namun etika dan implikasi sosial dari penyalahgunaan teknologi ini memerlukan perhatian serius (Raharjo, 2023). Kemajuan dalam teknologi AI telah membuka peluang besar dalam meningkatkan efisiensi operasional dan kemampuan analitis di berbagai sektor industri, termasuk dalam industri kreatif.

Jurnal Senirupa Warna
Vol. 12 No.2, Juli 2024
DOI : 10.36806/jsrw.v12i2.217

Aplikasi sehari-hari AI juga menunjukkan bagaimana teknologi baru mengangkat kekhawatiran etis (Coeckelbergh, 2020). Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji etika penggunaan AI dalam kampanye calon legislatif Erwin Aksa dari Partai Golkar. Studi kasus yang diambil adalah postingan iklan kampanye dengan penggunaan versi AI dari sosok mantan presiden Indonesia Soeharto dalam kampanye politik. Soeharto adalah tokoh yang kontroversial di Indonesia, dan penggunaan AI untuk memunculkan kembali sosoknya dalam kampanye politik dapat menimbulkan berbagai pertanyaan etis.

Kemampuan AI membawa pertanyaan etis mendalam, meskipun peran AI dalam kreativitas membuka jalan baru untuk mengeksplorasi kemampuan teknologi yang tidak sekedar meniru, tetapi berpotensi meningkatkan kreativitas manusia melalui alat dan teknik baru (Hageback, 2021). Dalam rangka memperluas dan memperkaya domain kreativitas memberikan peluang untuk meningkatkan kualitas dan efektivitas materi kampanye politik. Dengan kemampuan untuk tidak hanya meniru tetapi juga meningkatkan kreativitas manusia melalui alat dan teknik baru, AI berpotensi untuk menghasilkan strategi komunikasi yang lebih menarik dan resonan dengan pemilih. Implementasi AI dalam proses kreatif telah membuat prosesnya menjadi lebih efisien dan lebih cepat (Subadi, 2024). Pertumbuhan penggunaan AI secara eksponensial dalam politik memiliki potensi yang besar untuk mengubah cara kerja dan interaksi sosial. Namun, penggunaan AI dalam konteks politik juga menimbulkan berbagai pertanyaan etis.

Ada tantangan signifikan dalam menyeimbangkan efektivitas dan efisiensi, serta penilaian manusia dan AI (Matthew Gentzkow, 2018). Dengan kemampuan AI yang kian canggih, memungkinkan manipulasi gambar dan video yang sangat realistis, muncul kebutuhan mendesak untuk memahami dan mengevaluasi bagaimana teknologi ini dapat digunakan secara bertanggung jawab. Melihat berbagai potensi dan risiko yang melekat dalam penggunaan AI, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi aspek-aspek etis dan dampak yang lebih luas dalam penerapan teknologi ini.

Pertanyaan kritis yang mendukung ini mencakup: Bagaimana AI dapat digunakan dalam kampanye politik tanpa melanggar etika dan integritas demokratis? Apa saja batasan yang harus ditegakkan untuk mencegah penyalahgunaan teknologi AI? Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan tentang praktik-praktik dalam penggunaan AI dalam politik dan melindungi masyarakat dari potensi bahaya yang mungkin ditimbulkan oleh penerapan AI yang tidak terkontrol.

Metode Penelitian

Langkah pertama dalam penelitian ini adalah menganalisis literatur yang ada tentang etika penggunaan AI. Melalui tinjauan literatur, penulis mengidentifikasi kerangka kerja etis yang relevan dan prinsip-prinsip yang harus dipertimbangkan dalam penggunaan AI dalam konteks politik. Selanjutnya, akan dilakukan studi kasus tentang proses penggunaan AI dalam kampanye politik dengan menggunakan versi AI dari Soeharto. Data yang relevan akan dikumpulkan, seperti kampanye yang dilakukan, respons masyarakat, dan dampak yang dihasilkan. Data ini akan dianalisis secara kualitatif untuk mengidentifikasi masalah etis yang muncul dan implikasinya dalam konteks politik. Metode kualitatif secara etnografi digital merupakan pendekatan etnografis yang adaptif dan responsif terhadap lingkungan digital yang

Vol. 12 No.2, Juli 2024
DOI : 10.36806/jsrw.v12i2.217

berubah cepat. Dalam konteks etnografi digital, interaksi berfokus didalam ruang digital yang mengeksplorasi bagaimana teknologi digital mempengaruhi cara orang hidup dan berinteraksi (Pink et al., 2016). Strategi penelitian ini dapat membantu untuk memahami konteks historis dan fenomena dari audiens yang terjadi di balik penggunaan sosok Soeharto dalam kampanye politik di *platform* media sosial.

Dari hasil analisis proses akan disusun kesimpulan dan rekomendasi mengenai etika penggunaan AI dalam kampanye calon legislative. Melalui kajian konsep dan teori prinsip fenomenologi dari Edmund Husserl dengan studi kasus, fenomena dapat dipahami lebih baik melalui pemahaman terhadap sudut pandang dan konteks historisnya. Husserl menganggap bahwa pengetahuan dunia obyektif itu bersifat tidak pasti, menurutnya, apa yang kita andaikan sebagai dunia obyektif sesungguhnya adalah dunia yang sudah diwarnai oleh *aparatus* sensor yang tidak sempurna dari tubuh manusia dan dari aktivitas-aktivitas rasional maupun abstraksi pikiran. Ketika kita berupaya meraih pengetahuan yang pasti tentang "dunia obyektif", sesungguhnya kita sedang memastikan "dunia persepsi kita-dunia fenomena" (Maulidin, n.d.).

Husserl menawarkan sebuah "ilmu" tentang kesadaran untuk melacak keteraturan sistemik dalam persepsi dan pemahaman melalui kepastian terhadap pengetahuan dunia obyektif yang menjadi niscaya. Melalui fenomenologi, orang harus memiliki keberanian untuk menerima apa yang sebenarnya terlihat dalam fenomena secara tepat, sebagaimana ia menghadirkan dirinya lebih dari pada menafsirkannya, dan kemudian menggambarkannya dengan penuh kejujuran. Menurut hermeneutika Husserl dalam kerangka dasar fenomenologi, proses penafsiran harus kembali pada data, bukan pada pemikiran, yakni pada halnya sendiri yang harus menampakkan dirinya. Interpreter harus melepaskan semua pengandaian dan kepercayaan pribadinya serta dengan simpati melihat obyek yang mengarahkan diri kepadanya. Menurut hermeneutika Husserl, pengetahuan sejati adalah kehadiran (Attamimi, 2012). Dengan menggunakan pendekatan analisa fenomenologi dan historis Husserl, analisis etis penggunaan AI dalam kampanye akan menghasilkan pengamatan objektif tentang bagaimana citra AI ini ditanggapi oleh publik.

Pembahasan

Pada tanggal 7 Januari 2024 politisi dari partai Golkar Erwin Aksa serentak memposting video AI Soeharto presiden kedua Indonesia, di *platform* akun TikTok, Facebook, Twitter dan Instagram dari @erwinaksa.id. Video AI ini menggambarkan Presiden Soeharto menggunakan pakaian batik, berpeci, dan duduk di atas meja. Soeharto menyampaikan dukungan terhadap Partai Golkar dan keberhasilan pemerintahannya selama menjadi presiden. Di sini seakan-akan Soeharto bangkit dari kematiannya karena menyampaikan pernyataan tentang keberhasilan presiden setelahnya seperti Presiden Jokowi dan Susilo Bambang Yudhoyono.

Jurnal Senirupa Warna
Vol. 12 No.2, Juli 2024
DOI : 10.36806/jsrw.v12i2.217

Gambar 1. AI Soeharto
Sumber: Akun Instagram @erwinaksa.id

Penggunaan AI untuk mereproduksi sosok Presiden Soeharto yang telah meninggal, memberikan dukungan kepada sebuah partai politik, mengangkat pertanyaan penting tentang autentisitas dan manipulasi. Di satu sisi, teknologi ini memungkinkan kebangkitan sejarah dan nostalgia yang mungkin memiliki pengaruh positif pada sebagian pemilih. Namun, di sisi lain, hal ini juga bisa dianggap sebagai manipulasi memori kolektif dan sejarah untuk kepentingan politik. Hal ini berpotensi menimbulkan risiko penyesatan publik, dimana video AI dapat mengesankan bahwa dukungan ini otentik, padahal merupakan kreasi digital. Munculnya AI yang bisa mengucapkan dan melakukan hal-hal yang seolah-olah berasal dari tokoh yang telah meninggal menimbulkan dilema etis. Terdapat pertanyaan kritis tentang siapa yang bertanggung jawab atas pesan yang disampaikan oleh AI. Dalam hal ini, penggunaan citra Soeharto untuk menyatakan dukungan politik mungkin melanggar prinsip-prinsip etis mengenai penggunaan gambar individu tanpa persetujuan, lebih-lebih individu tersebut telah meninggal. Berikut Transkrip suara Soeharto dalam versi AI dalam video tersebut:

Bismillahirohmanirohim
Pada 14 februari 2024, kita akan berkumpul untuk menentukan nasib bangsa kita, kita akan memilih wakil rakyat yang memiliki kemampuan untuk mendengar dan mewujudkan aspirasi masyarakat.
Saya presiden Soeharto, Presiden Indonesia yang kedua, mengajak anda untuk memilih Wakil Rakyat dari Golkar, yang bisa melanjutkan mimpi saya, tentang kemajuan Indonesia.
Sejak saya menjabat, impian saya adalah membangun Indonesia maju dan sejahtera, impian itu diwujudkan melalui pembangunan infrasturktur, seperti jalan tol dan bendungan, bersama para insiyur Indonesia yg hebat. Presiden Jokowi dan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono telah melanjutkan pekerjaan penting ini, bukti bahwa mimpi kita tidak pernah padam terus menyala dari generasi ke generasi.
Edukasi sebagai kunci utama pembangunan bangsa telah saya wujuukan melalui ribuan SD Inpres, komitmen ini harus terus berkembang. Saya bermimpi tentang sekolah-sekolah AI dan keamanan siber yang modern. Tempat anak-anak Indonesia dapat belajar menjadi pemimpin didunia teknologi.
Saya bermimpi tidak ada lagi rakyat kelaparan, harga sembako harus stabil dan terjangkau untuk semua. Bulog harus menjadi garda terdepan, dalam memastikan keadilan pangan

Vol. 12 No.2, Juli 2024
DOI : 10.36806/jsrw.v12i2.217

untuk setiap sudut tanah air kita, termasuk melawan mafia, menimbun beras yang merugikan rakyat, impian saya adalah impian anda, dan mimpi saya adalah mimpi rakyat Indonesia. Saya yakin bersama Golkar kita dapat mewudkan mimpi ini.
Pada tanggal 14 Februari mari kita gunakan hak suara kita, untuk memilih Golkar. Mari kita hadapi pemilu ini dengan hati yang lapang, pikiran yang terbuka dan semangat yang menyala. Bersama, untuk Indonesia yang lebih baik.

1. Etika Penggunaan AI

AI mewujudkan sekumpulan kode, teknik, algoritma, dan data yang memungkinkan sistem komputer untuk mengembangkan dan meniru perilaku mirip manusia dan karenanya membuat keputusan yang mirip dengan (atau dalam beberapa kasus, lebih baik daripada) manusia (Stuart J. Russell & Peter Norvig, 2022). Penciptaan karya seni berbasis AI dilekatkan dengan budaya, sejarah, dan kerangka kelembagaan yang secara langsung berinteraksi dengan proses kreatif seniman itu sendiri. Kurangnya kesadaran dan intelektual manusia akan membuat AI tidak mengerti apa yang dilakukannya dan hanya merupakan serangkaian model statistik yang menghitung peluang yang menguntungkan melalui variasi yang sangat besar karena AI tidak dapat menciptakan seni, tetapi dapat menciptakan pola yang kemungkinan besar akan dianggap penonton sebagai seni. Seniman manusia, sebagai penulis, selalu menjadi dalang di balik bekerja, dan komputer adalah alat. Namun, teknologi AI tidak seperti alat tradisional. Keacakannya mengubah cara manusia mengendalikannya. Sebagai pemicu pencetus inspirasi, seniman berkolaborasi dengan agensi AI untuk meningkatkan proses artistik. Selama proses kreatif seni AI, para seniman memilih algoritma AI yang sesuai dengan niat untuk menciptakan karya seni, dan penerimaan penonton adalah langkah penting yang menentukan apakah itu seni (Everlin, 2022).

Harus diakui bahwa perilaku moral manusia akan tetap berada jauh di bawah perilaku mesin (Wallach & Vallor, 2020), kekurangan persepsi moral dan kemampuan intelektual manusia dalam memprogram AI akan menyebabkan AI tidak dapat menyusun karya seni dengan sepenuhnya memperhatikan aspek etik. AI hanya akan menghitung peluang yang menguntungkan untuk membuat pola yang mungkin dianggap sebagai seni oleh penonton, dan tidak memperhatikan aspek etik atau bermakna yang lebih dalam yang ada dalam karya seni.

Pada dasarnya, penggunaan AI dalam video kampanye politik harus dilakukan dengan hati-hati dan dalam batasan etis. Penggunaan AI tanpa perhatian dapat menyebabkan kecemasan, ketidakadilan, dan ketidakpercayaan dalam proses demokrasi. Fungsi integrasi AI ke dalam seni dapat ditinjau dan dipertimbangkan dengan cepat, dalam studi kasus video Soeharto merupakan gambar bergerak (seni video), di sini kita perlu membedakan dengan jelas antara seni lukis dan seni foto. Seni foto saat ini hampir sepenuhnya didigitalkan. Banyak alat telah dikembangkan untuk membantu memanipulasi foto asli sampai-sampai foto tersebut tidak dapat dikenali lagi sehingga susunan foto yang palsu sulit dibedakan dengan foto asli (Hageback & Hedblom, 2022).

2. Analisis Proses AI Seni Visual

AI akan terus menjadi baik dalam tugas-tugas otomatis tetapi tidak kreatif (Chatterjee, 2022). AI mungkin mampu menghasilkan konten yang tampak asli namun sekadar peniruan berdasarkan algoritma. Penggunaan AI dalam video kampanye politik ini bagi beberapa

Jurnal Senirupa Warna
Vol. 12 No.2, Juli 2024
DOI : 10.36806/jsrw.v12i2.217

orang akan membutuhkan kecermatan tinggi. AI yang digunakan untuk menciptakan gambar atau video yang meniru tokoh politik penting dapat memicu kecemasan, ketidakadilan, dan ketidakpercayaan jika tidak digunakan secara etis. Hal ini karena kemampuan AI untuk menghasilkan representasi yang sangat realistis bisa digunakan untuk memanipulasi fakta atau menyebarkan disinformasi.

Hageback & Hedblom (2022) mengungkapkan bahwa cara menganalis proses AI pada karya seni dapat diterapkan dengan tiga proses yaitu *analyze & summarize* (menganalisis dan meringkas), *generate* (menghasilkan) dan *imitate* (meniru).

- *Analyze & summarize:* merupakan proses penganalisaan dan peringkasan konten untuk memahami pesan yang disampaikan dan menilai dampak potensialnya terhadap pemilih. Hal ini termasuk memeriksa penggunaan AI dalam penggambaran tokoh dan situasi politik. Video Soeharto versi AI dari studi kasus ini, seperti menghidupkan kembali tokoh Soeharto yang meninggal pada tanggal 27 Januari 2008. Pernyataan Presiden Soeharto dalam video ini, seolah belum meninggal atau bangkit kembali karena terdapat kalimat pernyataan yang membahas pencapaian-pencapaian dari presiden setelahnya seperti Presiden Jokowi dan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono.

Gambar 2. Perbandingan Soeharto Versi AI dengan Aslinya
Sumber: Akun Instagram @erwinaksa.id & website Merdeka.com

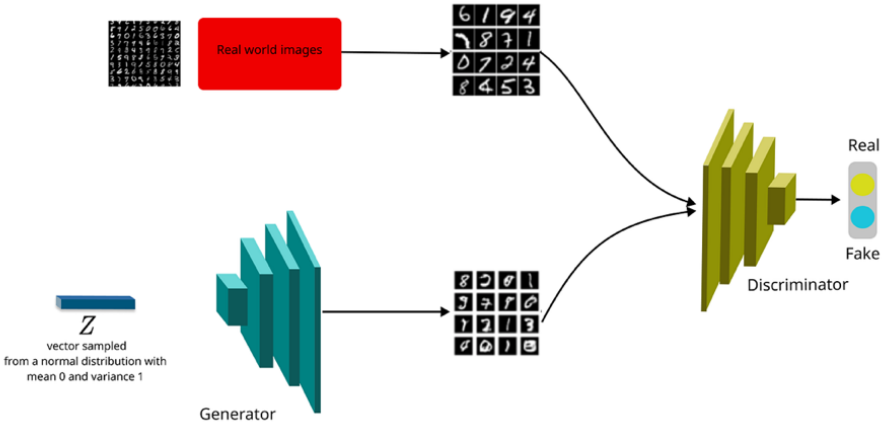
Hasil penggambaran AI dalam video ini masih terdapat kekurangan, misalnya pada detil tatapan mata yang terlalu tajam daripada aslinya dan bentuk muka masih kurang sesuai. Namun gerakan tubuh hasil AI ini pada umumnya baik, meskipun masih terlihat detil yang kaku, seperti pada gerakan tangan, badan, dan kepala. Artikulasi dan intonasi suara khas bahasa Jawa krama dari Soeharto yang berkahiran “en” tetap digunakan sehingga membuat nilai baik dalam peniruannya, serta penyataan historis pencapaiannya autentik nuansa dialek presiden Soeharto.

- *Generate:* Proses ini adalah menilai kapabilitas teknologi AI dalam menghasilkan gambar atau video yang realistis. Proses ini dapat digunakan atau disalahgunakan dalam konteks kampanye. Video ini bisa dibuat dengan beberapa pilihan aplikasi AI salah satunya dengan kategori aplikasi ai video generator seperti di website AI: deepbrain.io, d-id.com, dan lain-lain. Penjelasan sederhana dari proses generate ini adalah memanfaatkan teknologi berdasar *textual user interface* lalu diproses ke *graphical user interface* hingga menjadi *natural user interface*. Proses *textual user interface* adalah proses memasukan kalimat yang akan diucapkan oleh karakter AI yang dibuat kemudian berdasar grafis visual *(graphical user interface)* yang sudah ditentukan akan

Jurnal Senirupa Warna
Vol. 12 No.2, Juli 2024
DOI : 10.36806/jsrw.v12i2.217

disesuaikan dengan natural *user interface* yang berupa serangkaian gerakan bibir, wajah, dan gerakan tubuh lainnya, sehingga menghasilkan gerakan atau animasi *(frame by frame)* yang lebih natural.

- *Imitate:* Proses ini menilai sejauhmana AI dapat meniru gaya, bahasa, dan perilaku tokoh politik, serta implikasi etis dari kemampuan ini, terutama terkait dengan autentisitas dan kejujuran dalam komunikasi politik. Video Soeharto versi AI merupakan teknologi yang paling mengkhawatirkan dan juga suatu terobosan peniruan (*deep fake).*



Gambar 3. Konsep proses peniruan dari AI
Sumber: medium.com/@chingisoinar

Di sini AI digunakan untuk memproyeksikan penampilan manusia pada gambar bergerak yang sebenarnya tidak ada. Dengan cara yang sama seperti meniru bahasa manusia, teknik ini yang menggunakan jenis jaringan saraf, *Generative Adversarial Networks* (GAN), memungkinkan untuk meniru wajah seseorang dengan gerakan wajah yang khas, atau gerakan tubuh.

3. Analisis Fenomenologi

Fenomenologi adalah sebuah pendekatan untuk mendeskripsikan hal-hal sebagaimana kita mengalami atau menghayati, jauh sebelum hal-hal itu kita rumuskan dalam pikiran kita (Hardiman, 2015). Analisis ini merupakan bagian dari esensi pengalaman kognitif untuk memiliki intensionalitas mereka merujuk pada sesuatu; mereka berhubungan dengan satu atau lain cara pada suatu objektivitas. 'Menghubungkan diri ke suatu objektivitas' merupakan bagian dari mereka meskipun objektivitas tersebut tidak ada (Husserl, 1999). Fenomena studi kasus penelitian ini terjadi di media sosial, oleh karena itu, objek analisis media sosial terdiri dari empat platform dari tokoh politik Erwin Aksa yang memposting video Soeharto versi AI ini, yaitu terdiri dari Instagram, TikTok, Facebook dan Twitter (X).

Metode etnografi digital dengan bantuan aplikasi exportcomments.com untuk mengambil dan mengetahui sampel komentar dalam postingan tersebut pada tanggal 12 Januari 2024. Dalam postingan ini terdapat 2.346 komentar dan 19,378 menyukai, komentar dalam Instagram ini jika dicek terlihat akun-akunnya dominan merupakan akun organik. Setelah dilakukan pengambilan 100 komentar menggunakan exportcomments.com dapat ditarik data berdasar komentar yang negatif (komentar yang marah, takut dan tidak setuju), netral dan positif (setuju dan memuji).

Jurnal Senirupa Warna
Vol. 12 No.2, Juli 2024
DOI : 10.36806/jsrw.v12i2.217

Tabel 1. Hasil sentimen postingan akun Instagram @erwinaksa.id

Perbandingan Sentimen			
Social Media	**Netral**	**Positif**	**Negatif**
Instagram	37 komentar	21 komentar	42 komentar
Facebook	56 komentar	17 komentar	27 komentar
Twitter	34 komentar	1 komentar	65 komentar
TikTok	4 komentar	1 komentar	0 koemntar
Total	131 komentar	40 komentar	134 komentar

Hasil analisis bentuk komentar dari postingan ini terdiri atas komentar netral sebanyak 131 komentar yang sebenarnya berisi pesan tentang dukungan terhadap salah satu calon presiden, seperti contoh komentar berikut:

1. Pak Harto TRIMAKASIH... PASTI MENANTUMU PAK PRABOWO AKAN MENERUSKAN CITA CITA MU
2. Fix selamat datang Orba
3. Gaskeun

Komentar positif sangat minim daripada reaksi lainnya. Sebanyak empat puluh komentar didominasi oleh komentar mendoakan Soeharto dan penjelasan pencapaian-pencapaiannya. Di bawah ini adalah contoh komentar positif.

1. Kangen pak harto al Fatihah untuk beliau
2. Pak Harto TRIMAKASIH... PASTI MENANTUMU PAK PRABOWO AKAN MENERUSKAN CITA CITA MU
3. Jaman indo bisa export beras 😢 era soeharto 👏 👏

Komentar negatif sangat mendominasi, dengan sejumlah 134 komentar, khususnya di media sosial Twitter (X). Komentar itu pada umumnya lebih pada kekecewaan terhadap etika penggunaan tokoh yang sudah meninggal, tetapi dihidupkan kembali, contoh komentar negatif sebagai berikut.

1. Malah mesakne karo almarhum, kebablasen ini Pak.
2. Kok @erwinaksa_id jadi kelewatan gini sih.....orang udah meninggal di jadikan parodi berbasis AI begini
3. Orang yg sudah wafat baiknya jgn digali lagi dari kuburan.

Dari analisis fenomena yang terjadi di media sosial tempat video tersebut diposting, dapat disimpulkan bahwa masyarakat pengguna media sosial tidak setuju dengan penggunaan ide orang sudah meninggal dihasilkan AI untuk menyampaikan pesan kampanye masa sekarang. Banyak alasan dari masyarakat, seperti masalah etika penggunaan ketokohan orang yang sudah meninggal untuk berkampanye mendukung salah satu partai dan presiden. Namun, banyak juga di dalam komentar yang ditampilkan dibuat hanya untuk mendukung salah satu capres pemilu 2024.

4. Analisis Historis

Edmund Husserl sebagai bapak fenomenologi, menawarkan landasan filosofis yang mendalam untuk memahami pengalaman manusia yang murni, sebuah pendekatan yang dapat diterapkan untuk menganalisis berbagai fenomena, termasuk etika penggunaan AI dalam

Vol. 12 No.2, Juli 2024
DOI : 10.36806/jsrw.v12i2.217

konteks yang khusus seperti kampanye menggunakan versi AI dari tokoh politik seperti Soeharto.

Untuk menerapkan teori Husserl pada studi kasus ini, penulis akan mengadopsi beberapa prinsip fenomenologisnya dan menginterpretasikan penerapan prinsip-prinsip tersebut pada penggunaan AI dalam kampanye politik.

a. *Epoché*:

Husserl mengajukan konsep "epoché", yaitu penangguhan penilaian terhadap dunia luar untuk memahami esensi dari pengalaman subjektif. Dalam konteks pembuatan video AI Soeharto, Epoché mengharuskan kita untuk menangguhkan semua asumsi tentang Soeharto sebagai tokoh historis serta asumsi tentang teknologi AI itu sendiri. Hal ini berarti kita harus menghindari penilaian sebelumnya tentang Presiden Soeharto, baik itu positif maupun negatif, dan juga mengabaikan pandangan kita tentang AI, baik sebagai teknologi yang mengagumkan maupun yang mengkhawatirkan. Menurut Husserl (1999) "*... kita perlu meyakinkan diri kita sendiri dengan cara yang sudah dikenal apakah hal yang dialami dalam pengalaman memperkuat dirinya sendiri sebagai aktualitas dan apakah itu dikonfirmasi oleh orang lain atau tidak*." Dengan melakukan ini, kita dapat memfokuskan analisis pada video AI itu sendiri, bukan pada beban historis atau spekulasi teknologi.

Selanjutnya, reduksi fenomenologis memungkinkan pemilahan pengalaman langsung dari pembuatan dan penayangan video AI Soeharto dari semua interpretasi eksternal. Ini melibatkan pemisahan dari konteks politik, emosi, dan reaksi sosial yang biasanya terkait dengan sosok Soeharto. Kita mengeksplorasi bagaimana AI menghidupkan kembali Soeharto dalam video dari ekspresi wajahnya, gerak tubuh, hingga nada suaranya dan bagaimana ini diterima oleh penonton tanpa prasangka tentang legitimasi atau implikasi politiknya.

Dengan menggunakan *Epoché* dan Reduksi Fenomenologis, dapat diidentifikasi beberapa aspek penting:

1) Pengalaman Langsung Penonton: Bagaimana penonton merasakan dan menginterpretasikan video AI Soeharto? Apakah mereka mengalami sensasi 'kehadiran' Soeharto atau mereka tetap sadar bahwa ini adalah produk AI?
2) Kesetiaan terhadap Realitas: Apakah video AI tersebut mencerminkan realitas historis Soeharto? Apakah video tersebut menangkap ciri khas yang memadai dari sosoknya atau menciptakan versi yang idealisasi atau distorsi?
3) Reaksi Emosional: Apa reaksi emosional yang ditimbulkan oleh video tersebut? Apakah video tersebut membangkitkan nostalgia, kekaguman, kritik, atau bahkan kebingungan?
4) Implikasi Etis: Apa implikasi etis dari menghidupkan kembali sosok historis menggunakan teknologi AI? Bagaimana kita harus memahami tanggung jawab pembuat konten dalam konteks ini?

Analisis fenomenologis ini tidak hanya mengungkap bagaimana video AI Soeharto dipersepsikan, tetapi juga bagaimana pembuatan dan penayangan video tersebut berinteraksi dengan memori kolektif, identitas nasional, dan politik masa kini. Dengan demikian, kita mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang makna dan dampak penggunaan AI dalam konteks historis dan sosial yang kompleks.

Jurnal Senirupa Warna
Vol. 12 No.2, Juli 2024
DOI : 10.36806/jsrw.v12i2.217

b. Intensionalitas

Intentionalitas yaitu bagaimana kesadaran kita selalu 'diarahkan' ke objek, yaitu kesesuaian antara ekspektasi dan kenyataan yang dialami (Husserl, 1999). Dalam analisis pembuatan video AI yang memanfaatkan citra Presiden Soeharto kita berusaha memahami bagaimana kesadaran ditujukan pada objek (dalam hal ini, video AI Soeharto) dan bagaimana pengalaman tersebut memenuhi atau tidak memenuhi ekspektasi awal.

Intensionalitas mengacu pada sifat dasar kesadaran yang selalu diarahkan pada sesuatu dalam kasus ini, yakni pembuatan video AI Soeharto. Pembuat konten dengan intensio mereka mungkin memiliki tujuan untuk menghidupkan kembali sosok historis untuk tujuan pendidikan, hiburan atau politik. Mereka secara sadar memilih Soeharto sebagai objek representasi AI dengan ekspektasi bahwa teknologi ini akan dapat menangkap dan menyampaikan karakter dan pesona Soeharto dengan cara tertentu yang relevan dengan tujuan mereka. Analisis ini dapat mempertimbangkan aspek-aspek berikut:

1) Ekspektasi Penonton: Berdasar dari komentar penonton di media sosial, penonton dominan resisten terhadap wujud dan isi pesan yang disampaikan oleh penonton.
2) Realitas Teknologi AI: Sejauh ini realitas dibuat sudah cukup sesuai dengan realitas dari wujud asli dari Soeharto baik dari wujud wajah dan penampilan serta intonasi dan logat suara.
3) Implikasi Sosial dan Historis: Penggunaan citra Soeharto dalam video AI menimbulkan dominan pertanyaan tentang etika pembuat yang menimbulkan pertanyaan yang cenderung negatif sehingga menimbulkan kontradiksi dengan kebutuhan promosi yang tujuannya hanya viralitas saja.

Melalui analisis intentionalitas, dapat digali lebih dalam bagaimana penggunaan AI dalam pembuatan video mempengaruhi persepsi dan pengalaman terhadap sosok historis dan kejadian masa lalu. Ini membuka wawasan tentang bagaimana teknologi AI berinteraksi dengan memori kolektif dan apa implikasi etis dari interaksi tersebut.

c. *Horizon of Experience*

Konsep ini menurut Husserl (1999), adalah setiap individu memiliki satu dunia sekeliling dengan horison terbuka yang mencakup objektivitas yang mungkin muncul selanjutnya, atau yang akan muncul dalam kaitannya dengan jalannya konstitusi aktif dari objek sekeliling (benda-benda, objek nilai, dll.). Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap pengalaman hadir dalam konteks yang lebih luas yang mempengaruhi maknanya. Dalam analisis historis, horizon ini mencakup konteks historis Soeharto sebagai mantan presiden Indonesia dan penggunaan citranya dalam AI mempengaruhi interpretasi publik tentang masa lalu dan masa kini politik Indonesia. Analisis *horizon of experience* dalam fenomenologi Husserl memberikan kerangka kerja untuk memahami pengalaman masa lalu, ekspektasi masa depan, dan konteks saat ini berinteraksi untuk membentuk makna dari sebuah fenomena. Kasus pembuatan video AI yang memanfaatkan citra Presiden Soeharto ini melibatkan pengakuan bahwa setiap penonton membawa 'horizon' pengalaman individu yang unik saat mereka berinteraksi dengan video tersebut.

Vol. 12 No.2, Juli 2024
DOI : 10.36806/jsrw.v12i2.217

Ketika penonton menghadapi video AI Soeharto, mereka tidak melakukannya dalam kekosongan. Mereka membawa kesadaran akan konteks historis Soeharto sebagai mantan Presiden Indonesia dengan semua kompleksitas politik dan sosial yang terkait dengan masa jabatannya. Horizon ini mencakup pengetahuan, memori, dan tafsiran sejarah yang mengelilingi sosok Soeharto serta pemahaman tentang teknologi AI dan bagaimana sebelumnya telah digunakan dalam konteks lain.

Konteks saat ini terkait iklim politik, sosial, dan teknologi mempengaruhi video tersebut diterima. Misalnya, dalam iklim di mana *deepfakes* dan berita palsu menjadi perhatian, penonton mungkin lebih skeptis atau kritis terhadap keaslian dan tujuan video tersebut. Sebaliknya, dalam konteks di mana nostalgia politik berkembang, video tersebut mungkin diterima dengan cara yang lebih positif. Penonton dapat melihat hal ini sebagai langkah menuju pembelajaran sejarah yang lebih interaktif dan imersif, namun disisi lain juga khawatir tentang potensi penyalahgunaan teknologi dalam merevisi sejarah.

Melalui pandangan *Horizon of Experience*, kita dapat melihat bahwa pembuatan dan resepsi video AI Soeharto bukan sekadar tentang teknologi atau politik, tetapi tentang interaksi yang kompleks antara teknologi, sejarah, memori, dan ekspektasi yang membentuk pengalaman kolektif dan individu. Hal ini menuntut pertimbangan yang cermat tentang bagaimana teknologi AI digunakan dalam representasi sosok historis dan pengaruhnya terhadap pemahaman kita tentang masa lalu dan masa kini.

d. Inter-subjektivitas

Menurut Husserl (Zahavi, 2003) inter-subjektivitas sebagai inti dari konstitusi realitas objektif, dan bagaimana hal ini relevan dengan pengalaman bersama, atau bagaimana pengalaman bersama membentuk pemahaman kita. Dalam kasus AI Soeharto, bagaimana kampanye ini mempengaruhi dialog publik dan pemahaman bersama tentang figur politik dan proses pemilihan umum. Dalam konteks pembuatan video AI yang menggunakan citra Presiden Soeharto, inter-subjektivitas dapat diartikan sebagai cara berbagi dan saling mempengaruhi pengalaman antara subjek-subjek yang berinteraksi dengan video tersebut, termasuk pembuat video, penonton, dan masyarakat luas.

Pembuat video AI Soeharto dan penontonnya berbagi latar belakang pengalaman bersama tentang sosok Soeharto. Pembuat video mungkin mengandalkan memori kolektif ini untuk menghidupkan kembali sosok yang kharismatik dan kontroversial ini dengan cara yang resonan dengan penonton. Inter-subjektivitas di sini melibatkan dialog antara ekspektasi pembuat dan bagaimana penonton menginterpretasi hasil akhir berdasarkan pengalaman bersama mereka tentang Soeharto.

Video AI Soeharto tidak hanya menciptakan representasi digital dari sosok historis tetapi juga berpotensi mengonstruksi realitas sosial baru. Melalui interaksi dengan video, penonton dapat membentuk pemahaman baru tentang masa lalu, yang mungkin berbeda dari narasi sejarah yang telah mapan. Hal ini merupakan proses inter-subjektif karena setiap penonton membawa interpretasi individu mereka ke dalam pengalaman kolektif.

Dalam inter-subjektivitas, komunikasi antarindividu berperan penting dalam membentuk pengalaman bersama. Diskusi komunitas *online* dan *offline* tentang video AI Soeharto dapat menciptakan, memperkuat, atau menantang pengalaman bersama, tergantung

Vol. 12 No.2, Juli 2024
DOI : 10.36806/jsrw.v12i2.217

pada bagaimana informasi dan interpretasi dibagi dan diterima di antara individu-individu dalam suatu komunitas.

Inter-subjektivitas juga melibatkan pemahaman dan empati antar subjek. Penonton mungkin mencoba menyelami motivasi pembuat video dalam menghidupkan kembali sosok Soeharto, sementara pembuat video harus mempertimbangkan penonton dengan latar belakang dan pandangan yang beragam akan merespons karya mereka.

Penggunaan AI untuk menghidupkan kembali sosok kontroversial seperti Soeharto menimbulkan pertanyaan etis yang kompleks. Inter-subjektivitas membutuhkan dialog antara semua pihak yang terlibat dalam pembuatan dan konsumsi video untuk menavigasi pertanyaan-pertanyaan ini dan mencapai kesepakatan tentang praktik yang etis.

Melalui analisis inter-subjektivitas, kita dapat memahami bahwa video AI Soeharto bukan hanya produk teknologi tetapi juga medium yang mempertemukan dan menjalin interaksi antara pengalaman individu dan kolektif. Hal ini menuntun kita untuk mempertimbangkan bahwa teknologi AI dapat mempengaruhi dan diwarnai oleh memori kolektif, dan pengalaman bersama ini membentuk pemahaman tentang sejarah, identitas, dan etika.

Simpulan

Melalui serangkaian analisis yang berlandaskan pada konsep-konsep fenomenologi Edmund Husserl, penelitian ini telah mengeksplorasi berbagai dimensi etis dan perseptual yang terkait dengan penggunaan video AI yang menghidupkan kembali sosok Presiden Soeharto. Analisis menunjukkan bahwa pengalaman subjektif, konteks historis dan sosial, serta interaksi dan komunikasi inter-subjektif berperan penting dalam membentuk makna dan penerimaan video tersebut.

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa penggunaan AI untuk menghidupkan kembali tokoh-tokoh historis adalah praktik yang kompleks, penuh dengan nuansa etis dan filosofis. Pembuat konten harus mempertimbangkan dengan cermat bagaimana teknologi ini digunakan, dengan memahami bahwa video yang mereka ciptakan tidak hanya menyentuh aspek teknis atau estetis, tetapi juga mempengaruhi persepsi sejarah, memori kolektif, dan identitas nasional. Di sisi lain, penonton dan masyarakat harus menyadari bahwa interaksi mereka dengan video tersebut tidak hanya pasif tetapi juga aktif membentuk makna dan realitas sosial.

Penggunaan AI dalam video kampanye politik dapat berdampak signifikan pada keadilan dan ketepatan proses demokrasi. Sebagai konsekuensinya, ada beberapa isu etis yang perlu dipertimbangkan:

1. Kejujuran: Pengiriman video kampanye politik yang dibuat secara terpola oleh AI dapat mengubah informasi dan menyebabkan kesesatan masyarakat tentang kebijakan atau agenda politik.
2. Etik komunikasi: Penggunaan AI untuk menciptakan video kampanye politik dapat membuat komunikasi politik terlalu fleksibel dan tidak sesuai dengan batas-batas komunikasi yang ditetapkan.

3. Etik pengaruh: Video kampanye politik yang dibuat secara terpola oleh AI dapat memiliki pengaruh terhadap pemilih yang tidak berimbang. Ini bisa berdampak pada demokrasi dan membuat pemilih tidak dapat memilih dengan mempertimbangkan keputusan mereka.
4. Etik transparansi: Pembuat video kampanye politik harus menyediakan informasi tentang penggunaan AI secara terbuka dan jelas agar pemilih dapat mengerti sumber informasi dan dapat menganalisis informasi yang diberikan secara objektif.
5. Etik hak cipta: Penggunaan AI untuk membuat video kampanye politik dapat menimbulkan isu hak cipta, karena AI bisa memanfaatkan karya orang lain tanpa persetujuan atau atribusi yang harusnya diberikan.

Di tengah kemajuan teknologi yang semakin canggih, tanggung jawab kolektif kita adalah untuk menavigasi antara kemungkinan teknologi dan kebutuhan akan etika yang bertanggung jawab, memastikan bahwa penggunaan AI dalam media terus menghormati nilai-nilai kebenaran, otonomi, dan integritas sejarah.

Sumber Referensi

Attamimi, F. (2012). Hermeneutika Gadamer Dalam Studi Teologi Politik. *Hunafa: Jurnal Studia Islamika*, *9*(2), 320.

Chatterjee, A. (2022). Art in an age of artificial intelligence. *Frontiers in Psychology*, *13*. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1024449

Coeckelbergh, M. (2020). *AI Ethic*. MIT Press.

Everlin, S. (2022). Redefinisi Karya Seni AI: Analisis Visual Etika, Metafora, dan Eksplorasi Desain berbasis Kecerdasan Buatan. *Konferensi Mahasiswa Desain Komunikasi Visual*. https://ojs.uph.edu/index.php/KOMA-DKV/article/view/6844

Hageback, N. (2021). AI for Creativity. In *AI for Creativity* (1st ed.). CRC Press. https://doi.org/10.1201/9781003194941

Hageback, N., & Hedblom, D. (2022). *AI For Arts* (First). CRC Press.

Hardiman, F. B. (2015). *Seni Memahami: Hermeneutik Dari Schleiermacher sampai Darida*. PT Kanisius.

Husserl, E. (1999). *The Idea of Phenomenology*. Kluwer Academic Publishers.

Matthew Gentzkow. (2018). Media and Artificial Intelligence. *Toulouse Network for Information Technology Whitepaper*.

Maulidin. (n.d.). Sketsa Hermeneutika. *Gerbang*, *V*(6), 14.

Pink, S., Horst, H., Postill, J., Hjorth, L., Lewis, T., & Tacchi, J. (2016). *Digital Ethnography*. SAGE Publications Ltd.

Raharjo, B. (2023). *TEORI ETIKA DALAM KECERDASAN BUATAN (AI)*. Yayasan Prima Agus Teknik.

Stuart J. Russell, & Peter Norvig. (2022). *Artificial Intelligence: A Modern Approach* (Fourth). Pearson Education Limited.

Subadi. (2024). PENGAPLIKASIAN AI VIDEO EDITING AUTOPOD TERHADAP EFEKTIVITAS PRODUKSI & ESTETIKA VISUAL. *Citra Dirga*, *6*.

Wallach, W., & Vallor, S. (2020). Moral Machines: From Value Alignment to Embodied Virtue. In S. M. T. LIAO (Ed.), *Ethics of Artificial Intelligence* (p. 383). Oxford University Press.

Zahavi, D. (2003). *Husserl's Phenomenology*. Stanford University Press.