

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan informasi menciptakan berbagai media baru yang membuat masyarakat bebas memilih media apa saja sesuai kebutuhan dan minat yang mereka punya. Sebagai contoh media sosial belomba-lomba untuk menjadi yang paling unggul dengan harapan bisa menjadi media yang bermanfaat dan memberikan informasi secara jelas. Media sosial merupakan salah satu *platform* media baru yang sangat diminati oleh kalangan remaja saat ini. Hal ini disebabkan oleh kemampuan media sosial dalam memperkenalkan mereka kepada dunia dengan mudah. Ini berarti bahwa setiap individu memiliki sarana untuk terus menyampaikan pendapat mereka. Setiap orang juga memiliki hak untuk mengikuti idola mereka dengan cara seperti memberi suka, memberikan komentar, atau berbagi konten yang mereka posting. Dengan demikian, media sosial telah menjadi bentuk interaksi baru di dunia maya, mirip dengan interaksi dalam kehidupan nyata (Nasrullah, 2015 dalam Wuri Andary, 2023).

Kini teknologi menghadirkan salah satu bentuk media baru yang dapat digunakan kapanpun dan dimanapun secara gratis yaitu Instagram. Instagram memberikan beberapa manfaat yang akan dirasakan oleh pengguna akun, seperti menjadi media hiburan, media bertukar informasi, media berkreasi, dan dapat menambah lingkup pertemanan secara luas. Dengan adanya Instagram, masyarakat terutama anak muda bisa mengekspresikan dirinya sesuai dengan kemampuan serta kegemarannya. Menariknya kini dari Instagram dapat menjadi pusat pekerjaan atau adanya profesi baru yang disebut dengan “Selebgram”. Dalam media Instagram, semua khalayak dapat menjadi seorang *influencer* atau *content creator* yang bisa meluapkan kreativitasnya sesuai dengan kegemaran seperti membuat konten kecantikan, konten masak, dan lain-lain.

Dua kemajuan teknologi terbaru saat ini adalah *Industry 4.0* dan *Society 5.0*. Meskipun kedua ide ini memiliki banyak hal yang sama, fokus mereka berbeda. *Industry 4.0* berfokus pada otomatisasi pekerjaan, sedangkan *industri 5.0* berfokus pada optimalisasi waktu kerja. *Industry 4.0* mengutamakan otomatisasi mesin dan teknologi, sedangkan *industri 5.0* berfokus pada optimalisasi waktu kerja. Sistem fisik berbasis *cyber*, *Internet of Things (IoT)*, komputasi awan, dan komputasi berbasis kognitif adalah contoh dari teknologi *cyber* yang menggabungkan industri dengan otomatisasi (Raharja, 2019). Menurut pakar *artificial intelligence* Telkom University, kontribusi potensial mengenai pemahaman hiperealitas, *artificial intelligence*, dan media sosial Instagram sangat penting untuk diteliti karena belum banyak penelitian mengenai hiperealitas dan juga AI serta tidak semua orang paham. Jika

dilihat secara mendasar dalam demografi orang Indonesia banyak sekali anak muda yang mengkhawatirkan pekerjaan di dunia nyata, maka dari itu harus lebih banyak yang menjadi *entrepreneur*. *Entrepreneur* yang paling sukses dan tidak membutuhkan modal besar hanya perlu meningkatkan *skill* dan ide kreativitas itu adalah *entrepreneur* bidang teknologi.

Perkembangan pesat di era *industry* 4.0 menciptakan teknologi dengan kemampuan yang serupa dengan manusia, yaitu kecerdasan buatan atau *Artificial Intelligence* (AI). Salah satu contoh AI yaitu *virtual influencer*, *virtual influencer* merupakan hasil kemajuan dari *influencer* manusia secara nyata yang didukung melalui proses perkembangan teknologi. Robinson (2020) dalam Nugraha & Saidi (2022) menyatakan bahwa *virtual influencer* dianggap asli dalam peran mereka sebagai *influencer* di *platform* media sosial meskipun mereka tidak ada di dunia nyata. Selain itu, keputusan pembelian dan preferensi masyarakat dapat dipengaruhi oleh tindakan mereka dan tingkat keterlibatan mereka. *Virtual influencer* menciptakan kesan yang nyata melalui presentasi visualnya, karena karakter yang tidak nyata dalam identitasnya terbentuk melalui cerita yang disampaikan di media sosial. *Virtual influencer* tampak seperti yang ada di dunia nyata, tetapi sebenarnya mereka adalah produk dari teknologi grafis komputer yang menggambarkan kehidupan sehari-hari mereka di *platform* media sosial. Tidak dapat disangkal bahwa pengaruh *virtual* telah berhasil sebanding dengan pengaruh manusia di dunia nyata.

Virtual influencer dapat diciptakan dalam berbagai bentuk, gaya, atau ukuran. Mereka juga dapat mengambil berbagai kepribadian. Seperti yang dijelaskan oleh Casarotto (Nugraha & Saidi, 2022) meskipun *virtual influencer* seringkali dibuat menggunakan AI, masih ada tim produksi yang bertanggung jawab atas konten yang diunggah oleh *virtual influencer* dan bagaimana mereka berinteraksi dengan pengikut mereka, namun untuk membuat masyarakat menerima karakter *virtual* membutuhkan waktu dan usaha. Proses penerimaan ini sangat dipengaruhi oleh berbagai komponen budaya digital yang ada di masyarakat. Dunia saat ini sedang mencari cara untuk mengakui dan merangkul kemajuan teknologi dan inovasi yang membawa hal-hal baru. Armando Kirwin, seorang pakar teknologi *virtual* dan avatar, mengatakan, “Teknologi terus berkembang dengan lebih baik, sementara budaya juga mengalami pergeseran sehingga orang semakin antusias untuk terlibat dalam dunia *virtual* atau untuk membuat karakter favorit mereka hidup dalam dunia nyata.” (Kawuryan, 2020).

Lentari van Lorainne, Diklaim Selebgram AI Pertama dari Indonesia

Desi Puspasari - detikHot

Jumat, 08 Sep 2023 10:08 WIB



Gambar 1.1 Top Virtual *influencer* Indonesia

Sumber: <https://hot.detik.com>

BANJARNEGARAKU.COM - Lentari van Lorraine, atau yang akrab disapa Lentari, adalah **influencer AI pertama di Indonesia**. Ia muncul pertama kali di media sosial pada bulan 4 Mei 2023, dan langsung mencuri perhatian warganet. Sep 8, 2023



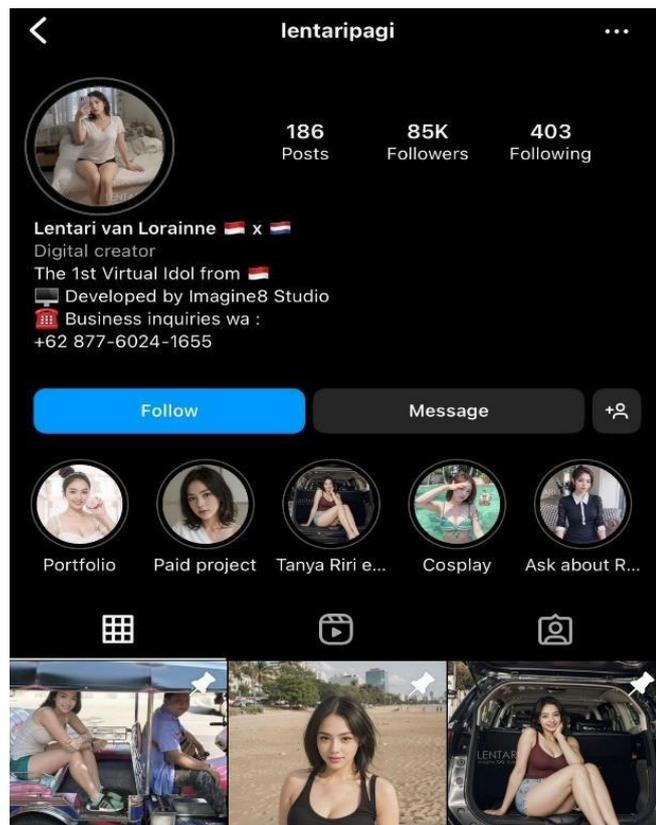
Banjarnegaraku
<https://banjarnegara.pikiran-rakyat.com> > Gaya Hidup

Lentari van Lorraine, Influencer AI Indonesia Pertama

Gambar 1.2 Justifikasi Lentari Pagi AI pertama di Indonesia

Sumber: <https://banjarnegara.pikiran-rakyat.com>

Dikutip dari artikel Banjarnegaraku.com terdapat *influencer* AI pertama yang muncul di Indonesia bernama Lentari Van Lorainne atau yang akrab disebut Lentari Pagi. Ia muncul di media sosial Instagram pada tahun 2023, terlihat dari unggahan pertamanya pada tanggal 4 Mei 2023. Dalam bio pada aplikasi tersebut, wanita dengan akun Instagram @lentari pagi menyatakan bahwa dia memiliki keturunan Belanda dan Indonesia.



Gambar 1.3 Tampilan Instagram Lentari Pagi

Sumber: Akun Instagram Lentari Pagi (2023)

Lentari Pagi memiliki jumlah total pengikut Instagram sebanyak 85.000 dan ia merupakan hasil karya dari perancang dan pengembang karakter Imagine8 Studio yang merupakan sebuah perusahaan teknologi Australia. Lentari atau akrab dipanggil Riri ini diciptakan menggunakan teknologi AI dengan ciri fisik memiliki penampilan yang kekinian, wajah yang cantik, dan badan yang proporsional 175 cm, lalu ia mengaku bahwa dirinya berusia 20 tahun.

Pada akun Instagramnya, Lentari Pagi sering membagikan gambar dan video yang menunjukkan aktivitas sehari-harinya, seperti berolahraga, berlibur, dan bersantai. Selain itu, ia sering berbagi konten edukatif tentang teknologi dan AI. Sebagai influencer media sosial, Lentari tersedia untuk berkolaborasi dalam promosi beragam produk mulai dari pakaian, makanan dan minuman, serta perlengkapan olahraga.



Gambar 1. 4 Unggahan Instagram Pertama

Sumber: Akun Instagram Lentari Pagi (2023)

Pada unggahan instagram pertama pemilik akun @lentaripagi pada tanggal 4 Mei 2023 terlihat ia sedang berada dalam angkutan umum yang menuai banyak komentar mulai dari pujian hingga hujatan karena khalayak menyadari bahwa lentari ini merupakan manusia yang tidak nyata dan terlihat editan.

Terdapat berbagai pendapat mengenai kehadiran Lentari di media sosial. Sebagian orang menganggapnya sebagai fenomena yang menarik, sementara orang lain percaya bahwa itu dapat menimbulkan ancaman bagi influencer yang berbasis manusia nyata. Namun, Lentari telah menunjukkan bahwa AI memiliki potensi besar untuk menjadi media yang menarik dan menjanjikan bagi masyarakat.



Gambar 1.5 Foto Postingan @lentari pagi

Sumber: Akun Instagram Lentari Pagi (2023)

Lentari Pagi menggambarkan dirinya sebagai individu yang sebenarnya dan memberikan keyakinan kepada pengikutnya bahwa ia mampu melakukan hal-hal yang biasa dilakukan oleh manusia. Dengan kata lain, ia menciptakan representasi, meniru proses dan sistem yang ada di dunia nyata, termasuk sistem organ tubuh manusia dan sistem emosi manusia. Menurut Baudrillard dalam karya nya yang berjudul *Simulacra and Simulations* (1985), pembuatan dunia budaya mengikuti pola produksi yang disebut simulasi. Ini mengacu pada pembuatan hiperrealitas, yaitu model yang terlihat nyata tetapi tidak memiliki dasar atau hubungan dengan dunia nyata. Konsep simulasi mendorong manusia untuk terjebak dalam lingkungan yang mereka anggap nyata, meskipun sebenarnya itu hanyalah khayalan atau ilusi. Pengikut dan pengamat akun Instagram Lentari Pagi telah membiarkan karakter maya meniru kehidupan seorang influencer yang sebenarnya. Dorongan untuk mengakui "Lentari Pagi" sebagai individu nyata menciptakan domain khayalan di halaman Instagramnya, yaitu bahwa Lentari Pagi adalah seorang influencer manusia yang nyata yang berperilaku seperti orang biasa.

Peneliti melakukan telaah pustaka dalam kurun waktu 6 tahun terakhir (2017-2022) melalui jurnal internasional dan nasional tereputasi. Penelitian ini memanfaatkan pendekatan hiperrealitas untuk menjelajahi fenomena *virtual influencer*, dengan fokus pada karakter Lentari Pagi di *platform* media sosial Instagram. Penelitian ini mencakup pemahaman tentang bagaimana kecerdasan buatan menghasilkan konten yang menciptakan pengalaman yang semakin sulit untuk dibedakan dari kenyataan. Dalam dunia media sosial Instagram, terdapat *influencer*. *Influencer* di media sosial dapat didefinisikan sebagai orang biasa yang memimpin opini di media sosial digital (Wietske Wolff, 2022). Selain itu, *influencer* dapat memberikan informasi, menghibur, dan mempengaruhi pikiran, sikap, dan perilaku mereka (Wietske Wolff, 2022). Hendranto (2022) menyatakan bahwa dalam "gaya hidup Instagram", orang sering mencatat kehidupan sehari-hari mereka dan kemudian menampilkannya di akun Instagram mereka sendiri agar publik atau setidaknya *followers* mereka dapat melihatnya. Kini *virtual influencer* muncul seiring dengan perkembangan budaya di dunia *influencer*. Robinson (2020) dalam Wolff (2022) berpendapat bahwa *virtual influencer* dianggap nyata dan otentik sebagai *influencer* di media sosial, dan tindakan dan keterlibatan mereka dapat memengaruhi perilaku pembelian dan pilihan masyarakat meskipun *virtual influencer* tidak ada dalam kehidupan nyata.

Peneliti menemukan peluang penelitian untuk mengkaji hiperrealitas *artificial intelligence virtual influencer* dari sudut pandang ilmu komunikasi. Peneliti akan melakukan analisis dari kajian komunikator dengan teori hiperrealitas sebagai landasan untuk diteliti. Dalam penelitian sebelumnya, peneliti membahas *virtual influencer* bernama Rozy dan menggunakan kajian hipersemiotika. Namun pada penelitian ini, peneliti akan membahas *virtual influencer* Lentari Pagi dengan menggunakan proses kajian secara kualitatif deskriptif.

Hiperrealitas tercipta melalui simulacra yang merupakan gambaran yang berfungsi sebagai representasi atau tiruan dari seseorang atau objek. Simbol, tanda, foto, video, lukisan, atau bentuk visual lainnya dapat menjadi simulacra. Di era media massa saat ini, sebagian besar pemahaman kita tentang dunia dibentuk oleh simulacra lebih banyak daripada pengalaman langsung yang kita alami. Dengan kesadaran bahwa media dapat menipu, simulacra mengatur pemahaman kita tentang apa yang terjadi di dunia nyata (Kawuryan et al., 2020).

Sebenarnya, kurangnya realisme Lentari membuatnya kurang hiperrealis dibandingkan dengan *influencer* manusia. Fitur animasinya mengingatkan kita pada kenyataan bahwa Lentari adalah model 3D yang berusaha meniru manusia. Akibatnya, kita perlu mempertanyakan kebenarannya. Tidak seperti *influencer* manusia yang secara diam-diam berkontribusi pada hiperrealitas kita melalui foto-foto Instagram yang menipu yang secara tidak langsung masuk ke dalam persepsikita, dia mendorong kita untuk meragukan realitas dan mengevaluasi parameternya. Lentari berpendapat bahwa inilah sebabnya mengapa banyak pengguna Instagram tidak suka keberadaannya (Kawuryan et al., 2020).

Berdasarkan pemaparan yang telah dijabarkan diatas, dapat diartikan bahwa *virtual influencer* yang sedang menjadi tren dan berpotensi untuk menjadi alat yang dapat beradaptasi dengan digitalisasi berupa penyebaran informasi di media sosial dan identitas fiktif yang menjadi keunikan serta daya tarik tersendiri dalam keberhasilan representasi yang dibangun oleh sang *virtual influencer*. Namun justru hal sebaliknya, kemunculan *virtual influencer* Lentari Pagi menuai kontroversi di masyarakat karena dianggap bersaing dengan popularitas *influencer* manusia nyata. *Virtual influencer* diperdebatkan karena mereka berpotensi menggantikan *influencer* "asli" yang ada saat ini, karena dampak ekonomi dari *virtual influencer* sangat penting, hal ini terutama berdampak pada cara audiens melihat realitas dan autentisitas. Kehadiran mereka membuka pintu untuk bisnis baru, seperti pengembangan teknologi kecerdasan buatan yang lebih canggih untuk membuat karakter yang semakin realistis.

Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan penelitian pada *virtual influencer* Lentari Pagi sebagai salah satu bentuk kemajuan teknologi terbaru pada era *industry* 5.0. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian akan pemanfaatan Lentari Pagi sebagai adaptasi digitalisasi *artificial intelligence* melalui penelitian yang berjudul **“HIPERREALITAS ARTIFICIAL INTELLIGENCE VIRTUAL INFLUENCER LENTARI PAGI DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM”**.

1.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk memahami bagaimana hiperrealitas tercermin dalam penampilan dan interaksi Virtual influencer Lentari Pagi di platform media sosial Instagram.
2. Untuk menganalisis dampak penggunaan teknologi kecerdasan buatan (Artificial Intelligence) dalam menciptakan Virtual influencer seperti Lentari

Pagi terhadap persepsi dan partisipasi pengguna media sosial Instagram.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana fenomena hiperrealitas tercermin dalam penampilan dan interaksi Virtual *influencer* Lentari Pagi di platform media sosial Instagram?
2. Bagaimana dampak dari penggunaan teknologi kecerdasan buatan (Artificial Intelligence) dalam menciptakan Virtual *influencer* seperti Lentari Pagi terhadap persepsi pengguna media sosial Instagram?

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat Penelitian Peneliti berharap penelitian ini akan memberikan manfaat baik secara akademik dan praktis:

14.1 Manfaat Akademik

- a) Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi secara akademik khususnya dalam ilmu pengetahuan komunikasi dalam konteks hiperrealitas AI yang terjadi pada virtual *influencer*.
- b) Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi referensi pada penelitian selanjutnya dalam hal virtual *influencer* sebagai kemajuan terbaru dalam industry 5.0 pada media sosial Instagram.
- c) Peneliti berharap penelitian ini bisa menjadi acuan dalam bidang akademik dalam mengembangkan pemahaman *Artificial Intelligence* serta digitalisasi pada era 5.0.

14.2 Manfaat Praktis

- a) Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi secara praktis dalam hal penggunaan *artificial intelligence* dalam beradaptasi dengan digitalisasi pada era 5.0.
- b) Peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya dengan objek yang sama ataupun berbeda.
- c) Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat memberikan dedikasi secara praktis kepada mahasiswa dalam adaptasi digitalisasi pada era *society* 5.0.

1.5 Waktu dan Periode Penelitian

Tabel 1.1 Waktu dan Periode Penelitian

No	Keterangan	Bulan				
		Sept	Okt	Nov	Des	Jan
1.	Proses pemilihan tema dan judul					
2.	Penetrasi teori, konsep, dan jurnal penelitian					
3.	Penyusunan proposal penelitian BAB I-III					
4.	Pendaftaran Desk <i>Evaluation</i>					
5.	Proses Wawancara dan Pengumpulan Data					
6.	Penyusunan Bab 4 dan 5 Skripsi					
7.	Pelaksanaan Sidang Skripsi					

(Sumber: Olahan Peneliti, 2023)