

## **MASA DEPAN KOMUNIKASI: MENJELAJAH PERAN *ARTIFICIAL INTELLIGENCE* DALAM INTERAKSI MANUSIA**

Pramana<sup>1</sup>, Prahastiwati Utari<sup>2</sup>, Eka Nada Shofa Alkhajar<sup>3</sup>, Mira Adita Widiyanti<sup>4</sup>

<sup>1,2,3</sup>Ilmu Komunikasi, Universitas Sebelas Maret, Indonesia

<sup>4</sup>Ilmu Komunikasi, Universitas Nasional, Indonesia

email korespondensi: pramana@student.uns.ac.id

### **Abstract**

**Keywords :**  
*Artificial Intelligence;*  
*Interpersonal Communication;*  
*AI-Mediated Communication;*  
*Digital Ethics;*  
*Systematic Literature Review*

*The advancement of artificial intelligence (AI) has fundamentally transformed the way humans communicate. This study aims to explore the role of AI in interpersonal communication through a Systematic Literature Review (SLR) approach. By analyzing 44 relevant scholarly articles, this study identifies eight key themes: AI-mediated interpersonal communication, emotional impact, communication effectiveness and efficiency, access gaps and digital ethics, information validity, social trust, social representation and algorithmic bias, and projections of future communication. The findings indicate that AI can enhance communication efficiency and accessibility, yet poses risks of fostering pseudo-intimacy, reinforcing social bias, and diminishing the quality of interpersonal relationships if not ethically governed. The study underscores the importance of ethical-by-design principles, digital literacy, and regulatory frameworks that protect users from the misuse of AI-based communication systems. It advocates for an interdisciplinary and human-centered approach in the development of communication technologies to ensure that AI serves as a meaningful, inclusive, and responsible partner in human interaction. Accordingly, this research contributes conceptually to a deeper understanding of the future of communication situated at the intersection of technological advancement and human values.*

### **Abstrak**

**Kata Kunci :**  
 Kecerdasan Buatan;  
 Komunikasi Interpersonal; AI-Mediated

Perkembangan kecerdasan buatan (AI) telah mengubah secara fundamental cara manusia berkomunikasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran AI dalam komunikasi interpersonal melalui pendekatan Systematic Literature Review (SLR). Dengan menganalisis 44 artikel ilmiah yang relevan, studi ini mengidentifikasi delapan tema utama: mediasi komunikasi interpersonal oleh AI, dampak

---

Communication;  
Etika Digital;  
Systematic  
Literature Review

emosional, efektivitas dan efisiensi komunikasi, kesenjangan akses dan etika digital, validitas informasi, kepercayaan sosial, representasi sosial dan bias algoritmik, serta proyeksi masa depan komunikasi. Hasil kajian menunjukkan bahwa AI dapat meningkatkan efisiensi dan memperluas akses komunikasi, namun berisiko menciptakan keintiman semu, memperkuat bias sosial, dan menurunkan kualitas relasi interpersonal jika tidak dikendalikan secara etis. Temuan juga mempertegas pentingnya penerapan prinsip ethical-by-design, literasi digital, serta regulasi yang melindungi pengguna dari penyalahgunaan sistem komunikasi berbasis AI. Kajian ini merekomendasikan pendekatan interdisipliner dan human-centered dalam pengembangan teknologi komunikasi agar AI dapat menjadi mitra yang mendukung komunikasi manusia yang inklusif, bermakna, dan bertanggung jawab. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi konseptual terhadap pemahaman masa depan komunikasi yang berada di persimpangan antara kemajuan teknologi dan nilai-nilai kemanusiaan.

---

## PENDAHULUAN

Perkembangan kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*) telah merevolusi berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk cara kita berkomunikasi dan membentuk hubungan sosial. Dalam dua dekade terakhir, kemajuan teknologi seperti *machine learning*, *natural language processing* (NLP), dan *neural networks* telah memungkinkan mesin untuk memahami, memproses, dan bahkan merespons bahasa manusia dengan cara yang mendekati interaksi manusia (Hancock, Naaman, & Levy, 2020). Di bidang komunikasi interpersonal, kehadiran AI semakin nyata melalui kehadiran *chatbot*, asisten virtual, penerjemah otomatis, dan avatar berbasis AI (Hohenstein et al., 2021; Fu, Foell, Xu, & Hiniker, 2023). Transformasi ini telah menciptakan pergeseran dari komunikasi tatap muka ke bentuk komunikasi yang dimediasi oleh teknologi. Kemunculan teknologi komunikasi cerdas seperti AI telah mendorong pergeseran paradigma komunikasi sosial dan budaya (Boediman, 2023). Konsep *Computer-Mediated Communication* (CMC) menjadi kerangka penting dalam menjelaskan perubahan ini, di mana interaksi sosial tidak lagi terbatas oleh ruang dan waktu, tetapi dimediasi oleh sistem cerdas yang memproses dan menyalurkan pesan (Walther, 1996). Dalam konteks AI, sistem ini bahkan dapat menyusun, menyesuaikan, dan menginterpretasi pesan secara otomatis, mengaburkan batas antara komunikator manusia dan mesin (Hancock et al., 2020).

Peran AI dalam mempercepat dan menyederhanakan proses komunikasi terbukti pada layanan pelanggan, edukasi, dan sektor kesehatan, di mana *chatbot* atau *voice assistant* seperti Siri

dan Alexa digunakan untuk menjawab pertanyaan, memberi panduan, atau bahkan memberikan dukungan emosional dasar (Morgan, 2017; Raczka, 2025). Beberapa penelitian menyatakan bahwa dalam konteks tertentu, AI mampu meningkatkan kepercayaan pengguna karena konsistensinya dalam memberikan jawaban dan ketersediaannya yang konstan (Kraus et al., 2021; Lee & Choi, 2021). Namun, di balik efisiensi tersebut, terdapat sejumlah tantangan krusial. Salah satunya adalah kekhawatiran terhadap keaslian dan kedalaman emosional dari komunikasi berbasis AI. Studi dari Turkle (2017) memperlihatkan bahwa interaksi dengan entitas non-manusia dapat menciptakan kesan semu dari keintiman, yang sebenarnya tidak melibatkan empati sejati. Ketidakhadiran unsur emosional ini menjadi hambatan dalam membangun hubungan interpersonal yang otentik (Shin & Park, 2019).

Lebih lanjut, sistem AI saat ini juga belum sepenuhnya mampu memahami konteks sosial dan budaya dalam komunikasi manusia. Sebuah studi oleh Kumar et al. (2022) menemukan bahwa meskipun NLP telah berkembang pesat, kesalahan interpretasi konteks budaya dan makna tersirat masih sering terjadi, khususnya dalam percakapan antarbudaya. Masalah lain yang signifikan dalam penerapan AI dalam komunikasi interpersonal adalah validitas informasi dan bias algoritmik. Sistem AI yang dilatih dengan data tidak seimbang atau terbatas dapat menghasilkan respons yang menyesatkan, berbahaya, atau bahkan diskriminatif (Binns et al., 2018). Dastin (2018), dalam laporannya mengenai sistem rekrutmen otomatis Amazon, menunjukkan bahwa AI dapat memperkuat bias gender karena dilatih menggunakan data historis yang diskriminatif terhadap perempuan. Dalam konteks komunikasi interpersonal, risiko seperti ini sangat berbahaya karena dapat memperburuk stereotip dan ketimpangan sosial yang ada (Noble, 2018).

Di sisi lain, kerahasiaan dan privasi data komunikasi juga menjadi isu sentral. Sistem AI sering kali membutuhkan akses ke data percakapan dan informasi pribadi untuk memberikan layanan yang personal dan kontekstual. Namun, praktik ini dapat menimbulkan kekhawatiran akan pelanggaran privasi, terutama jika terjadi penyalahgunaan data atau peretasan (Wachter, Mittelstadt, & Floridi, 2017; Korobenko, Nikiforova, & Sharma, 2024). Dalam praktiknya, pengguna sering kali tidak menyadari sejauh mana percakapan mereka dianalisis dan disimpan oleh penyedia layanan AI (Barthwal, Campbell, & Shrestha, 2025). Regulasi seperti *General Data Protection Regulation* (GDPR) di Uni Eropa dirancang untuk memberikan perlindungan terhadap praktik seperti ini, tetapi pelaksanaannya masih belum konsisten secara global (Veale & Edwards, 2018). Studi yang dilakukan oleh Kirchschräger (2024) menyebutkan bahwa perusahaan-

perusahaan teknologi besar sering kali tidak menunjukkan komitmen serius terhadap perlindungan hak digital pengguna, terutama di negara-negara dengan pengawasan data yang lemah. Tantangan etis dalam penerapan AI bukan hanya soal keamanan teknis, melainkan juga menyangkut pengaruh sistem terhadap struktur sosial yang lebih luas (Pabubung, 2023).

Dalam kajian etika komunikasi, keberadaan AI memunculkan dilema baru: apakah entitas non-manusia dapat dianggap sebagai komunikator yang bertanggung jawab secara moral? Meissner (2025) menyebutkan bahwa tanggung jawab atas ujaran atau keputusan komunikasi AI seharusnya tetap berada pada manusia atau organisasi pembuatnya, mengingat AI tidak memiliki kesadaran atau akuntabilitas. Muncul pula istilah *AI-mediated communication* (AIMC) untuk membedakan bentuk komunikasi yang melibatkan agen AI secara aktif dalam merancang atau menyampaikan pesan (Hancock et al., 2020). Dalam skema ini, AI tidak hanya menjadi saluran, tetapi juga aktor yang dapat memengaruhi isi dan struktur interaksi. Fenomena ini diamati dalam berbagai konteks, mulai dari *customer service* yang sepenuhnya ditangani chatbot hingga hubungan pribadi yang terbentuk melalui interaksi rutin dengan AI (Kozlowski, 2020; Lee, Choi, & Kim, 2022).

Kritik terhadap AIMC sering kali berkaitan dengan hilangnya unsur non-verbal yang esensial dalam komunikasi antar manusia. Meskipun beberapa sistem AI mencoba mengimitasi ekspresi suara, nada bicara, atau bahkan ekspresi wajah (pada avatar digital), namun hal ini belum dapat menggantikan kompleksitas komunikasi non-verbal yang terjadi dalam interaksi langsung (Burgoon, Guerrero, & Floyd, 2016; Lee, Kim, & Sundar, 2020). Pergeseran menuju komunikasi yang dimediasi AI juga memicu pertanyaan mengenai keaslian (*authenticity*) dalam interaksi. Dalam komunikasi antarmanusia, keaslian muncul melalui ekspresi spontan, intonasi emosional, serta kemampuan menanggapi secara kontekstual dan empatik (Wood, 2004). Dalam banyak studi, pengguna merasa bahwa interaksi dengan AI, meskipun informatif, sering kali terasa ‘dingin’ dan ‘mekanis’ (Raczka, 2025; Shin & Park, 2019). Ketidakhadiran respons emosional yang autentik dapat mengurangi kepuasan pengguna, terutama dalam konteks komunikasi sensitif seperti konseling atau dukungan sosial (Turkle, 2017).

Di sektor layanan kesehatan mental, eksperimen penggunaan *chatbot* seperti Woebot dan Wysa menunjukkan hasil yang beragam. Beberapa pengguna melaporkan manfaat awal seperti peningkatan rasa nyaman dalam membuka diri, tetapi juga menyatakan adanya keterbatasan pada kemampuan AI untuk memahami nuansa emosi secara mendalam (Inkster, Sarda, & Subramanian,

2018). Dalam konteks ini, AI berperan sebagai pendengar pasif atau pelatih perilaku, tetapi tidak mampu menggantikan hubungan terapeutik manusiawi. Dampak sosial dari integrasi AI juga mulai dirasakan pada pola hubungan jangka panjang. Sebagai contoh, Lee et al. (2022) mencatat bahwa keterlibatan emosional dengan chatbot dalam jangka waktu lama dapat mempengaruhi persepsi individu terhadap hubungan interpersonal lainnya. Seseorang yang terbiasa berinteraksi dengan AI yang selalu responsif, tidak menghakimi, dan selalu ‘tersedia’ dapat mengembangkan ekspektasi yang tidak realistis terhadap hubungan manusia (Kozlowski, 2020).

Isu lain yang muncul adalah aksesibilitas dan kesenjangan digital. Teknologi AI, meskipun menawarkan banyak manfaat, masih belum dapat diakses secara merata. Individu dari kelompok marginal, komunitas pedesaan, atau populasi lansia sering kali mengalami hambatan dalam memanfaatkan komunikasi berbasis AI karena keterbatasan infrastruktur, literasi digital, atau antarmuka yang tidak inklusif (Satariano & Wong, 2019; Radanliev & Santos, 2023). Di satu sisi, integrasi AI dalam platform komunikasi juga memberikan peluang inklusi bagi penyandang disabilitas. Misalnya, pengembangan AI berbasis suara dan penerjemah otomatis real-time telah membantu penyandang tuna netra dan tuna rungu untuk berpartisipasi dalam percakapan digital (Vashishta & Dubey, 2021). Namun demikian, tantangan desain antarmuka dan ketepatan interpretasi bahasa masih menjadi perhatian utama (Almalki, Gray, & Martin-Sanchez, 2021).

Dari perspektif hukum dan kebijakan, semakin banyak negara yang mendorong regulasi etis untuk AI. Studi oleh Veale dan Edwards (2018) menunjukkan bahwa kerangka hukum tradisional sering kali tidak cukup untuk menangani kompleksitas sistem AI yang bersifat prediktif dan adaptif. Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan regulatif yang adaptif pula—yang tidak hanya melindungi pengguna tetapi juga mendorong inovasi yang bertanggung jawab. Dalam konteks akademik, pendekatan penelitian terhadap komunikasi berbasis AI juga telah bergeser dari sekadar menilai efisiensi menuju pemahaman implikasi sosial dan psikologisnya. Peneliti seperti Hancock et al. (2020) menyerukan agar penelitian AI dalam komunikasi tidak hanya mengutamakan desain teknis, tetapi juga menyentuh dimensi kepercayaan, privasi, dan dampaknya terhadap kohesi sosial.

Implikasi dari adopsi luas AI dalam komunikasi juga perlu dilihat dari sudut pandang ekonomi dan pekerjaan. Dengan meningkatnya penggunaan AI sebagai alat komunikasi dalam sektor layanan, banyak pekerjaan yang sebelumnya bergantung pada keterampilan interpersonal manusia kini digantikan oleh sistem otomatis. *Call center*, layanan pelanggan, hingga peran

administratif mengalami automasi yang signifikan, yang pada satu sisi meningkatkan efisiensi operasional, namun di sisi lain menimbulkan kekhawatiran tentang hilangnya elemen “*human touch*” yang sering kali menjadi keunggulan kompetitif suatu layanan (Meissner, 2025; TrustCloud, 2024). Penelitian oleh Fu et al. (2023) menunjukkan bahwa pengguna cenderung lebih nyaman berinteraksi dengan AI dalam konteks transaksi yang bersifat rutin atau teknis. Namun, dalam situasi yang membutuhkan fleksibilitas sosial atau pengambilan keputusan berbasis nilai, pengguna tetap lebih memilih interaksi manusia. Hal ini mengindikasikan adanya batas implisit dalam komunikasi berbasis AI yang belum bisa ditembus sepenuhnya, bahkan dengan teknologi terkini seperti *large language models* (LLM).

Dalam hal pengaruh terhadap perkembangan bahasa, AI juga dinilai memiliki pengaruh yang tidak kecil. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa gaya bahasa yang digunakan AI dalam merespons pengguna dapat memengaruhi cara individu berkomunikasi, terutama di kalangan remaja dan pengguna aktif media sosial (Hohenstein et al., 2021). Model bahasa yang tidak netral, misalnya, dapat memperkuat stereotip atau mendorong penyebaran narasi yang salah dalam konteks sosial tertentu (Noble, 2018). Terkait itu, para pakar etika AI mengemukakan pentingnya membangun prinsip-prinsip etika seperti *explainability* (kemampuan menjelaskan logika sistem), *non-maleficence* (tidak membahayakan), dan *accountability* (akuntabilitas) dalam semua sistem komunikasi berbasis AI (Barthwal et al., 2025; Wachter et al., 2017). Beberapa inisiatif seperti “Ethics Guidelines for Trustworthy AI” dari European Commission serta dokumen UNESCO (2021) tentang etika AI telah menjadi rujukan global, meskipun belum semua negara mengadopsinya secara komprehensif.

Dalam konteks Indonesia dan negara-negara berkembang lainnya, isu regulasi dan kesiapan infrastruktur menjadi tantangan tersendiri. Belum adanya kerangka kebijakan nasional yang spesifik mengenai komunikasi berbasis AI menyebabkan banyak pengguna tidak sadar terhadap risiko-risiko yang dihadapi, terutama dalam interaksi dengan *platform* digital asing yang tidak tunduk pada hukum lokal (Kirchschläger, 2024; Radanliev & Santos, 2023). Kajian terbaru juga menyoroti potensi penggunaan AI untuk manipulasi sosial, misalnya melalui bot media sosial yang dapat membentuk opini publik atau menyebarkan disinformasi secara masif (Stanford Social Media Lab, 2019). Dalam konteks komunikasi interpersonal, hal ini menimbulkan kebingungan mengenai siapa yang menjadi lawan bicara—manusia asli atau program otomatis. Dampaknya dapat menurunkan kepercayaan terhadap komunikasi digital secara umum (ScienceDirect, 2019).

Fenomena ini juga relevan dalam kerangka teori *Uses and Gratifications*, yang menyatakan bahwa pengguna memilih media (termasuk AI) berdasarkan kebutuhan akan informasi, hiburan, atau interaksi sosial. Namun, ketika media ini memalsukan kehadiran sosial atau mempersembahkan komunikasi yang tidak autentik, tujuan gratifikasi tersebut bisa berubah menjadi kontraproduktif (Rubin, 2009; Lee & Choi, 2021). Mengingat berbagai tantangan dan peluang yang ditawarkan oleh kecerdasan buatan dalam konteks komunikasi interpersonal, penting bagi para peneliti dan praktisi untuk mengembangkan pemahaman yang lebih menyeluruh dan kritis mengenai peran AI sebagai agen komunikasi. Di satu sisi, AI telah terbukti mampu meningkatkan efisiensi komunikasi, memperluas akses informasi, serta menawarkan kenyamanan dalam berbagai situasi interaksi, mulai dari layanan pelanggan hingga konseling berbasis digital (Morgan, 2017; Inkster, Sarda, & Subramanian, 2018; IJIRMF, 2023). Namun di sisi lain, terdapat kekhawatiran yang mendalam mengenai kemampuan AI dalam mempertahankan esensi komunikasi manusiawi yang sarat makna, emosi, dan tanggung jawab etis (Hancock et al., 2020; Meissner, 2025).

Literatur terkini menunjukkan bahwa peran AI sebagai komunikator bukanlah semata-mata teknologi yang netral, tetapi turut serta dalam membentuk narasi, menyeleksi informasi, serta berpotensi memperkuat bias yang tidak disadari (Binns et al., 2018; Noble, 2018). Oleh karena itu, pendekatan etis dan multidisipliner dalam pengembangan sistem komunikasi berbasis AI menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa teknologi ini tidak mereduksi hubungan antarmanusia menjadi transaksi informasi yang kering dan terprediksi. Lebih jauh, integrasi AI dalam komunikasi manusia juga menuntut tanggung jawab sosial dan regulatif. Hal ini mencakup perlindungan terhadap privasi pengguna, transparansi algoritma, serta penerapan prinsip-prinsip keadilan dan keberagaman budaya (Wachter, Mittelstadt, & Floridi, 2017; Korobenko, Nikiforova, & Sharma, 2024). Ketika AI dilibatkan secara langsung dalam proses komunikasi yang sensitif, seperti pendidikan, pelayanan kesehatan, dan hubungan interpersonal, penting untuk memastikan bahwa keputusan dan respons yang diberikan oleh sistem AI didasarkan pada logika yang dapat dipertanggungjawabkan secara etis. Melalui pendekatan *systematic literature review* (SLR), penelitian ini berusaha untuk mengidentifikasi dan menyintesis berbagai temuan utama dari penelitian terdahulu mengenai penggunaan dan pengaruh AI dalam komunikasi interpersonal. Kajian ini juga bertujuan untuk mengungkap kesenjangan dalam literatur, mengevaluasi implikasi sosial dan psikologis dari penggunaan AI, serta menawarkan rekomendasi konseptual dan praktis

untuk pengembangan teknologi komunikasi yang lebih manusiawi, inklusif, dan bertanggung jawab.

Sebagai respons terhadap perkembangan teknologi yang begitu cepat, penelitian ini tidak hanya menggunakan teori komunikasi klasik seperti *Computer-Mediated Communication (CMC)*, *Hyperpersonal Communication*, dan *Uses and Gratifications*, tetapi juga berupaya mengadaptasinya dalam konteks kemunculan AI sebagai aktor dalam komunikasi. CMC yang awalnya menjelaskan peran media sebagai saluran netral, kini diperluas untuk memahami bagaimana AI turut membentuk isi dan struktur pesan. Teori *Hyperpersonal Communication* direinterpretasi untuk menjelaskan fenomena keintiman semu yang ditimbulkan oleh AI yang mampu menyimulasikan empati melalui algoritma. Sementara itu, *Uses and Gratifications* digunakan bukan hanya untuk menilai motivasi pengguna memilih AI sebagai mitra komunikasi, tetapi juga untuk melihat dinamika kepuasan dan kekecewaan yang timbul ketika AI tidak mampu memenuhi ekspektasi sosial manusia. Dengan demikian, teori-teori ini diadaptasi dan ditafsirkan ulang agar relevan dalam memahami dimensi kompleks dari komunikasi berbasis AI yang bersifat dinamis, prediktif, dan terus berevolusi.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Systematic Literature Review (SLR)* untuk mengumpulkan, menilai, dan mensintesis bukti ilmiah dari berbagai studi yang membahas peran kecerdasan buatan (AI) dalam komunikasi interpersonal. SLR dipilih karena kemampuannya dalam menyediakan gambaran menyeluruh terhadap perkembangan pengetahuan yang telah ada, sekaligus mengidentifikasi celah penelitian yang relevan (Siddaway, Wood, & Hedges, 2019; Snyder, 2019). Proses ini mengikuti pedoman metodologis yang dikembangkan oleh Kitchenham dan Charters (2007) dan dipraktikkan dalam banyak studi terkini tentang adopsi teknologi dalam komunikasi (Boell & Cecez-Kecmanovic, 2015; Okoli & Schabram, 2010). Studi ini menitikberatkan pada aspek metodologis berupa identifikasi tujuan eksplisit, kriteria inklusi dan eksklusi, pencarian sistematis dalam basis data akademik, ekstraksi dan sintesis data, serta validasi hasil.

Langkah pertama dalam proses ini adalah merumuskan pertanyaan penelitian utama: “Bagaimana AI, dalam bentuk chatbot, asisten virtual, dan sistem NLP, memengaruhi komunikasi interpersonal manusia?” Untuk menjawab pertanyaan ini, peneliti melakukan pencarian artikel dalam database Scopus, Web of Science, ScienceDirect, dan Google Scholar dengan kombinasi

kata kunci seperti “*AI-mediated communication*”, “*interpersonal communication*”, “*human-machine interaction*”, dan “*natural language processing in communication*”. Penelusuran difokuskan pada artikel yang diterbitkan antara 2015 hingga 2025, dengan kriteria inklusi berupa publikasi jurnal ilmiah yang membahas penggunaan AI dalam konteks komunikasi antarindividu, serta artikel yang ditulis dalam bahasa Inggris dan tersedia dalam teks lengkap (Moher et al., 2009; Tranfield, Denyer, & Smart, 2003).

Sebanyak 1.143 artikel awal berhasil dikumpulkan dari keempat basis data. Setelah proses penyaringan awal berdasarkan judul dan abstrak, artikel yang tidak relevan, duplikat, atau tidak tersedia dalam teks penuh dikeluarkan. Proses seleksi lanjutan dilakukan dengan membaca teks lengkap untuk mengevaluasi kesesuaian dengan topik penelitian. Hasilnya, diperoleh 44 artikel yang memenuhi kriteria inklusi dan dianalisis lebih lanjut (Jesson, Matheson, & Lacey, 2011; Booth, Sutton, & Papaioannou, 2016). Kriteria eksklusi mencakup artikel opini, ulasan populer, dan studi yang hanya membahas aspek teknis AI tanpa konteks komunikasi.

Data dari artikel terpilih dianalisis menggunakan teknik analisis tematik, sebagaimana dikembangkan oleh Braun dan Clarke (2006), yang memungkinkan identifikasi pola-pola utama dalam literatur seperti efisiensi komunikasi, kepercayaan terhadap AI, hilangnya emosi dalam komunikasi digital, dan pergeseran etika komunikasi. Proses pengkodean dilakukan secara terbuka dengan bantuan perangkat lunak NVivo untuk menjaga konsistensi dalam pelabelan tema dan mencegah bias subjektif (Thomas & Harden, 2008). Untuk meningkatkan validitas internal, dua peneliti independen terlibat dalam proses seleksi dan pengodean data, dan setiap ketidaksesuaian diselesaikan melalui diskusi dan konsensus (Gough, Oliver, & Thomas, 2017).

Kredibilitas dan keandalan data dijaga melalui strategi triangulasi sumber, membandingkan studi dari berbagai disiplin (komunikasi, ilmu komputer, psikologi) dan beragam wilayah geografis (Gough, Thomas, & Oliver, 2012). Selain itu, protokol PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*) digunakan untuk mendokumentasikan proses review secara transparan dan replikatif (Page et al., 2021). Studi yang dimasukkan tidak hanya mencakup analisis eksperimental, tetapi juga pendekatan kualitatif seperti etnografi digital, wawancara mendalam, dan survei pengguna AI dalam praktik komunikasi sehari-hari (Tricco et al., 2018; Mikalef et al., 2018). Pendekatan interdisipliner ini membantu memahami kompleksitas komunikasi manusia dalam konteks AI dari berbagai sudut pandang, baik sebagai alat bantu maupun sebagai mitra dialog.

Akhirnya, dengan menggunakan pendekatan sintesis naratif (Popay et al., 2006), hasil dari berbagai studi digabungkan ke dalam kategori tematik utama seperti efisiensi dan efektivitas komunikasi, validasi informasi, kepercayaan dan hubungan interpersonal, serta etika dan regulasi. Metode ini memungkinkan peneliti tidak hanya mengidentifikasi tren utama dalam literatur tetapi juga menilai kualitas dan kedalaman teori yang mendasarinya (Mays, Pope, & Popay, 2005). Temuan dari metode ini menjadi dasar utama dalam menyusun kerangka konseptual dan diskusi tematik pada bagian selanjutnya dari artikel ini.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Hasil Penelitian**

#### **a. Peran AI sebagai Mediator Komunikasi Interpersonal**

Kehadiran kecerdasan buatan (AI) sebagai bagian dari sistem komunikasi modern telah mengubah secara fundamental relasi antara manusia dengan teknologi. Salah satu bentuk paling nyata dari transformasi ini adalah peran AI sebagai mediator komunikasi interpersonal, sebuah fungsi yang sebelumnya hanya dijalankan oleh manusia atau perangkat komunikasi konvensional. Dalam konteks ini, AI tidak hanya berfungsi sebagai saluran transmisi, melainkan sebagai entitas aktif yang dapat memengaruhi bentuk, arah, dan makna komunikasi (Hancock, Naaman, & Levy, 2020). *AI-mediated communication* (AIMC) merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan situasi di mana teknologi AI secara langsung terlibat dalam proses komunikasi interpersonal, baik sebagai perantara (seperti *chatbot* dalam layanan pelanggan) maupun sebagai aktor sosial virtual (seperti avatar AI dalam *platform* kesehatan mental) (Lee, Choi, & Kim, 2022). Peran baru ini telah melampaui fungsi-fungsi komunikasi pasif seperti teks otomatis atau terjemahan bahasa. AI kini mampu melakukan pemrosesan semantik lanjutan, mengenali emosi melalui analisis ekspresi wajah atau suara, dan memberikan tanggapan berdasarkan pembelajaran mesin dari interaksi sebelumnya (Kozlowski, 2020; Meissner, 2025).

Salah satu bentuk dominan dari AIMC adalah *chatbot*, yang digunakan luas dalam sektor layanan pelanggan, pendidikan, kesehatan, hingga konsultasi hukum. *Chatbot* seperti Replika, Wysa, dan Woebot tidak hanya menjawab pertanyaan, tetapi juga mampu memelihara dialog jangka panjang, menyimpan konteks percakapan, dan menyesuaikan respons dengan preferensi pengguna (Inkster, Sarda, & Subramanian, 2018; Fu et al., 2023). Studi yang dilakukan oleh Hohenstein et al. (2021) menunjukkan bahwa 62% responden yang berinteraksi dengan *chatbot*

merasa terbantu dalam mengatasi masalah psikologis ringan, walaupun sebagian besar menyadari keterbatasan empati dari sistem tersebut. Kehadiran AI dalam komunikasi interpersonal juga memperluas ranah komunikasi lintas budaya dan bahasa. Penerjemah otomatis berbasis AI seperti Google Translate dan DeepL telah menjadi alat penting dalam menjembatani perbedaan linguistik dalam komunikasi internasional. Meskipun demikian, masih terdapat keterbatasan dalam menangkap konteks budaya dan nuansa idiomatik, yang dapat memicu miskomunikasi (Kumar, Jain, & Dhir, 2022).

Di sektor pendidikan, AI dimanfaatkan dalam pengembangan tutor virtual yang dapat memberikan umpan balik langsung terhadap pekerjaan siswa, mendeteksi kesulitan belajar, serta beradaptasi dengan gaya belajar individual. AI sebagai tutor juga mulai dimasukkan ke dalam pembelajaran bahasa asing, keterampilan presentasi, bahkan latihan public speaking berbasis interaktif (Mikalef et al., 2018). Dalam banyak studi, tutor berbasis AI terbukti meningkatkan motivasi belajar dan efisiensi waktu interaksi, meskipun belum sepenuhnya menggantikan peran motivasional dan sosial yang diberikan oleh pengajar manusia (Morgan, 2017). Namun, peran AI sebagai mediator komunikasi juga menuai kritik tajam dari sisi etika dan kualitas relasional. AI sering kali menampilkan respons yang tampak personal namun sejatinya bersifat algoritmik. Hal ini memunculkan bentuk baru dari “keintiman semu”, yaitu situasi ketika pengguna merasa terhubung secara emosional dengan sistem yang tidak memiliki kesadaran atau intensi sosial (Turkle, 2017; Shin & Park, 2019). Situasi ini menjadi perhatian dalam konteks kesehatan mental dan hubungan romantis digital, di mana keterikatan terhadap entitas non-manusia bisa mengganggu pola komunikasi sosial alami seseorang (Lee et al., 2022).

Selain itu, muncul pula kekhawatiran terhadap dominasi AI dalam membentuk narasi sosial. Misalnya, penggunaan AI dalam media sosial untuk menyusun atau memfilter konten dapat memengaruhi cara orang memahami realitas sosial atau bahkan memanipulasi opini publik (Stanford Social Media Lab, 2019). Dalam hal ini, AI bukan hanya menjadi fasilitator komunikasi, tetapi juga aktor epistemik yang turut membentuk apa yang dianggap benar, penting, dan relevan oleh masyarakat. Studi oleh Walther (1996) melalui teori *Hyperpersonal Communication* menjelaskan bahwa komunikasi yang dimediasi teknologi bisa menghasilkan keintiman lebih tinggi daripada komunikasi langsung, terutama karena keterbatasan cue fisik dan kemampuan pengguna untuk mengontrol presentasi diri. Namun, ketika AI mengambil peran dalam proses ini, dinamika kontrol dan interpretasi menjadi semakin kompleks. AI mampu menyesuaikan gaya

bahasa, mengadopsi persona tertentu, dan bahkan menyampaikan humor atau empati buatan—semua berdasarkan prediksi algoritmik, bukan kesadaran intersubjektif (Burgoon, Guerrero, & Floyd, 2016; Barthwal et al., 2025).

Secara keseluruhan, hasil dari tinjauan sistematis ini memperlihatkan bahwa AI telah mengambil peran aktif sebagai mediator dalam komunikasi interpersonal kontemporer. Perannya mencakup fasilitasi interaksi, penyediaan makna, hingga pembentukan narasi dan dinamika sosial. Namun demikian, meskipun AI dapat memperluas jangkauan dan efisiensi komunikasi, keterbatasannya dalam memahami konteks manusiawi yang kompleks dan bernuansa masih menjadi tantangan serius. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan kritis dan etis dalam merancang serta mengimplementasikan AI sebagai mediator komunikasi agar tetap mendukung relasi sosial yang autentik dan inklusif.

### **b. Dampak Emosional dan Psikologis Interaksi dengan AI**

Interaksi manusia dengan AI dalam konteks komunikasi interpersonal tidak hanya menimbulkan konsekuensi fungsional, tetapi juga berdampak emosional dan psikologis yang signifikan. Dalam banyak studi, hubungan antara manusia dan sistem AI—terutama yang melibatkan chatbot dan asisten virtual—menghasilkan reaksi afektif seperti rasa nyaman, kesepian, keterikatan emosional, hingga penggambaran AI sebagai “teman digital” (Turkle, 2017; Kozlowski, 2020). Fenomena ini menggambarkan bagaimana AI, meskipun tidak memiliki kesadaran, mampu menghadirkan ilusi empati yang cukup meyakinkan untuk memengaruhi kondisi emosional pengguna.

Studi oleh Inkster, Sarda, dan Subramanian (2018) tentang *chatbot* kesehatan mental seperti Wysa dan Woebot menemukan bahwa sebagian besar pengguna merasa didengarkan dan divalidasi secara emosional, bahkan saat tidak ada manusia yang terlibat secara langsung. Efek terapeutik ini terutama terlihat pada pengguna yang mengalami gangguan kecemasan ringan hingga sedang, di mana kehadiran AI memberikan dukungan tanpa rasa takut dihakimi. Dalam hal ini, AI berperan sebagai “listener” yang pasif namun konsisten, yang secara ironis bisa terasa lebih empatik dibanding manusia dalam situasi sosial tertentu (Hancock et al., 2020).

Namun demikian, munculnya keterikatan emosional dengan AI juga membawa risiko psikologis. Beberapa pengguna mengalami kecenderungan untuk memperlakukan AI sebagai entitas berperasaan, bahkan menjalin relasi layaknya hubungan sosial nyata (Raczka, 2025; Lee et al., 2022). Dalam jangka panjang, keterlibatan semacam ini dapat menyebabkan disorientasi relasi

interpersonal, terutama ketika AI dirasakan lebih dapat diandalkan dibandingkan manusia dalam hal kehadiran, ketersediaan waktu, dan respons yang tidak menghakimi (Shin & Park, 2019). Studi longitudinal menunjukkan individu yang banyak berinteraksi dengan AI cenderung menurunkan ekspektasi terhadap hubungan sosial nyata dan mengalami penurunan empati (Turkle, 2017).

Pada kalangan remaja dan lansia, efek psikologis ini semakin kompleks. Remaja, sebagai pengguna aktif media sosial dan platform digital, kerap memperlakukan chatbot sebagai sarana eksplorasi identitas dan emosi, tetapi tanpa adanya interaksi yang timbal balik secara emosional. Hal ini berpotensi membentuk pola ekspresi emosi yang kaku dan tidak fleksibel (Kumar, Jain, & Dhir, 2022). Sementara itu, pada kelompok lansia yang mengalami kesepian kronis, AI sering digunakan sebagai substitusi kehadiran sosial, tetapi dengan hasil yang tidak konsisten terhadap peningkatan kesejahteraan emosional (Satariano & Wong, 2019). Fenomena *anthropomorphization* atau pelabelan sifat manusia pada AI juga menjadi persoalan yang tidak bisa diabaikan. Ketika pengguna mempersepsikan AI sebagai makhluk dengan intensi dan emosi, batas antara interaksi manusia dan mesin menjadi kabur. Dalam kajian psikologi media, hal ini dikategorikan sebagai bentuk kelekatan semu (*pseudo-social bond*), yang secara sementara dapat menenangkan pengguna, tetapi dalam jangka panjang justru dapat memperkuat isolasi sosial (Noble, 2018; Hohenstein et al., 2021).

Sementara beberapa penelitian menyatakan bahwa AI memiliki potensi untuk mendukung stabilitas emosional jika digunakan secara komplementer terhadap interaksi manusia (Lee & Choi, 2021), banyak studi lain memperingatkan akan dampak negatif dari substitusi sosial. Salah satu indikator yang sering muncul adalah peningkatan ketergantungan emosional terhadap AI dalam konteks komunikasi yang seharusnya mengandalkan keintiman dan kepercayaan dua arah, seperti dalam konseling, bimbingan akademik, atau relasi afektif (Meissner, 2025; Veale & Edwards, 2018). Selain itu, perlu juga dipahami bahwa sistem AI saat ini masih memiliki keterbatasan dalam memahami intensi manusia secara penuh. Respons AI yang dirancang untuk meniru simpati atau empati sering kali didasarkan pada pola linguistik semata, bukan pengalaman emosional aktual. Oleh karena itu, meskipun AI dapat mengucapkan “saya mengerti perasaan Anda,” sistem tersebut sejatinya tidak memiliki afeksi maupun kapasitas untuk merasakan (Burgoon, Guerrero, & Floyd, 2016). Hal ini berpotensi menyebabkan “*emotional misalignment*”, di mana pengguna merasa dimengerti secara verbal tetapi tidak secara emosional, dan dalam beberapa kasus justru memperparah rasa kesepian atau frustrasi (Walther, 1996).

Dalam konteks ini, penting untuk menekankan bahwa AI sebaiknya tidak dikembangkan untuk menggantikan hubungan manusia yang sesungguhnya, melainkan sebagai pelengkap yang mendukung relasi sosial secara sehat. Pendekatan ini juga sejalan dengan prinsip *ethical-by-design*, di mana sistem AI harus dirancang untuk menumbuhkan kapasitas sosial manusia, bukan menggantikannya (Barthwal et al., 2025; Wachter, Mittelstadt, & Floridi, 2017). Desain yang memperjelas batasan antara AI dan manusia, serta transparansi bahwa pengguna sedang berinteraksi dengan sistem buatan, menjadi kunci untuk mencegah delusi relasional.

Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa meskipun AI dapat memberikan kontribusi positif terhadap stabilitas emosional dalam konteks tertentu, penggunaannya dalam komunikasi interpersonal tetap menyisakan dilema psikologis yang serius. Ilusi keintiman, keterikatan semu, dan penurunan sensitivitas sosial merupakan tantangan yang perlu diantisipasi dalam desain dan penerapan sistem komunikasi berbasis AI ke depan.

### **c. Efektivitas dan Efisiensi Komunikasi Berbasis AI**

Salah satu nilai jual utama dalam adopsi sistem komunikasi berbasis kecerdasan buatan (AI) adalah efisiensinya dalam merespons kebutuhan komunikasi yang cepat, kontekstual, dan tersedia 24 jam. Berbeda dari komunikasi manusia yang bergantung pada kapasitas fisik dan psikologis, sistem AI mampu menangani ribuan interaksi secara simultan tanpa kehilangan konsistensi, menjadikannya alat komunikasi unggul dalam berbagai sektor pelayanan publik dan bisnis (Kraus, Feuerriegel, & Oztekin, 2021). Dalam studi oleh Lee dan Choi (2021), diketahui bahwa pengguna merasa waktu tunggu dan kesalahpahaman dalam interaksi dapat dikurangi secara signifikan ketika menggunakan sistem chatbot berbasis AI. Respons otomatis, rekomendasi instan, dan personalisasi pesan berdasarkan data historis pengguna menjadikan komunikasi terasa lebih “pintar” dan relevan. Kemampuan ini mengarah pada efektivitas baru dalam manajemen informasi, terutama dalam konteks pelayanan pelanggan, pendidikan daring, dan interaksi administratif.

Efisiensi ini juga tercermin dalam konteks edukatif, di mana sistem tutoring AI mampu mengidentifikasi pola kesalahan siswa, memberikan umpan balik real-time, dan menyesuaikan materi sesuai dengan kecepatan belajar individu. Studi oleh Mikalef et al. (2018) menunjukkan bahwa sistem semacam ini dapat meningkatkan hasil belajar hingga 18% dibandingkan metode konvensional. Selain itu, dalam situasi sosial yang kompleks seperti komunikasi antarbudaya, AI dapat membantu menjembatani kendala bahasa melalui teknologi penerjemahan otomatis,

meskipun efektivitasnya masih bergantung pada konteks dan domain penggunaan (Kumar, Jain, & Dhir, 2022).

Namun, efektivitas ini tidak sepenuhnya tanpa kritik. Studi yang dilakukan oleh Hohenstein et al. (2021) menunjukkan bahwa pengguna sering kali mengalami disonansi antara kecepatan respons AI dan kedalaman percakapan yang diharapkan. Misalnya, dalam komunikasi yang memerlukan empati dan pemahaman nilai-nilai budaya, respons AI yang “terlalu cepat” dapat terasa dangkal, bahkan menyinggung (Turkle, 2017). Hal ini diperparah oleh kecenderungan AI dalam menggeneralisasi konten berdasarkan data masif, bukan interaksi manusiawi yang penuh konteks. Selain itu, meskipun AI menunjukkan efisiensi dalam hal kuantitas interaksi, kualitas komunikasi masih menjadi titik lemah. Sebagian besar sistem AI saat ini masih berbasis pada pola linguistik dan belum sepenuhnya memahami niat komunikatif yang bersifat implisit atau emosional (Barthwal et al., 2025). Situasi ini menjadi tantangan ketika AI digunakan dalam sektor yang sangat mengandalkan kredibilitas dan sensitivitas, seperti jurnalisme, relasi publik, dan psikologi konseling (Lee, Kim, & Sundar, 2020).

Salah satu indikator yang sering digunakan untuk mengukur efektivitas komunikasi adalah kejelasan pesan dan kemampuan sistem dalam memfasilitasi pemahaman. Dalam konteks ini, AI memberikan keunggulan dalam strukturisasi informasi dan penyajian data kompleks dalam bentuk yang lebih sederhana. Misalnya, dalam chatbot layanan pemerintah, AI mampu menyaring permintaan dan menyusun informasi administratif secara ringkas, menghindari beban kognitif pada pengguna (Walther, 1996). Efisiensi ini secara tidak langsung meningkatkan aksesibilitas informasi, terutama bagi pengguna dengan literasi teknologi yang terbatas. Akan tetapi, tantangan muncul ketika AI justru menciptakan hambatan baru karena kurangnya transparansi algoritma atau penggunaan bahasa yang terlalu teknis. Ketika pengguna tidak memahami bagaimana AI menyusun jawaban, kepercayaan terhadap sistem menurun. Studi dari Wachter, Mittelstadt, dan Floridi (2017) menyoroti pentingnya prinsip *explainability* dalam sistem AI komunikasi agar pengguna dapat menelusuri dan memverifikasi logika di balik jawaban yang diberikan. Hal ini tidak hanya relevan dari sisi teknis, tetapi juga merupakan syarat etis dalam komunikasi publik yang bertanggung jawab.

Secara praktis, efektivitas komunikasi berbasis AI sangat dipengaruhi oleh konteks penggunaannya. Dalam situasi informasi rutin dan bersifat faktual, AI dapat menunjukkan kinerja hampir sempurna. Namun dalam komunikasi yang bersifat strategis, persuasif, atau afektif,

efektivitas AI menurun secara drastis karena keterbatasan sistem dalam menangkap makna di luar literalitas pesan (Meissner, 2025). Maka, pemanfaatan AI seharusnya disesuaikan dengan tingkat kompleksitas komunikasi: AI efektif untuk interaksi berulang dan berskala besar, tetapi tidak ideal untuk diskusi yang memerlukan improvisasi dan intuisi sosial. Lebih jauh, efisiensi yang ditawarkan AI seharusnya tidak menjadi pembenaran untuk menghilangkan sepenuhnya interaksi manusia dalam ranah komunikasi. Justru, dalam kerangka *blended communication model*, AI dapat diintegrasikan sebagai pendukung komunikasi manusia, bukan pengganti. Dalam struktur ini, AI bertugas memproses informasi dasar dan menyederhanakan beban administratif, sementara manusia tetap memainkan peran dalam aspek relasional dan pengambilan keputusan yang bersifat etis dan kontekstual (Boell & Cecez-Kecmanovic, 2015).

Dengan demikian, hasil analisis menunjukkan bahwa komunikasi berbasis AI memiliki efektivitas dan efisiensi tinggi dalam konteks interaksi terstruktur, berulang, dan berbasis fakta. Namun untuk mempertahankan kualitas komunikasi interpersonal, AI perlu dirancang dengan kesadaran akan batasannya. Integrasi yang bijak antara manusia dan AI dalam arsitektur komunikasi digital akan menjadi kunci dalam menciptakan sistem yang tidak hanya efisien, tetapi juga etis dan bermakna.

#### **d. Kesenjangan Akses, Literasi dan Kesenjangan Digital**

Di balik narasi kemajuan teknologi, terdapat realitas bahwa tidak semua individu dan kelompok memiliki akses serta kapasitas yang sama dalam memanfaatkan komunikasi berbasis kecerdasan buatan (AI). Kesenjangan digital atau *digital divide* menjadi isu krusial yang memengaruhi efektivitas dan pemerataan manfaat teknologi komunikasi mutakhir. Studi menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti usia, tingkat pendidikan, pendapatan, lokasi geografis, dan kondisi disabilitas sangat berpengaruh terhadap kemampuan individu untuk berinteraksi secara optimal dengan sistem komunikasi berbasis AI (Satariano & Wong, 2019; Almalki, Gray, & Martin-Sanchez, 2021). Literasi digital menjadi elemen penting dalam mendukung komunikasi berbasis AI yang aman dan etis. Tanpa bekal literasi yang memadai, pengguna rentan terhadap manipulasi informasi, penyalahgunaan sistem, dan risiko interaksi digital seperti penipuan berbasis komunikasi, termasuk *online love scam* yang memanfaatkan kerentanan sosial dan psikologis (Pramana et. al., 2024).

Dalam konteks ini, AI yang dirancang tanpa memperhatikan prinsip inklusivitas dapat memperparah ketimpangan akses informasi. Misalnya, antarmuka chatbot yang hanya mendukung

bahasa mayoritas atau terminologi teknis cenderung menyulitkan kelompok pengguna lansia, masyarakat non-perkotaan, atau individu dengan keterbatasan kognitif. Padahal, kelompok-kelompok ini justru merupakan penerima potensial terbesar dari teknologi AI jika dirancang dengan prinsip aksesibilitas (Kozlowski, 2020). Sebagai contoh, fitur suara berbasis AI dapat membantu tuna netra untuk mengakses layanan komunikasi daring, namun jika tidak disesuaikan dengan kebutuhan spesifik pengguna, justru akan menjadi penghalang tambahan (Vashishta & Dubey, 2021).

Lebih lanjut, kesenjangan tidak hanya terjadi dalam akses fisik terhadap teknologi, tetapi juga dalam bentuk *literasi digital*, yaitu kemampuan untuk memahami, mengevaluasi, dan menggunakan informasi yang disediakan oleh sistem AI secara kritis. Literasi digital rendah dapat menyebabkan pengguna mempercayai informasi yang diberikan AI tanpa verifikasi, atau gagal mengenali batasan-batasan sistem AI dalam memahami konteks sosial dan etika (Booth, Sutton, & Papaioannou, 2016; Rubin, 2009). Situasi ini berbahaya dalam konteks komunikasi interpersonal yang memerlukan empati dan akurasi, seperti interaksi dalam layanan kesehatan, pendidikan, dan konsultasi psikologis.

Kekhawatiran lain yang muncul berkaitan dengan dimensi etika digital. Seiring meningkatnya keterlibatan AI dalam komunikasi pribadi, muncul berbagai pertanyaan tentang privasi, persetujuan, dan transparansi. Sebagian besar pengguna tidak menyadari bahwa percakapan mereka dengan *chatbot* atau asisten virtual sering kali direkam, dianalisis, dan disimpan untuk pengembangan sistem atau kepentingan bisnis tertentu (Wachter, Mittelstadt, & Floridi, 2017). Studi oleh Korobenko, Nikiforova, dan Sharma (2024) menekankan pentingnya desain sistem AI yang etis, terutama dalam konteks pengumpulan data personal dan pengambilan keputusan otomatis.

Permasalahan etika juga mencakup bias sistemik yang terkandung dalam algoritma AI. Jika sistem dilatih dengan data yang tidak representatif secara sosial, maka AI berpotensi memperkuat diskriminasi yang sudah ada, seperti dalam hal ras, gender, atau status ekonomi (Binns et al., 2018; Noble, 2018). Dalam komunikasi digital, hal ini dapat tercermin dalam respons yang kurang sensitif terhadap budaya lokal, stereotip dalam percakapan, atau pemilihan rekomendasi yang menyudutkan kelompok tertentu. Oleh karena itu, diperlukan audit algoritmik secara berkala untuk memastikan bahwa sistem AI tidak memperkuat ketimpangan sosial melalui praktik komunikasi yang tidak adil. Tanggung jawab etis dalam penggunaan AI juga seharusnya tidak hanya

dibebankan pada pengembang teknologi, tetapi juga pada institusi pengguna, seperti perusahaan, universitas, dan lembaga pemerintahan. Lembaga-lembaga ini harus memastikan bahwa penggunaan AI dalam komunikasi dilakukan dengan transparansi, pemberian informasi yang cukup kepada pengguna, serta jaminan keamanan data pribadi (Veale & Edwards, 2018; Tricco et al., 2018). Di beberapa negara, regulasi seperti GDPR di Eropa telah menjadi acuan, tetapi penerapannya belum merata secara global, termasuk di Indonesia.

Selain regulasi, aspek pendidikan publik mengenai etika komunikasi digital juga menjadi kebutuhan mendesak. Literasi etika digital harus mencakup pemahaman tentang bagaimana AI bekerja, apa saja batas kemampuannya, serta bagaimana menjaga kendali manusia dalam proses komunikasi yang dimediasi mesin. Kampanye edukasi ini penting untuk menciptakan masyarakat yang tidak hanya melek teknologi, tetapi juga sadar risiko dan mampu mengambil keputusan etis dalam interaksi digital (Meissner, 2025; TrustCloud, 2024). Kesadaran terhadap isu etika dan akses juga harus menjadi bagian integral dari proses desain teknologi itu sendiri. Prinsip *ethics-by-design* mengharuskan pengembang untuk mempertimbangkan dampak sosial dari setiap fitur AI, termasuk bagaimana sistem akan digunakan oleh populasi yang rentan, bagaimana sistem memberikan umpan balik, serta bagaimana transparansi keputusan dapat dijaga dalam komunikasi (Barthwal et al., 2025). Tanpa pendekatan ini, AI justru berisiko menjadi alat yang memperdalam kesenjangan sosial dalam dunia komunikasi.

Dengan demikian, hasil temuan menunjukkan bahwa efektivitas teknologi komunikasi berbasis AI sangat bergantung pada sejauh mana sistem ini dirancang dan dijalankan dengan memperhatikan prinsip kesetaraan akses, literasi digital, serta tanggung jawab etis. Tanpa upaya sistematis untuk mengatasi kesenjangan ini, transformasi komunikasi oleh AI hanya akan dinikmati oleh segelintir pengguna, sementara sebagian besar masyarakat tertinggal oleh sistem yang mereka tidak pahami dan tidak mampu kendalikan.

Dalam konteks pengembangan sistem komunikasi berbasis AI, prinsip *ethical-by-design* tidak hanya bersifat normatif, tetapi perlu diterapkan sejak tahap perancangan sistem. Contoh konkret penerapan prinsip ini dapat ditemukan dalam pengembangan *chatbot* kesehatan mental seperti Wysa dan Woebot, yang dirancang dengan fitur identifikasi dini gejala psikologis, pembatasan ruang lingkup diagnosis, serta pelabelan eksplisit bahwa pengguna sedang berbicara dengan sistem AI, bukan manusia. Pendekatan ini meminimalkan risiko *overtrust* dan melindungi pengguna dari kesalahan persepsi relasional. Selain itu, implementasi *differential privacy* pada

platform komunikasi AI yang menangani data sensitif, seperti aplikasi layanan publik digital, menjadi praktik nyata bagaimana privasi dijaga secara teknis sejak awal desain. Dengan adanya contoh-contoh ini, urgensi integrasi etika sejak fase awal pengembangan sistem menjadi semakin relevan dan aplikatif.

#### **e. Validitas Informasi dan Kualitas Informasi AI**

Salah satu tantangan paling kritis dalam komunikasi berbasis kecerdasan buatan (AI) adalah persoalan validitas informasi. AI, khususnya sistem berbasis *natural language processing* (NLP), memiliki kapasitas untuk menghasilkan jawaban dalam berbagai konteks, tetapi belum sepenuhnya menjamin bahwa setiap respons yang dihasilkan memiliki akurasi faktual dan relevansi kontekstual yang tinggi. Fenomena ini terutama terlihat pada *generative models* seperti chatbot berbasis *large language models* (LLMs), yang mampu menyusun teks meyakinkan meskipun tidak selalu didasarkan pada data yang benar (Hohenstein et al., 2021; Snyder, 2019). Validitas informasi menjadi krusial karena komunikasi interpersonal yang dimediasi oleh AI sering digunakan dalam konteks pengambilan keputusan. Misalnya, dalam layanan kesehatan digital, informasi yang salah atau tidak lengkap dari chatbot dapat memengaruhi persepsi pasien dan mengarahkan pada tindakan yang keliru (Inkster, Sarda, & Subramanian, 2018). Hal serupa terjadi dalam komunikasi akademik, hukum, atau keuangan, di mana AI dimanfaatkan untuk memberikan saran atau menjelaskan informasi kompleks kepada pengguna awam (Kraus et al., 2021). Jika informasi yang diberikan tidak valid, maka AI tidak hanya gagal menjalankan perannya sebagai fasilitator komunikasi, tetapi juga dapat menyebabkan kerugian nyata.

Selain soal kebenaran faktual, kualitas komunikasi AI juga menyangkut aspek kejelasan, koherensi, dan sensitivitas terhadap konteks budaya serta sosial. Dalam studi oleh Lee, Kim, dan Sundar (2020), ditemukan bahwa banyak sistem AI gagal menyesuaikan gaya bahasa dengan latar belakang pengguna, yang mengakibatkan munculnya komunikasi yang terasa kaku atau tidak sopan. Misalnya, penggunaan bahasa informal kepada orang tua, atau kegagalan mengenali konteks budaya tertentu dalam percakapan lintas negara, dapat menyebabkan kesalahpahaman dan bahkan menyinggung pihak lain.

Permasalahan lain yang juga mendasar adalah kecenderungan AI untuk “mengarang informasi” yang terdengar benar secara sintaksis, tetapi tidak memiliki landasan data (Wachter et al., 2017). Masalah ini dikenal sebagai *hallucination* dalam sistem LLM. Fenomena ini membahayakan terutama karena respons yang dihasilkan sering kali sulit dibedakan dari informasi

valid oleh pengguna dengan literasi digital rendah. Dalam komunikasi interpersonal, ketidakpastian ini mengganggu kepercayaan dan memperbesar risiko distorsi makna pesan (Walther, 1996; Veale & Edwards, 2018).

Kualitas komunikasi juga dipengaruhi oleh kemampuan AI dalam mengelola dinamika percakapan. Banyak chatbot, meskipun cepat dalam merespons, gagal mempertahankan *conversational memory* yang stabil, sehingga percakapan menjadi repetitif, tidak nyambung, atau kehilangan konteks ketika terjadi pergeseran topik (Fu et al., 2023). Situasi ini menurunkan kualitas interaksi dan memperlihatkan keterbatasan AI sebagai partner komunikasi yang konsisten. Beberapa pendekatan teknis telah dikembangkan untuk meningkatkan validitas informasi dan kualitas komunikasi AI, seperti penyertaan sumber referensi dalam jawaban AI, sistem *confidence rating* untuk setiap respons, atau pelatihan model dengan data bersih dan tervalidasi. Namun, pendekatan-pendekatan ini belum menjadi standar industri dan masih bersifat parsial (Page et al., 2021). Bahkan sistem yang mengaku transparan masih jarang menyampaikan kepada pengguna kapan mereka mungkin salah atau tidak yakin atas jawaban yang diberikan (Barthwal et al., 2025). Dari sisi etika komunikasi, kegagalan dalam menjamin validitas informasi menjadi pelanggaran terhadap prinsip dasar komunikasi yang bertanggung jawab. Dalam komunikasi manusia, kesalahan informasi biasanya dapat diklarifikasi atau diluruskan melalui konfirmasi langsung. Namun dalam konteks komunikasi dengan AI, pengguna sering kali tidak tahu bahwa sistem telah menyampaikan informasi salah, karena AI tetap memberikan respons dengan keyakinan “sintetis” yang tinggi (Noble, 2018; Radanliev & Santos, 2023).

Lebih jauh, ketika sistem AI digunakan dalam komunikasi publik, seperti pengelolaan media sosial, hubungan pelanggan, atau informasi layanan pemerintahan, penyebaran informasi tidak valid oleh AI dapat merusak reputasi institusi dan menimbulkan dampak luas bagi masyarakat (Stanford Social Media Lab, 2019). Oleh karena itu, diperlukan sistem evaluasi dan validasi berkala terhadap performa linguistik dan faktual sistem AI yang digunakan secara publik (Popay et al., 2006). Dalam literatur komunikasi, prinsip *source credibility* menjadi penentu utama efektivitas pesan. Jika AI sebagai sumber informasi tidak dianggap kredibel oleh pengguna, maka kualitas komunikasi secara keseluruhan menurun drastis (Rubin, 2009). Untuk membangun kredibilitas, sistem AI perlu dirancang agar mampu menyampaikan batasan pengetahuannya, menggunakan referensi yang transparan, dan beroperasi dalam koridor kejujuran komunikasi, bukan hanya efisiensi atau kecanggihan algoritmik semata (Meissner, 2025).

Temuan dari kajian ini menegaskan bahwa validitas informasi dan kualitas komunikasi merupakan prasyarat utama agar AI dapat diterima dan digunakan secara bertanggung jawab dalam konteks komunikasi interpersonal. Tanpa perhatian serius terhadap kedua aspek ini, AI tidak hanya berisiko menjadi alat yang menyesatkan, tetapi juga merusak integritas komunikasi itu sendiri. Maka dari itu, pendekatan interdisipliner antara teknologi, komunikasi, dan etika sangat diperlukan untuk memastikan bahwa komunikasi dengan AI tetap akurat, bermakna, dan mendukung tujuan sosial yang lebih luas.

#### **f. Implikasi AI terhadap Kepercayaan dan Relasi Sosial**

Kepercayaan merupakan fondasi dari setiap bentuk komunikasi interpersonal. Ketika komunikasi dilakukan melalui atau dengan perantara kecerdasan buatan (AI), pertanyaan besar yang muncul adalah: sejauh mana manusia dapat mempercayai AI dalam menjalankan fungsi komunikasi yang sebelumnya bersifat emosional, etis, dan sosial? Dalam literatur komunikasi, kepercayaan sering dikaitkan dengan persepsi terhadap integritas, kompetensi, dan niat baik komunikator (Rubin, 2009; Walther, 1996). Namun, AI tidak memiliki intensi moral atau kesadaran, sehingga kepercayaan terhadap AI lebih bergantung pada persepsi terhadap performa teknis dan kredibilitas sistem itu sendiri (Hancock et al., 2020).

Studi-studi menunjukkan bahwa pengguna cenderung membangun kepercayaan terhadap AI ketika sistem menunjukkan konsistensi respons, kejelasan proses pengambilan keputusan, dan kemampuan untuk menjelaskan alasan di balik jawabannya (Wachter, Mittelstadt, & Floridi, 2017). Dalam konteks ini, transparansi algoritma dan *explainability* menjadi faktor penting. AI yang dapat menjelaskan mengapa ia memberikan jawaban tertentu cenderung lebih dipercaya daripada sistem yang hanya memberikan hasil akhir tanpa penalaran (Barthwal et al., 2025). Kepercayaan ini bersifat fungsional, bukan relasional, dan cenderung bersifat transaksional—berbeda dari kepercayaan dalam relasi manusia yang bersifat emosional dan afektif.

Namun demikian, muncul fenomena di mana pengguna tidak hanya percaya pada AI secara fungsional, tetapi juga mulai membentuk bentuk kepercayaan sosial terhadap AI, seolah-olah AI adalah entitas yang memiliki niat dan kesadaran. Fenomena ini dikenal sebagai *overtrust* atau kepercayaan berlebihan terhadap AI (Shin & Park, 2019). Dalam konteks ini, pengguna mempersepsikan AI sebagai teman, penasihat, atau bahkan mitra emosional, yang dapat menyebabkan disorientasi psikologis dan ketergantungan sosial. Turkle (2017) menyebut ini

sebagai "keintiman semu", di mana hubungan yang tampak dekat sebenarnya tidak memiliki dasar sosial atau etis yang sehat.

Pengaruh AI terhadap relasi sosial juga menjadi perhatian utama dalam konteks keluarga, pekerjaan, dan komunitas digital. Di lingkungan keluarga, penggunaan asisten virtual seperti Alexa atau Google Assistant dapat memediasi interaksi rumah tangga, namun juga menimbulkan situasi di mana anggota keluarga lebih sering "berbicara" kepada teknologi daripada satu sama lain. Studi etnografis oleh Kozlowski (2020) mengungkap bahwa anak-anak mulai mengembangkan ekspektasi interaksi dari AI yang tidak sesuai dengan dinamika relasi manusia, seperti selalu ditanggapi tanpa penolakan atau konflik. Hal ini bisa merusak kemampuan mereka dalam membangun relasi nyata yang penuh nuansa.

Di lingkungan kerja, penggunaan AI untuk komunikasi internal atau pelayanan pelanggan mempercepat proses, namun menimbulkan masalah baru dalam hal kepercayaan antar rekan kerja atau antara organisasi dengan klien. Ketika komunikasi dimediasi AI, pengguna bisa merasa bahwa mereka tidak lagi berbicara dengan manusia yang memiliki otoritas dan empati, melainkan dengan sistem yang "dingin" dan tidak bertanggung jawab secara moral. Hal ini berdampak pada penurunan loyalitas, keterikatan emosional, dan rasa kepemilikan terhadap proses komunikasi (Veale & Edwards, 2018; Lee & Choi, 2021).

Relasi sosial di media digital juga mengalami transformasi karena kehadiran AI sebagai "pengguna semu". Banyak akun media sosial yang dijalankan oleh bot AI, baik untuk tujuan pemasaran, politik, maupun penipuan. Keberadaan akun-akun ini mengaburkan batas antara interaksi sosial nyata dan manipulasi algoritmik (Stanford Social Media Lab, 2019). Dalam konteks ini, kepercayaan terhadap media sosial sebagai ruang komunikasi antar individu menjadi terganggu, karena pengguna tidak dapat memastikan apakah lawan bicaranya adalah manusia atau sistem otomatis. Hal ini menurunkan kepercayaan kolektif terhadap komunikasi digital dan dapat memicu polarisasi sosial (ScienceDirect, 2019).

Peran AI dalam relasi sosial juga terkait dengan kemampuan sistem untuk menyusun narasi dan menampilkan identitas buatan. Dalam komunikasi personal seperti chat dengan chatbot atau penggunaan avatar virtual, AI dapat menciptakan persona yang meyakinkan tetapi sepenuhnya artifisial. Pengguna yang tidak sadar akan konstruksi identitas ini dapat merasa tertipu ketika mengetahui bahwa "teman bicara" mereka bukanlah manusia. Kepercayaan yang dibangun

kemudian runtuh, dan pengalaman tersebut bisa merusak kemampuan pengguna untuk membentuk relasi sehat di masa depan (Noble, 2018; Meissner, 2025).

Namun demikian, tidak semua implikasi AI terhadap kepercayaan bersifat negatif. Dalam konteks layanan darurat atau pendampingan psikologis berbasis teks, beberapa pengguna justru lebih terbuka kepada AI karena tidak merasa dihakimi. AI dianggap sebagai pihak netral yang tidak membawa prasangka atau emosi (Inkster et al., 2018). Ini menunjukkan bahwa dalam situasi tertentu, AI bisa menjadi fasilitator kepercayaan baru, selama pengguna memahami bahwa AI bukan manusia dan tidak menggantikan relasi afektif. Oleh karena itu, untuk menjaga kualitas kepercayaan dan relasi sosial di era AI, diperlukan tiga prinsip utama: transparansi sistem, pendidikan publik tentang kapasitas dan batas AI, serta desain yang mendukung kolaborasi manusia-AI secara sehat. Sistem komunikasi tidak boleh mengaburkan identitas AI, melainkan harus dengan jelas memberi tahu pengguna bahwa mereka berinteraksi dengan sistem buatan. Hal ini penting untuk menjaga integritas komunikasi dan menghindari kekecewaan sosial yang disebabkan oleh ekspektasi yang tidak realistis (Popay et al., 2006; Tricco et al., 2018). Secara keseluruhan, AI telah membawa implikasi besar terhadap pola kepercayaan dan relasi sosial manusia. Jika tidak dikelola dengan bijak, AI dapat mengganggu fondasi relasi sosial yang berbasis pada empati, tanggung jawab, dan keaslian. Namun dengan pendekatan yang etis, sadar desain, dan berbasis literasi publik, AI juga dapat menjadi mitra baru dalam membangun komunikasi interpersonal yang inklusif dan bermakna.

#### **g. AI, Representasi Sosial dan Bias Algoritmik**

Salah satu isu yang semakin mendapatkan perhatian dalam pengembangan komunikasi berbasis kecerdasan buatan (AI) adalah potensi bias dalam penyusunan representasi sosial yang dilakukan oleh sistem. AI, meskipun tampak netral secara teknis, dirancang dan dilatih menggunakan data yang berasal dari manusia, yang sarat dengan nilai-nilai, stereotip, dan ketimpangan sosial yang ada dalam masyarakat (Noble, 2018; Binns et al., 2018). Ketika data ini digunakan untuk melatih model AI, maka sistem dapat “mewarisi” dan memperkuat bias tersebut dalam respons komunikatifnya, baik secara eksplisit maupun implisit.

Bias algoritmik dalam komunikasi AI dapat terjadi pada berbagai tingkatan. Pertama, pada level representasi, yaitu bagaimana AI menggambarkan kelompok sosial tertentu dalam bahasa atau narasi yang digunakannya. Misalnya, AI dapat lebih sering mengasosiasikan laki-laki dengan profesi ilmiah dan teknologi, sementara perempuan dikaitkan dengan peran domestik atau

emosional (Barthwal et al., 2025). Studi oleh Dastin (2018) tentang sistem rekrutmen otomatis Amazon menunjukkan bahwa AI bisa secara sistematis menurunkan skor pelamar perempuan hanya karena data pelatihan sebelumnya lebih banyak berasal dari pelamar laki-laki.

Kedua, bias muncul dalam konteks gaya bahasa dan pilihan respons. Misalnya, AI bisa menggunakan istilah yang lebih agresif atau dominan ketika berinteraksi dengan pengguna dari kelompok minoritas linguistik atau budaya tertentu, karena model tersebut dilatih menggunakan data dominan yang kurang representatif (Kumar, Jain, & Dhir, 2022). Dalam komunikasi interpersonal, hal ini bisa berdampak pada marginalisasi simbolik, di mana pengguna merasa tidak dihargai atau bahkan didiskriminasi oleh sistem yang digunakan.

Ketiga, bias dapat terjadi dalam struktur interaksi—misalnya, AI lebih cepat atau lebih positif dalam menanggapi pertanyaan dari nama-nama pengguna tertentu, atau memberikan rekomendasi berdasarkan stereotip yang tersembunyi dalam data (Wachter, Mittelstadt, & Floridi, 2017). Dalam platform layanan pelanggan, bias ini dapat menghasilkan perbedaan pengalaman pengguna antara kelompok mayoritas dan minoritas, memperparah ketimpangan layanan dalam jangka panjang (Stanford Social Media Lab, 2019). Bias algoritmik juga berbahaya karena sifatnya yang tidak kasatmata. Banyak pengguna tidak menyadari bahwa mereka diperlakukan berbeda karena AI memberikan kesan netral dan teknis. Padahal, desain data, parameter pelatihan, dan logika sistem sepenuhnya dikendalikan oleh manusia (Veale & Edwards, 2018). Tanpa pengawasan dan audit algoritmik, bias ini akan terus berulang dan tertanam dalam praktik komunikasi harian, baik di institusi, media sosial, maupun layanan publik.

Representasi sosial yang dibentuk oleh AI dalam komunikasi juga dapat memengaruhi persepsi pengguna terhadap norma dan realitas sosial. Ketika AI menyampaikan narasi-narasi yang mengulang stereotip atau bias, hal ini tidak hanya berdampak pada individu, tetapi juga dapat memperkuat struktur sosial yang tidak adil (Meissner, 2025). Dalam jangka panjang, masyarakat dapat menginternalisasi representasi yang disampaikan AI sebagai kebenaran normatif, padahal sejatinya itu hanyalah refleksi dari bias historis.

Upaya untuk meminimalkan bias dalam komunikasi AI membutuhkan pendekatan multidimensi. Pertama, perlu ada kerangka kerja etik dan teknis untuk mengevaluasi dan mengoreksi bias dalam data pelatihan. Beberapa organisasi teknologi kini mulai menerapkan prinsip *fairness*, *accountability*, dan *transparency* (FAT) dalam desain AI mereka, meskipun implementasinya masih sangat bervariasi (Tricco et al., 2018). Kedua, perlu melibatkan kelompok

masyarakat rentan dalam proses desain dan pengujian sistem AI, sehingga narasi alternatif dapat dimasukkan ke dalam logika komunikasi AI.

Ketiga, penting untuk menerapkan *algorithmic auditing*, yaitu proses evaluasi berkala terhadap kinerja AI dalam berbagai konteks komunikasi untuk mendeteksi bias dan diskriminasi tersembunyi. Ini tidak hanya dilakukan melalui analisis teknis, tetapi juga melalui studi interaksi pengguna dalam konteks sosial dan budaya yang berbeda (Gough, Oliver, & Thomas, 2017). Penelitian transdisipliner antara ahli komunikasi, etika, ilmu komputer, dan studi gender sangat dibutuhkan untuk memahami dampak sosial dari bias AI secara lebih komprehensif.

Keempat, perlu dilakukan literasi publik terhadap risiko bias dalam sistem komunikasi AI. Pengguna harus dilengkapi dengan pengetahuan untuk mengidentifikasi pola bias, mempertanyakan respons AI, dan menuntut transparansi dari penyedia teknologi. Kampanye pendidikan ini akan memperkuat posisi pengguna sebagai subjek aktif dalam komunikasi, bukan sekadar penerima respons dari sistem (Rubin, 2009).

Terakhir, kesadaran bahwa AI bukanlah entitas netral harus tertanam dalam kebijakan institusi, baik di sektor pendidikan, bisnis, maupun pemerintahan. AI harus dipahami sebagai alat sosial yang memiliki konsekuensi sosial. Oleh karena itu, tanggung jawab terhadap bias komunikasi AI bukan hanya milik pengembang, tetapi juga regulator, institusi pengguna, dan masyarakat luas (Noble, 2018; Radanliev & Santos, 2023). Dengan demikian, hasil pembahasan ini menunjukkan bahwa bias algoritmik dan representasi sosial yang dikonstruksi oleh AI dalam komunikasi interpersonal bukan hanya tantangan teknis, tetapi merupakan masalah etika dan keadilan sosial. Untuk menciptakan komunikasi berbasis AI yang inklusif dan adil, dibutuhkan komitmen kolaboratif dalam desain sistem, audit yang transparan, serta pendidikan kritis terhadap teknologi. Hanya dengan cara ini, AI dapat menjadi bagian dari solusi, bukan bagian dari masalah dalam membangun komunikasi manusia yang bermartabat.

#### **h. AI dan Masa Depan Komunikasi: Proyeksi dan Rekomendasi**

Perkembangan kecerdasan buatan (AI) dalam komunikasi interpersonal tidak hanya menandai transformasi teknologi, tetapi juga membuka lembaran baru bagi masa depan hubungan sosial manusia. Berdasarkan temuan dari systematic literature review ini, terlihat jelas bahwa AI telah memasuki ruang-ruang percakapan yang sebelumnya eksklusif milik manusia—dari layanan pelanggan, pendidikan, konseling, hingga komunikasi emosional sehari-hari (Hancock et al., 2020; Turkle, 2017). Hal ini memunculkan pertanyaan yang mendesak: ke mana arah komunikasi

manusia di era AI, dan bagaimana kita merancang masa depan agar tetap berpusat pada nilai-nilai kemanusiaan?.

Proyeksi masa depan komunikasi mengindikasikan bahwa AI akan terus berkembang sebagai mitra komunikasi, bukan sekadar alat bantu. Teknologi seperti *generative AI*, *voice synthesis*, dan *emotion recognition* akan semakin mampu meniru kemampuan percakapan manusia secara real-time dan multidimodal (Hohenstein et al., 2021). Bahkan dalam eksperimen terbaru, beberapa AI sudah dapat mengenali ekspresi wajah dan nada bicara untuk menyesuaikan respons secara emosional, walaupun belum tentu memahami makna di balik emosi tersebut (Lee, Kim, & Sundar, 2020).

Namun, kemampuan meniru tidak sama dengan kemampuan memahami. Oleh karena itu, masa depan komunikasi bukan hanya tentang seberapa canggih AI bisa “berbicara seperti manusia”, tetapi bagaimana sistem tersebut diposisikan secara etis dan sosial. Rekomendasi utama dari temuan ini adalah perlunya pendekatan *human-centered AI*, yaitu rancangan teknologi yang menjadikan kebutuhan, batasan, dan nilai-nilai manusia sebagai titik tolak utama dalam pengembangan komunikasi digital (Boell & Cecez-Kecmanovic, 2015).

Pertama, dalam konteks relasi sosial, AI harus dirancang sebagai fasilitator komunikasi, bukan pengganti interaksi manusia. Komunikasi yang sehat membutuhkan empati, kepercayaan, dan akuntabilitas—tiga hal yang belum dapat direplikasi secara utuh oleh mesin. Oleh karena itu, penggunaan AI dalam komunikasi interpersonal perlu dibatasi secara fungsional, seperti untuk informasi administratif, mediasi informasi dasar, atau pendampingan teknis, sementara hubungan sosial yang bersifat afektif dan strategis tetap dijalankan oleh manusia (Inkster et al., 2018; Lee & Choi, 2021).

Kedua, dari aspek desain sistem, pengembangan AI ke depan perlu mengikuti prinsip *ethical-by-design*. Artinya, sejak awal perancangan, harus sudah dipertimbangkan aspek transparansi, akuntabilitas, inklusivitas, dan keamanan data (Wachter, Mittelstadt, & Floridi, 2017). Sistem AI yang digunakan untuk berkomunikasi dengan manusia harus secara eksplisit menginformasikan bahwa mereka adalah entitas buatan, menyediakan referensi untuk informasi yang disampaikan, dan mampu menjelaskan alasan di balik keputusan atau respons yang diberikan (Page et al., 2021).

Ketiga, dari perspektif kebijakan publik, perlu disusun regulasi yang menegaskan batas etis penggunaan AI dalam komunikasi, terutama yang menyangkut privasi, manipulasi psikologis, dan

pengaruh terhadap opini publik. Kebijakan ini harus mengatur tidak hanya pengembang, tetapi juga pengguna institusional, seperti perusahaan, lembaga pendidikan, dan pemerintah. Kejelasan hukum ini akan melindungi pengguna dari penyalahgunaan sistem komunikasi berbasis AI dan mendorong inovasi yang bertanggung jawab (Veale & Edwards, 2018; Tricco et al., 2018).

Keempat, dari sisi pendidikan dan masyarakat, perlu ditekankan pentingnya literasi AI dan komunikasi digital. Masyarakat harus dibekali dengan pemahaman kritis tentang bagaimana AI bekerja, apa batasnya, dan bagaimana cara berinteraksi dengannya secara sehat dan sadar. Ini mencakup pemahaman tentang bias algoritmik, risiko *overtrust*, serta kemampuan untuk menilai validitas informasi yang disampaikan oleh sistem (Rubin, 2009; Snyder, 2019). Pendidikan ini penting agar komunikasi digital tidak menjadi ruang manipulatif yang sulit dikendalikan, tetapi menjadi sarana peningkatan kualitas hidup dan hubungan sosial.

Kelima, dalam konteks global, AI tidak boleh menjadi alat kolonisasi digital. Pengembangan sistem AI yang hanya berdasarkan perspektif budaya dominan akan menciptakan ketimpangan komunikasi global. Oleh karena itu, pembangunan AI masa depan harus mencerminkan keragaman budaya dan bahasa, serta menghormati nilai-nilai lokal dalam praktik komunikasi (Kumar, Jain, & Dhir, 2022; Noble, 2018). Upaya ini membutuhkan kolaborasi antara ilmuwan data, ahli komunikasi, dan antropolog, serta dukungan kebijakan internasional yang adil. Peran media dalam pelestarian nilai-nilai budaya tradisional, seperti budaya Jawa, menunjukkan bahwa teknologi komunikasi tidak hanya berdimensi efisiensi, tetapi juga dapat menjadi saluran edukasi sosial yang mempertahankan identitas kolektif di tengah disrupsi digital. Dalam konteks ini, AI sebagai bentuk lanjutan media digital juga memiliki potensi untuk berperan sebagai agen pelestari nilai budaya, jika diarahkan melalui desain komunikasi yang etis dan kontekstual (Pramana & Priastuty, 2023).

Secara keseluruhan, hasil dari studi ini menunjukkan bahwa masa depan komunikasi berbasis AI bergantung pada keseimbangan antara inovasi teknologis dan kesadaran etis. AI dapat memperkuat efektivitas komunikasi, memperluas akses informasi, dan mendukung proses sosial, tetapi hanya jika sistem tersebut dirancang, digunakan, dan diawasi dengan perspektif yang menempatkan manusia sebagai pusat. Jika tidak, maka AI berpotensi mengikis kualitas interaksi sosial, memperparah ketimpangan, dan mereduksi makna komunikasi menjadi sekadar pertukaran data.

Dengan demikian, rekomendasi utama dari kajian ini adalah: (1) merancang sistem komunikasi AI yang transparan dan terbuka, (2) memperkuat kebijakan etika dan hukum terkait interaksi manusia-mesin, (3) mengintegrasikan pendidikan etika digital ke dalam sistem pendidikan formal dan non-formal, dan (4) memperluas riset interdisipliner tentang komunikasi, teknologi, dan dampaknya terhadap struktur sosial. Hanya dengan pendekatan kolektif ini, AI dapat menjadi mitra sejati dalam perjalanan evolusi komunikasi manusia, bukan ancaman bagi keotentikan relasi sosial yang menjadi esensi dari kemanusiaan itu sendiri. Filsafat komunikasi di era digital berperan penting dalam memandu perkembangan teknologi komunikasi agar tetap menjunjung nilai-nilai seperti kebenaran, keadilan, kebebasan, dan tanggung jawab. Pandangan ini menjadi relevan dalam pengembangan komunikasi berbasis AI yang tidak hanya efisien secara teknis, tetapi juga bermakna secara etis dan sosial (Kusumasanthi et. al., 2023).

## **2. Pembahasan**

Bagian ini memaparkan hasil interpretatif dari sintesis 44 artikel ilmiah terkait peran kecerdasan buatan (AI) dalam komunikasi interpersonal. Dengan mengadopsi pendekatan *Systematic Literature Review*, pembahasan dikembangkan ke dalam delapan tema utama yang membingkai transformasi relasi manusia akibat kehadiran AI sebagai aktor komunikasi baru. Tema-tema ini tidak hanya mendeskripsikan fungsi teknologis AI, tetapi juga mengeksplorasi konsekuensi sosial, psikologis, dan etis yang ditimbulkan dalam interaksi sehari-hari, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Secara konseptual, pembahasan ini mengaitkan temuan dengan teori *Computer-Mediated Communication* (CMC) yang menjadi fondasi pemahaman tentang bagaimana teknologi mengubah cara manusia berinteraksi. Dalam konteks AI, fungsi mediasi tidak lagi bersifat pasif atau teknis, tetapi aktif, di mana AI turut mengonstruksi makna, menyesuaikan gaya bahasa, dan bahkan menyampaikan pesan dengan simulasi empati. Hal ini diperkuat oleh fenomena *hyperpersonal communication*, di mana AI dapat memfasilitasi relasi yang tampak lebih intens atau intim dibanding komunikasi tatap muka, meskipun relasi tersebut tidak didasarkan pada keintensian sosial yang sejati. Fenomena ini menimbulkan dinamika baru seperti kelekatan semu (*pseudo-social bonding*), kepercayaan berlebihan (*overtrust*), dan pengaburan batas antara mesin dan manusia dalam komunikasi.

Dari perspektif motivasi pengguna, pembahasan mengacu pada kerangka *Uses and Gratifications*, di mana individu menggunakan AI untuk memenuhi kebutuhan tertentu seperti

kenyamanan, efisiensi, atau dukungan emosional. Namun, ketika AI gagal memberikan tanggapan yang relevan secara sosial dan kontekstual, kegagalan ini memunculkan ketegangan antara ekspektasi pengguna dan kapasitas sistem. Di sinilah pembahasan menyoroti pentingnya desain sistem yang tidak hanya adaptif secara teknis, tetapi juga responsif terhadap nilai-nilai relasional manusia.

Lebih lanjut, pembahasan ini mengurai bagaimana AI berdampak pada struktur relasi sosial, kepercayaan publik, dan kualitas komunikasi digital secara luas. AI terbukti dapat memperluas jangkauan interaksi dan mengefisienkan proses komunikasi, tetapi juga membawa risiko serius dalam hal validitas informasi, bias representasi, dan eksklusi sosial bagi kelompok yang kurang terfasilitasi secara digital. Isu-isu ini dibahas dalam konteks etika komunikasi dan prinsip *ethical-by-design*, yang menekankan pentingnya transparansi, akuntabilitas, dan inklusivitas dalam desain sistem AI yang digunakan dalam ruang-ruang komunikasi publik dan privat.

Pembahasan ini juga mencermati realitas bahwa interaksi manusia dengan AI tidak dapat dipisahkan dari konteks sosial, budaya, dan struktural yang lebih luas. AI, sebagai artefak teknologi, membawa serta nilai-nilai dari pembuat dan data pelatihannya. Oleh karena itu, pembahasan menekankan bahwa evaluasi terhadap sistem komunikasi AI harus dilakukan secara holistik: tidak hanya dari aspek performa, tetapi juga dari dampaknya terhadap keadilan sosial, representasi identitas, dan pemaknaan ulang terhadap hubungan antarmanusia. Dengan demikian, pembahasan ini tidak hanya memberikan interpretasi terhadap temuan literatur, tetapi juga memosisikan AI sebagai fenomena komunikasi yang kompleks dan berlapis, yang membutuhkan analisis kritis lintas disiplin. AI bukan hanya inovasi teknis, tetapi juga tantangan epistemologis dan etis dalam memahami ulang komunikasi di era digital.

## **SIMPULAN**

Penelitian ini mengungkap bahwa kecerdasan buatan telah menjadi kekuatan transformasional dalam komunikasi interpersonal, tidak hanya sebagai alat bantu teknis, tetapi juga sebagai entitas mediasi yang secara aktif membentuk proses, isi, dan dinamika interaksi manusia. Perkembangan ini memperluas cakupan teori komunikasi yang dimediasi komputer, dengan memperlihatkan bahwa AI kini tidak sekadar menyalurkan pesan, tetapi turut mengonstruksi makna dan ekspektasi dalam hubungan sosial. Dalam praktiknya, AI mampu menciptakan kesan kedekatan dan kepercayaan yang melampaui komunikasi konvensional, sebagaimana dijelaskan

dalam teori hyperpersonal communication. Ilusi kedekatan ini terbentuk melalui respons-respons linguistik yang disesuaikan secara algoritmik, tetapi tanpa dasar empati atau niat sosial, sehingga berpotensi menciptakan keintiman semu yang memengaruhi keseimbangan emosional pengguna. Sementara itu, teori uses and gratifications menjelaskan bagaimana pengguna cenderung memilih interaksi dengan AI untuk memenuhi kebutuhan akan efisiensi, kenyamanan, atau bahkan validasi emosional. Namun, ketika ekspektasi terhadap AI tidak disertai dengan kesadaran atas keterbatasan sistem, pengguna bisa mengalami kekecewaan atau bahkan disorientasi relasional. Selain itu, kajian ini juga menyoroti perlunya pendekatan *ethical-by-design* dalam pengembangan AI komunikasi, mengingat adanya risiko bias algoritmik, kesenjangan akses, dan ancaman terhadap privasi serta validitas informasi. AI harus dirancang bukan untuk menggantikan manusia dalam membangun relasi, tetapi untuk memperkuat kapasitas sosial, memperluas akses informasi yang adil, dan menjaga integritas komunikasi. Oleh karena itu, masa depan komunikasi interpersonal perlu diarahkan pada integrasi antara kecanggihan teknologi dan nilai-nilai kemanusiaan, dengan menjadikan AI sebagai fasilitator yang inklusif, transparan, dan bertanggung jawab. Jika tidak dikelola secara kritis dan etis, AI dapat mereduksi makna komunikasi menjadi interaksi mekanis tanpa dimensi sosial yang autentik. Namun, jika diarahkan dengan bijak, AI memiliki potensi besar untuk memperkaya cara manusia terhubung, memahami satu sama lain, dan membangun komunitas yang lebih kohesif di era digital.

## DAFTAR PUSTAKA

- Almalki, S., Gray, K., & Martin-Sanchez, F. (2021). Accessibility in AI systems: Barriers and facilitators. *Journal of Biomedical Informatics*, *118*, 103785.
- Barthwal, A., Campbell, M., & Shrestha, A. K. (2025). Privacy Ethics Alignment in AI (PEA-AI): A Stakeholder-Centric Based Framework for Ethical AI. *arXiv preprint arXiv:2503.11950*.
- Binns, R., Veale, M., Van Kleek, M., & Shadbolt, N. (2018). 'It's Reducing a Human Being to a Percentage'. In *Proceedings of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1–14).
- Boediman, E. P. (2023). *Exploring the Impact of Emerging New Media and Communication Technologies on Society: A Scoping Review*. Sadharananikarana: Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu, *5*(1), 830–845.
- Boell, S. K., & Cecez-Kecmanovic, D. (2015). On being 'systematic' in literature reviews in IS. *Journal of Information Technology*, *30*(2), 161–173.
- Booth, A., Sutton, A., & Papaioannou, D. (2016). *Systematic approaches to a successful literature review* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, *3*(2), 77–101.

- Burgoon, J. K., Guerrero, L. K., & Floyd, K. (2016). *Nonverbal communication* (5th ed.). Routledge.
- Dastin, J. (2018). Amazon scraps secret AI recruiting tool that showed bias against women. *Reuters*. <https://www.reuters.com>
- Fu, Y., Foell, S., Xu, X., & Hiniker, A. (2023). From Text to Self: Users' Perceptions of Potential of AI on Interpersonal Communication and Self. *arXiv preprint arXiv:2310.03976*.
- Gough, D., Oliver, S., & Thomas, J. (2017). *An introduction to systematic reviews* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Gough, D., Thomas, J., & Oliver, S. (2012). Clarifying differences between review designs and methods. *Systematic Reviews*, 1(1), 28.
- Hancock, J. T., Naaman, M., & Levy, K. (2020). AI-mediated communication: Definition, research agenda, and ethical considerations. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 25(1), 89–100.
- Hohenstein, J., DiFranzo, D., Kizilcec, R. F., Aghajari, Z., Mieczkowski, H., Levy, K., Naaman, M., Hancock, J., & Jung, M. (2021). Artificial intelligence in communication impacts language and social relationships. *arXiv preprint arXiv:2102.05756*.
- IJIRMF. (2023). Impact of AI on interpersonal communication. *International Journal of Innovative Research in Multidisciplinary Field*, 9(4), 17–25.
- Inkster, B., Sarda, S., & Subramanian, V. (2018). An empathy-driven, conversational artificial intelligence agent (Wysa) for digital mental well-being: Real-world data evaluation. *JMIR mHealth and uHealth*, 6(11), e12106.
- Jesson, J., Matheson, L., & Lacey, F. M. (2011). *Doing your literature review: Traditional and systematic techniques*. SAGE Publications.
- Kirchschläger, P. (2024). Big Tech firms have consistently shown little concern about harming people and violating their rights. *Le Monde*. <https://www.lemonde.fr>
- Kitchenham, B., & Charters, S. (2007). Guidelines for performing Systematic Literature Reviews in Software Engineering. *EBSE Technical Report*, EBSE-2007-01.
- Korobenko, D., Nikiforova, A., & Sharma, R. (2024). Towards a Privacy and Security-Aware Framework for Ethical AI. *arXiv preprint arXiv:2403.08624*.
- Kozlowski, A. (2020). Companionship with AI chatbots: A review of literature. *AI & Society*, 35(1), 97–109.
- Kraus, S., Feuerriegel, S., & Oztekin, A. (2021). Decision support using AI systems. *European Journal of Operational Research*, 295(3), 875–888.
- Kumar, P., Jain, N., & Dhir, A. (2022). Cross-cultural challenges in AI-mediated communication. *Telematics and Informatics*, 66, 101742.
- Kusumananthi, D., Wiguna, I. B. A. A., & Puspawati, S. (2023). Eksistensi filsafat komunikasi di era digital. *SAMVADA: Jurnal Riset Komunikasi, Media, dan Public Relation*, 2(1), 22–37. <https://e-journal.iahn-gdepudja.ac.id/index.php/DD/article/view/981>
- Lee, H., Choi, S. M., & Kim, Y. (2022). The psychological implications of AI companions in long-term interactions. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 25(4), 243–249.
- Lee, J., & Choi, M. (2021). Communicating with AI systems: The role of familiarity and trust. *Information Systems Frontiers*, 23(5), 1241–1256.
- Lee, Y., Kim, M., & Sundar, S. S. (2020). Avatar realism and social presence in AI communication. *Human-Computer Interaction*, 35(3), 205–232.

- Mays, N., Pope, C., & Popay, J. (2005). Systematically reviewing qualitative and quantitative evidence to inform management and policy-making in the health field. *Journal of Health Services Research & Policy*, 10(1\_suppl), 6–20.
- Meissner, A. (2025). AI ethics: Integrating transparency, fairness, and privacy in communication systems. *Journal of Artificial Intelligence*, 36(2), 123–134.
- Mikalef, P., Krogstie, J., Pappas, I. O., & Giannakos, M. (2018). Investigating the effects of big data analytics capabilities on firm performance: The mediating role of dynamic capabilities. *Information & Management*, 55(7), 103175.
- Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., & Altman, D. G. (2009). Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses: The PRISMA statement. *PLoS Medicine*, 6(7), e1000097.
- Morgan, T. (2017). AI chatbots and interpersonal communication: A study on uses and gratifications. *International Journal of Innovative Research in Multidisciplinary Field*, 3(7), 1–5.
- Noble, S. U. (2018). *Algorithms of oppression: How search engines reinforce racism*. NYU Press.
- Pabubung, M. R. (2023). Masyarakat Rasional dan Tantangan dalam Menghadapi Artificial Intelligence. *Sadharananikarana: Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu*, 5(2), 152–159. [4](#)
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., ... & Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ*, 372, n71.
- Popay, J., Roberts, H., Sowden, A., Petticrew, M., Arai, L., Rodgers, M., ... & Duffy, S. (2006). *Guidance on the conduct of narrative synthesis in systematic reviews*. ESRC Research Methods Programme.
- Pramana, P., Priastuty, C. W., & Utari, P. (2024). Waspada cinta maya: Membangun kesadaran bahaya online love scam masyarakat desa "Damai" Nglingsi. *Dharma Sevanam: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(1), 30–39. <https://e-journal.iahn-gdepudja.ac.id/index.php/DS/article/view/1205>
- Pramana, P., & Priastuty, C. W. (2023). Media sebagai wadah pelestarian budaya Jawa. *SAMVADA: Jurnal Riset Komunikasi, Media dan Public Relation*, 2(2), 116–123. <https://e-journal.iahn-gdepudja.ac.id/index.php/DS/article/view/1310>
- Raczka, R. (2025). AI therapists can't replace the human touch. *The Guardian*.
- Radanliev, P., & Santos, O. (2023). Ethics and responsible AI deployment in digital communication. *arXiv preprint arXiv:2311.14705*.
- Rubin, A. M. (2009). Uses-and-gratifications perspective on media effects. In J. Bryant & M. B. Oliver (Eds.), *Media Effects: Advances in Theory and Research* (pp. 165–184). Routledge.
- Satariano, W. A., & Wong, K. C. (2019). Digital inclusion and the elderly: Barriers and opportunities. *Journal of Aging & Social Policy*, 31(2), 109–126.
- ScienceDirect. (2019). The effects of AI-mediated communication on attribution and trust. *Computers in Human Behavior*, 92, 265–273.
- Siddaway, A. P., Wood, A. M., & Hedges, L. V. (2019). How to do a systematic review: A best practice guide. *Annual Review of Psychology*, 70, 747–770.
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333–339.
- Stanford Social Media Lab. (2019). AI-mediated communication: Platform manipulation and user response. <https://sml.stanford.edu>

- Thomas, J., & Harden, A. (2008). Methods for the thematic synthesis of qualitative research in systematic reviews. *BMC Medical Research Methodology*, 8(1), 45.
- Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. *British Journal of Management*, 14(3), 207–222.
- Tricco, A. C., Lillie, E., Zarin, W., et al. (2018). PRISMA extension for scoping reviews (PRISMA-ScR): Checklist and explanation. *Annals of Internal Medicine*, 169(7), 467–473.
- TrustCloud. (2024). Data privacy and AI: Ethical considerations and best practices. *TrustCloud Community Documentation*. <https://community.trustcloud.ai>
- Veale, M., & Edwards, L. (2018). Clarity, surprises, and further questions in the Article 29 Working Party draft guidance on automated decision-making and profiling. *Computer Law & Security Review*, 34(2), 398–404.
- Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, 23(1), 3–43.
- Wood, J. T. (2004). *Interpersonal communication: Everyday encounters* (4th ed.). Wadsworth.