

Arsitek Narasi di Era Mesin: Literasi AI sebagai Senjata Kompetitif

Onno W. Purbo
onno@indo.net.id
onno@itts.ac.id
Twitter onnowpurbo

**Institut Teknologi Tangerang Selatan
2025**

Lisensi

Buku ini dilisensikan di bawah **Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)**.

Anda bebas untuk:

- **Berbagi** — menyalin dan menyebarkan materi ini dalam bentuk dan media apa pun.
- **Mengadaptasi** — mengubah, mengubah, dan membuat turunan dari materi ini untuk tujuan apa pun, termasuk tujuan komersial.



Dengan ketentuan:

- **Atribusi** — Anda harus memberikan kredit yang sesuai kepada penulis (*Onno W. Purbo*), menyertakan tautan lisensi, dan menunjukkan jika ada perubahan yang dilakukan. Anda dapat melakukannya dengan cara yang wajar, namun tidak dengan cara yang menyiratkan bahwa pemberi lisensi mendukung Anda atau penggunaan Anda.

Lisensi lengkap dapat dilihat di:

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

© 2025 Onno W. Purbo.

Disclaimer

Buku *Arsitek Narasi di Era Mesin: Literasi AI sebagai Senjata Kompetitif* disusun dengan dukungan teknologi kecerdasan artifisial (AI) untuk mempercepat proses analisis dan penulisan. Meskipun telah diupayakan ketelitian, isi buku ini tidak dimaksudkan sebagai nasihat profesional yang final dan pembaca diharapkan melakukan verifikasi tambahan sebelum menggunakannya untuk kepentingan akademik, praktis, maupun kebijakan. Seluruh pandangan yang tertuang merupakan opini penulis dan tidak selalu mewakili institusi terkait; penulis serta penerbit tidak bertanggung jawab atas konsekuensi yang timbul dari penggunaan informasi dalam buku ini. Buku ini dilisensikan di bawah **Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)**, sehingga dapat digunakan dan diadaptasi dengan atribusi yang sesuai kepada penulis.

Daftar Isi

Lisensi.....	2
Disclaimer.....	2
Daftar Isi.....	3
Kata Pengantar.....	9
Executive Summary.....	10
Bab 1: Pendahuluan.....	11
Latar belakang pentingnya AI dalam transformasi pendidikan dan SDM.....	11
Urgensi AI dalam Transformasi Pendidikan.....	11
Transformasi Kompetensi SDM di Era AI.....	11
Peran AI dalam Inovasi Kurikulum Ilmu Komunikasi.....	12
Kolaborasi Lintas Sektor untuk Pengembangan SDM Berbasis AI.....	12
Dampak AI terhadap SDM Unggul di Era Digital.....	13
Summary.....	13
Tantangan dan peluang AI di bidang Ilmu Komunikasi.....	14
Tantangan AI dalam Ilmu Komunikasi.....	14
Peluang AI dalam Ilmu Komunikasi.....	15
Implikasi Praktis untuk Akademisi dan Praktisi di Indonesia.....	15
Summary.....	16
Tujuan dan ruang lingkup buku.....	17
Bab 2: Dinamika Ilmu Komunikasi di Era Digital dan AI.....	19
Perubahan lanskap media, jurnalisme, PR, iklan, dan komunikasi korporat.....	19
Media & Jurnalisme: Otomatisasi, Personalisasi, dan Krisis Kepercayaan.....	19
PR & Komunikasi Korporat: Dari Reaktif ke Prediktif.....	19
Iklan: Hiper-Personalisasi dan Revolusi Connected TV.....	20
Tantangan Etis dan Kompetensi Baru.....	20
Konvergensi teknologi: AI, big data, dan Internet of Things dalam komunikasi.....	21
AI sebagai Otak, Big Data sebagai Jantung, IoT sebagai Saraf.....	21
Tren dan Signifikansi Global.....	21
Dampak pada Bidang Komunikasi.....	21
Infrastruktur Pendukung.....	22
Tantangan Etis dan Sosial.....	22
Implikasi Strategis & Rekomendasi.....	22
Ringkasan Kritis.....	22
Peran AI dalam mempengaruhi perilaku dan praktik komunikasi.....	23
Pengaruh AI terhadap Perilaku Komunikasi Individu.....	23
Transformasi Praktik Komunikasi Profesional.....	23
Tantangan Etis dan Risiko.....	23
Implikasi untuk Ilmu Komunikasi.....	24
Bab 3: Literasi Kecerdasan Artifisial untuk Mahasiswa dan Dosen Ilmu Komunikasi.....	25
Definisi dan dimensi literasi AI.....	25
Dimensi-Dimensi Literasi AI Terkini.....	26
Arah Praktis & Strategis untuk Ilmu Komunikasi.....	26

Pemahaman Konseptual AI (Know & Understand AI).....	28
Penggunaan dan Penerapan AI (Use & Apply AI).....	28
Evaluasi dan Kreasi AI (Evaluate & Create AI).....	29
Etika dan Pertanggungjawaban AI (AI Ethics).....	29
Interaksi Human–Machine Communication (HMC).....	29
Literasi AI Generatif (Generative AI Literacy).....	29
Pengukuran Literasi AI (AI Competency Objective Scale – AICOS).....	29
Ringkasan Praktikal Kompetensi Dasar.....	30
Refleksi Kritis dan Implikasi Praktis.....	30
Studi kasus: Literasi AI dalam kampus-kampus global.....	31
Penerapan AI Across the Curriculum di University of Florida (AS).....	31
Inklusi Generatif AI di Kebijakan dan Praktik Kampus Terkemuka.....	31
Penggunaan AI oleh Mahasiswa di Tingkat Global.....	31
Reaksi Kampus terhadap AI: Dari Larangan ke Integrasi Kritis.....	31
Inisiatif Global dalam Meningkatkan AI Literacy.....	31
Kritik & Refleksi Praktikal.....	32
Rekomendasi Perumusan Modul yang Relevan.....	33
Peta literasi AI dan komunikasi digital.....	34
Definisi Literasi AI.....	34
Dimensi Literasi AI: Kerangka Terkini.....	34
Digital Promise Framework (2024).....	34
Digital Education Council (2025).....	35
MAILS (2023) dan AICOS Scale (2025).....	35
Psikometrik A-Factor (2025).....	35
Empat Pilar Literasi AI untuk Ilmu Komunikasi.....	35
Analisis Kritis.....	35
Rekomendasi Praktikal untuk SDM Ilmu Komunikasi.....	36
Kesimpulan Ringkas.....	36
Bab 4: Kerangka Kompetensi SDM Ilmu Komunikasi di Era AI.....	37
Kompetensi teknis dan non-teknis yang dibutuhkan.....	37
Kompetensi Teknis – Memanfaatkan AI secara Strategis.....	37
Kompetensi Non-Teknis – Menjaga Pilar Humanistik.....	38
Sinergi Teknis & Non-Teknis – Kunci SDM Unggul Ilmu Komunikasi.....	38
Rangkuman Kompetensi Kunci.....	39
Rekomendasi Praktis untuk Akademisi dan Industri.....	39
Profil SDM unggul Ilmu Komunikasi berbasis AI.....	40
Tantangan Global & Relevansi Pendidikan Komunikasi.....	40
Dimensi Kompetensi SDM Komunikasi Berbasis AI.....	40
Keunikan Profesi Ilmu Komunikasi.....	41
Efisiensi & Peran AI dalam Manajemen SDM dan Komunikasi.....	41
Kerangka Praktis Pengembangan Profil.....	41
Rekomendasi Kebijakan & Akademik.....	41
Framework pengembangan kompetensi: cognitive, digital, ethical, dan creative skills....	43
Kompetensi Kognitif – Bernalar di Atas Mesin.....	43

Kompetensi Digital – Dari Pengguna Menjadi AI Conductor.....	43
Kompetensi Etis – Penjaga Gerbang Kepercayaan.....	44
Kompetensi Kreatif – Orkestrasi Ide dan Emosi.....	44
Integrasi Keempat Pilar.....	44
Kesimpulan.....	45
Analisis gap kompetensi dosen dan mahasiswa saat ini.....	46
Kesenjangan Kompetensi Dosen.....	46
Kesenjangan Kompetensi Mahasiswa.....	46
Analisis Kritis Gap Kompetensi.....	47
Rekomendasi Praktis.....	47
Kesimpulan.....	47
Bab 5: Profil Lulusan Komunikasi & Jurnalistik AI-Assisted.....	49
Lulusan Komunikasi/Jurnalistik di Era AI.....	49
Keahlian Baru Lulusan Komunikasi/Jurnalistik AI-Assisted.....	49
Outcome Lulusan.....	50
Critical Narration.....	50
Bab 6: Kajian Kurikulum dan Kebutuhan Modul Literasi AI di Prodi Ilmu Komunikasi.....	51
Analisis kurikulum Ilmu Komunikasi saat ini (nasional dan global).....	51
Kurikulum Nasional: Dominasi Teori, Minim Literasi AI.....	51
Kurikulum Global: Integrasi AI Progresif namun Tidak Merata.....	52
Perbandingan Nasional–Global.....	53
Rekomendasi Strategis.....	53
Kesimpulan.....	53
Integrasi AI dalam mata kuliah: teori & praktik.....	55
Aspek Teori: AI sebagai Pengubah Paradigma Komunikasi.....	55
Aspek Praktik: Aplikasi AI dalam Produksi dan Analisis Komunikasi.....	55
Tantangan dan Peluang Implementasi.....	56
Kesimpulan Strategis.....	56
Desain kurikulum berbasis outcome dan kebutuhan industri.....	57
Data Strategis: Urgensi Reformasi.....	57
Prinsip Praktikal OBE untuk Prodi Ilmu Komunikasi.....	57
Kritik dan Mitigasi.....	58
Rekomendasi Strategis.....	58
Kesimpulan Kritis.....	58
Peran MBKM (Merdeka Belajar Kampus Merdeka) dalam implementasi AI literacy.....	59
Praktek Lapangan: Studi Kasus dan Data Terkini.....	59
Kelebihan Strategis & Tantangan Praktis.....	60
Rekomendasi Implementasi di Prodi Ilmu Komunikasi.....	60
Catatan Kritis dan Kesimpulan.....	60
Bab 7: Model Modul Literasi AI untuk Ilmu Komunikasi.....	62
Tujuan pembelajaran dan capaian kompetensi.....	62
Mengapa Fokus pada Tujuan Pembelajaran dan Capaian Kompetensi Penting?.....	62
Tujuan Pembelajaran: Sebelum Merumuskan, Tetapkan “Apa yang Mahasiswa Harus Bisa Lakukan”?.....	62

Capaian Kompetensi (Learning Outcomes): Struktur dan Kerangka Kerja.....	63
Tip Praktis: Merancang Modul Berdasarkan Tujuan & Capaian Kompetensi.....	63
Kesimpulan Singkat.....	64
Struktur modul: pengantar, materi utama, studi kasus, tugas/proyek akhir.....	65
Pengantar.....	65
Materi Utama.....	65
Studi Kasus.....	66
Tugas / Proyek Akhir.....	66
Ringkasan Tabel.....	67
Alasan Pendekatan Ini Efektif.....	67
Kesimpulan.....	68
Contoh modul: AI untuk Produksi Konten dan Kreativitas.....	69
Dominasi dan Pertumbuhan Pasar AI dalam Produksi Konten.....	69
Efisiensi dan Produktivitas di Balik Kreativitas yang Dipacu AI.....	69
Kualitas, Risiko, dan “AI Slop”.....	69
Kreativitas Manusia dan Adaptasi Praktik Industri.....	70
Pelatihan, Literasi, dan Kesiapan Pengguna.....	70
Ringkasan Praktis untuk Modul:.....	71
Contoh modul: Natural Language Processing dalam Media.....	72
Gambaran Umum & Relevansi Terkini.....	72
Potensi Praktis: Otomatisasi Produksi Konten.....	72
Analisis Sentimen & Moderasi Konten.....	72
Pasar & Tren Global NLP.....	72
Alat & Platform NLP Terkini (2025).....	72
Tantangan Bahasa Indonesia & Lokal.....	73
Tantangan dan Keterbatasan (Kritis).....	73
Arah Masa Depan & Rekomendasi.....	73
Ringkasan Narasi.....	74
Implikasi Bagi Modul dan Kurikulum.....	74
Contoh modul: Etika dan Disrupsi Teknologi.....	75
Konteks Global: Mengapa Etika Teknologi Jadi Standar Strategis.....	75
Isu Etika Kontemporer: Dari Bias Hingga Governance Fragmented.....	75
Tantangan Operasional: Implementasi Etika di Organisasi.....	76
Pendekatan Praktis dalam Modul: Apa yang Bisa Dilakukan?.....	76
Penutup: Memprioritaskan Etika dalam Disrupsi Teknologi.....	77
Contoh modul: Data Analytics dan Komunikasi Strategis.....	78
Melampaui Intuisi: Data sebagai Penggerak Keputusan Komunikasi.....	78
Storytelling Berbasis Data: Fondasi Baru PR di Era Digital.....	78
Tren Teknologi Data Analytics yang Mengubah Cara Kita Berkomunikasi.....	78
ROI Analytics: Bukti Nyata ke Manajemen.....	78
Optimalisasi Strategi Komunikasi melalui Audience Insights.....	79
Aplikasi Praktis dalam Modul "Data Analytics dan Komunikasi Strategis".....	79
Kesimpulan Singkat.....	80
Metodologi pembelajaran: blended learning, experiential learning, microcredentials.....	81

Blended Learning (Pembelajaran Campuran).....	81
Experiential Learning (Pembelajaran Berbasis Pengalaman).....	81
Microcredentials (Sertifikat Mikro).....	82
Ringkasan Perbandingan Metodologi.....	83
Mengapa Ini Penting untuk Ilmu Komunikasi dan Literasi AI?.....	83
Bab 8: Strategi Implementasi dan Penguatan SDM Perguruan Tinggi.....	84
Pelatihan dan sertifikasi dosen.....	84
Signifikansi dan Konteks Strategis.....	84
Data dan Praktik Nyata (Update hingga Agustus 2025).....	84
Analisis Kritis & Insight.....	85
Rekomendasi Praktikal.....	85
Kesimpulan Strategis.....	86
Penguatan kolaborasi kampus–industri–pemerintah.....	87
Model Kolaborasi Efektif.....	87
Praktik Terbaik dan Bukti Nyata.....	88
Rekomendasi dan Strategi Implementasi.....	88
Ringkasan Praktis.....	89
Penutup.....	89
Rencana aksi nasional literasi AI di Ilmu Komunikasi.....	90
Konteks dan Justifikasi Strategis.....	90
Analisis Kritis Berdasarkan Kondisi Terkini.....	91
Rekomendasi Praktikal dan Terukur.....	91
Rekomendasi kebijakan untuk institusi dan pemerintah.....	93
Mewujudkan Sovereign AI Fund sebagai Katalis Transformasi.....	93
Mempercepat Penyusunan dan Sosialisasi Roadmap AI Nasional.....	93
Memasukkan Literasi AI ke Kurikulum dari Sekolah hingga PT.....	93
Membangun Kompetensi Etis dan Digital di Perguruan Tinggi.....	93
Tingkatkan Kapasitas SDM melalui Sertifikasi dan Kolaborasi Industri.....	94
Bangun Ekosistem AI Daerah yang Strategis.....	94
Tingkatkan Literasi AI Publik untuk Resiliensi Informasi.....	94
Adopsi Best Practices Internasional dalam Literasi Organisasi.....	94
Ringkasan.....	95
Bab 9: Rekomendasi dan Roadmap.....	96
Roadmap pengembangan kompetensi SDM Ilmu Komunikasi 2025–2030.....	96
Landasan Strategis: Momentum dan Tantangan.....	96
Pilar Utama Roadmap Kompetensi (2025–2030).....	97
Narasi Praktikal Tiap Tahun.....	97
Penekanan Kontekstual dan Relevansi Data.....	98
Panduan adopsi kurikulum dan modul AI di prodi Komunikasi.....	99
Konteks Strategis & Isu Terkini.....	99
Rekomendasi Praktis untuk Prodi Komunikasi.....	99
Kritik Konstruktif & Arah Ke Depan.....	100
Kesimpulan: Narasi Panduan Praktis & Kritis.....	100
Indikator keberhasilan dan pengukuran dampak.....	102

Indikator Keberhasilan (Outcome dan Output).....	102
Pengukuran Dampak (Scale Validity & Tools Terkini).....	102
Rekomendasi Praktis Pengukuran di Prodi Ilmu Komunikasi.....	103
Kesimpulan Narasi.....	104
Referensi.....	105
Lampiran: Contoh RPS Mata Kuliah AI untuk Ilmu Komunikasi.....	119
Identitas Mata Kuliah.....	119
Deskripsi Singkat.....	119
Capaian Pembelajaran.....	119
Materi Pembelajaran.....	120
Metode Pembelajaran.....	120
Penilaian.....	120
Tugas Besar/Proyek Akhir.....	121
Lampiran: Daftar tools dan platform AI yang relevan.....	122
Kategori Tools AI Utama yang Relevan untuk Ilmu Komunikasi.....	122
AI Chatbot dan Asisten Generatif.....	122
Konten Visual, Video, dan Desain AI.....	122
Pembelajaran & Pendidikan AI-driven.....	122
Automasi dan Agensi Kreatif AI di Bidang Komunikasi.....	123
Produktivitas, Research & Knowledge Management.....	123
Rekomendasi Praktikal untuk Integrasi di SDM Ilmu Komunikasi.....	123
Catatan Kritis Etis & Keamanan.....	124
Penutup: Strategi Implementasi dan Keberlanjutan.....	124
Lampiran: Glosarium istilah AI dan Komunikasi.....	125
Tentang Penulis.....	128

Kata Pengantar

Alhamdulillah, atas rahmat Allah SWT, buku *Arsitek Narasi di Era Mesin: Literasi AI sebagai Senjata Kompetitif* akhirnya dapat diselesaikan. Buku ini lahir dari keprihatinan sekaligus optimisme: di satu sisi, dunia komunikasi kita dihadapkan pada derasnya arus disrupsi teknologi, terutama kecerdasan artifisial (AI), yang mengubah cara kita menulis, membaca, berdiskusi, hingga membangun opini publik. Di sisi lain, teknologi ini membuka peluang strategis untuk membangun sumber daya manusia Indonesia yang lebih cerdas, kritis, dan kompetitif di era digital.

Buku ini ditulis sebagai panduan praktis sekaligus refleksi akademik, yang ditujukan bagi mahasiswa, dosen, peneliti, jurnalis, praktisi PR, kreator konten, serta siapa pun yang berkecimpung dalam dunia komunikasi. Fokus utama buku ini adalah **literasi AI**—sebuah kemampuan baru yang kini menjadi kompetensi inti, bukan sekadar pelengkap. Melalui literasi AI, kita tidak hanya belajar memahami mesin, tetapi juga menjaga agar teknologi tetap berpihak pada nilai kemanusiaan: etika, empati, dan keadilan.

Saya menyadari bahwa proses penulisan buku ini tidak lepas dari bantuan teknologi AI itu sendiri, yang mempercepat pengumpulan data, penyusunan analisis, hingga perumusan narasi. Namun, keputusan, tafsir, dan arah berpikir tetap sepenuhnya menjadi tanggung jawab manusia. Dengan demikian, buku ini sekaligus menjadi bukti konkret bagaimana manusia dan mesin dapat berkolaborasi, tanpa kehilangan kendali atas makna.

Tentu, masih banyak kekurangan dalam buku ini, baik dari sisi kedalaman kajian, kelengkapan data, maupun integrasi referensi. Karena itu, saya sangat membuka diri untuk kritik, masukan, dan kolaborasi agar edisi berikutnya lebih sempurna. Harapan saya sederhana: semoga buku ini dapat menjadi **peta jalan** bagi siapa pun yang ingin menavigasi era mesin dengan bijak, serta menjadi **pemantik diskusi nasional** tentang bagaimana kita menyiapkan generasi komunikator dan jurnalis Indonesia di tengah revolusi AI.

Akhir kata, saya ucapkan terima kasih kepada semua pihak—rekan sejawat, mahasiswa, praktisi, serta komunitas digital—yang telah menginspirasi dan memberi masukan dalam perjalanan penulisan ini. Semoga buku ini bermanfaat, menginspirasi, dan menjadi bagian dari ikhtiar bersama menuju *Indonesia Emas 2045*.

Tangerang Selatan, 2025
Onno W. Purbo

Executive Summary

Buku ini menegaskan bahwa **literasi kecerdasan artifisial (AI)** kini menjadi kompetensi inti bagi akademisi, praktisi, dan mahasiswa Ilmu Komunikasi di Indonesia. AI tidak lagi sekadar alat bantu, melainkan kekuatan disruptif yang mengubah cara informasi diproduksi, didistribusikan, dan diterima publik. Dengan hanya 12–25% tenaga kerja komunikasi di Indonesia yang menguasai keterampilan AI, sementara 85% pekerjaan tahun 2030 akan menuntut kemampuan digital, kesenjangan kompetensi menjadi tantangan serius. Risiko utama yang dihadapi mencakup **disinformasi, bias algoritmik, disrupsi peran tradisional, hingga dehumanisasi komunikasi**.

Namun, peluang strategis yang ditawarkan AI sangat besar: mulai dari **komunikasi hyper-personalized** yang meningkatkan loyalitas pelanggan hingga 15% dan pendapatan 25%, percepatan produksi konten hingga 40%, pemanfaatan **analitik prediktif** untuk mitigasi krisis, hingga lahirnya profesi hibrida seperti *Communication Data Analyst* dan *AI Ethics Officer*.

Buku ini menawarkan kerangka **literasi AI tujuh dimensi**—Know & Understand, Use & Apply, Evaluate & Create, AI Ethics, Human–Machine Communication, Generative AI Literacy, dan AICOS (AI Competency Objective Scale)—yang menekankan etika, empati, kreativitas, dan narasi sebagai keunggulan manusia yang tak tergantikan. Reformasi kurikulum berbasis **Outcome-Based Education (OBE)**, selaras dengan kebijakan MBKM, menjadi prioritas untuk menyiapkan lulusan yang relevan dengan industri.

Strategi implementasi menekankan **kolaborasi perguruan tinggi–industri–pemerintah**, penguatan pelatihan dosen, sertifikasi, serta penyusunan **kerangka etis nasional** guna mengatur tata kelola AI, mitigasi deepfake, dan perlindungan privasi. Roadmap 2025–2030 mengarahkan pengembangan kompetensi teknis, kognitif, kreatif, dan etis, sehingga lulusan tidak hanya menjadi pengguna pasif, melainkan **arsitek narasi yang mampu menggabungkan kecerdasan mesin dengan nilai kemanusiaan, etika, dan relevansi budaya**.

Dengan pendekatan ini, buku ini memposisikan literasi AI sebagai **senjata kompetitif bangsa** untuk mewujudkan *Indonesia Emas 2045*, menjadikan SDM komunikasi sebagai motor penggerak transformasi digital yang inklusif, etis, dan berdaya saing global.

Bab 1: Pendahuluan

Latar belakang pentingnya AI dalam transformasi pendidikan dan SDM

Di tengah kemajuan era digital, **kecerdasan artifisial (AI)** telah menjadi pendorong utama transformasi di berbagai sektor, termasuk pendidikan dan pengembangan **sumber daya manusia (SDM)**. Dalam konteks **Ilmu Komunikasi**, AI tidak hanya mengubah cara informasi diproduksi, disebarkan, dan diterima, tetapi juga menuntut perubahan paradigma dalam pendidikan untuk menghasilkan SDM yang kompeten dan relevan di era digital. Dengan potensi untuk meningkatkan efisiensi, personalisasi, dan relevansi pendidikan, AI menjadi kunci untuk mempersiapkan lulusan yang mampu bersaing di dunia kerja yang dinamis. Tulisan ini menguraikan peran strategis AI dalam pendidikan dan pengembangan SDM, dengan fokus pada **Ilmu Komunikasi**, didukung data terkini dan wawasan praktis untuk akademisi di Indonesia.

Urgensi AI dalam Transformasi Pendidikan

Pendidikan global sedang beralih menuju model pembelajaran yang lebih **adaptif** dan **personal**. Menurut laporan *UNESCO* (2023), **60% institusi pendidikan tinggi global** telah mengintegrasikan AI dalam kurikulum, baik melalui platform *adaptive learning* seperti *Coursera* atau *EdX*, maupun mata kuliah khusus AI. Di Indonesia, program **Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM)** dari *Kemendikbud Ristek* mendorong integrasi teknologi, termasuk AI, untuk menyiapkan lulusan yang selaras dengan kebutuhan **Industri 4.0**.

Platform pembelajaran berbasis AI memungkinkan **personalisasi pembelajaran** melalui *data analytics*, menyesuaikan materi dengan kecepatan dan gaya belajar siswa. Studi *McKinsey* (2024) menunjukkan bahwa AI dapat meningkatkan **retensi pengetahuan hingga 25%** dibandingkan metode tradisional, sekaligus mendukung pengembangan **keterampilan abad 21** seperti pemecahan masalah, berpikir kritis, dan **literasi digital**. Dengan demikian, AI tidak hanya meningkatkan **akses dan kualitas pembelajaran**, tetapi juga mengurangi kesenjangan kemampuan antar siswa, menciptakan sistem pendidikan yang lebih inklusif.

Transformasi Kompetensi SDM di Era AI

Perkembangan AI telah mengubah lanskap dunia kerja, termasuk di bidang **Ilmu Komunikasi**. Menurut *World Economic Forum* (2025), **85% pekerjaan pada 2030** akan membutuhkan keterampilan digital, dengan AI, otomatisasi, dan analisis data sebagai teknologi inti. Dalam komunikasi, AI mendukung **analisis sentimen media sosial**, pembuatan konten otomatis (contoh: *Jasper.ai*, *Copy.ai*), dan strategi komunikasi berbasis data. Namun, laporan *Bappenas* (2024) mengungkapkan bahwa hanya **12% tenaga kerja Indonesia** saat ini memiliki **literasi AI** yang memadai, menunjukkan adanya **kesenjangan kompetensi** yang signifikan.

AI juga mengotomatisasi tugas-tugas rutin seperti penulisan laporan atau analisis data, memungkinkan profesional komunikasi fokus pada peran **strategis dan kreatif**. Namun, tantangan utama adalah rendahnya literasi AI di kalangan dosen dan mahasiswa. Survei *APTIKOM* (2024) menemukan bahwa hanya **15% program studi Ilmu Komunikasi di Indonesia** mengintegrasikan literasi AI secara eksplisit dalam kurikulum, menegaskan perlunya reformasi pendidikan yang mendesak.

Peran AI dalam Inovasi Kurikulum Ilmu Komunikasi

AI berperan sebagai **katalisator inovasi** dalam merancang kurikulum pendidikan tinggi yang relevan dengan kebutuhan industri. Dalam **Ilmu Komunikasi**, AI mendukung pengembangan materi ajar yang dinamis di bidang jurnalisme, hubungan masyarakat (*public relations*), periklanan, dan komunikasi korporat. Misalnya, algoritma AI digunakan oleh platform seperti *Google News* untuk kurasi konten, sementara tool seperti *Hootsuite Insights* memanfaatkan AI untuk analisis audiens. Studi *Reuters Institute* (2024) menunjukkan bahwa **70% organisasi media global** menggunakan AI untuk otomatisasi berita, meningkatkan efisiensi hingga **40%**.

Dengan memanfaatkan *big data analytics* dan *machine learning*, perguruan tinggi dapat memprediksi tren keterampilan yang dibutuhkan pasar tenaga kerja dan menyesuaikan kurikulum secara *real-time*. Hal ini memastikan lulusan memiliki **keahlian yang relevan dan siap pakai**, seperti kemampuan mengelola kampanye berbasis data atau menganalisis sentimen audiens. Namun, tantangan etika, seperti **bias algoritma** dan penyebaran *misinformation*, menegaskan pentingnya mengintegrasikan **literasi AI yang bertanggung jawab** dalam kurikulum.

Kolaborasi Lintas Sektor untuk Pengembangan SDM Berbasis AI

Keberhasilan transformasi pendidikan dan SDM berbasis AI bergantung pada **kolaborasi erat** antara perguruan tinggi, industri, dan pemerintah. Perguruan tinggi perlu merancang program yang menggabungkan **teori dan praktik industri**, memberikan mahasiswa wawasan langsung tentang kebutuhan dunia kerja. Industri dapat berkontribusi melalui magang, pelatihan, dan pengembangan kurikulum bersama, sementara pemerintah perlu mendukung melalui **kebijakan pro-AI**, seperti pendanaan riset dan pelatihan dosen. Laporan *Accenture* (2023) menunjukkan bahwa kemitraan pendidikan-industri dapat meningkatkan **employability lulusan hingga 25%**, dengan keterampilan praktis yang langsung relevan.

Di Indonesia, **Indonesia AI Nation Strategy 2020–2045** menargetkan **20% tenaga kerja memiliki kompetensi AI dasar pada 2030**. Namun, implementasi memerlukan langkah konkret, seperti peningkatan akses teknologi dan pelatihan dosen, untuk mengatasi tantangan seperti **kesenjangan digital** dan kurikulum yang belum selaras dengan industri.

Dampak AI terhadap SDM Unggul di Era Digital

Integrasi AI dalam pendidikan dan SDM bertujuan menghasilkan individu yang tidak hanya memiliki **keterampilan teknis**, tetapi juga **kompetensi kognitif, kreatif, dan etis** yang seimbang. Dalam **Ilmu Komunikasi**, AI menjadi **pedang bermata dua**: mengotomatisasi tugas *entry-level* sekaligus memperkuat peran strategis, seperti prediksi krisis reputasi, kampanye personal berskala besar, atau analisis data untuk jurnalisme investigasi. Oleh karena itu, **literasi AI** menjadi keniscayaan bagi mahasiswa dan praktisi komunikasi untuk tetap kompetitif.

Menyongsong **Indonesia Emas 2045**, literasi AI dan kurikulum berbasis teknologi harus menjadi prioritas untuk memanfaatkan **bonus demografi**. Tanpa intervensi sistematis, Indonesia berisiko menghasilkan generasi yang teralienasi dari pasar kerja. Dengan populasi digital terbesar ke-4 di dunia (*We Are Social*, 2025), Indonesia memiliki peluang besar untuk menjadi pemimpin dalam pemanfaatan AI, asalkan didukung oleh pendidikan yang responsif dan kolaborasi lintas sektor.

Summary

AI adalah kunci transformasi pendidikan dan pengembangan SDM di bidang **Ilmu Komunikasi**, memungkinkan pembelajaran yang lebih efisien, adaptif, dan relevan dengan kebutuhan industri. Dengan mengintegrasikan **literasi AI**, merancang kurikulum berbasis teknologi, dan mendorong kolaborasi antara perguruan tinggi, industri, dan pemerintah, Indonesia dapat menghasilkan **SDM unggul** yang mampu menjawab tantangan dan peluang di era digital. Untuk mencapai visi **Indonesia Emas 2045**, penguatan literasi AI dan reformasi pendidikan harus menjadi prioritas strategis, memastikan lulusan tidak hanya menjadi penonton, tetapi arsitek narasi di era kecerdasan artifisial.

Tantangan dan peluang AI di bidang Ilmu Komunikasi

Kehadiran **kecerdasan artifisial (AI)** telah mengubah lanskap Ilmu Komunikasi secara fundamental, menghadirkan peluang transformatif sekaligus tantangan kompleks. AI bukan sekedar tool teknologi, melainkan kekuatan disruptif yang memengaruhi cara informasi diproduksi, disebarkan, dan diterima dalam media, jurnalisme, hubungan masyarakat (*public relations*), dan komunikasi korporat. Untuk tetap relevan di era digital, akademisi, praktisi, dan mahasiswa Ilmu Komunikasi di Indonesia perlu memahami dinamika ini secara kritis dan strategis, memanfaatkan sinergi antara kecerdasan manusia dan kemampuan komputasi AI. Buku ini dirancang sebagai panduan untuk membekali sumber daya manusia (SDM) komunikasi dengan **literasi AI**, mengubah tantangan menjadi katalisator inovasi yang etis dan relevan.

Tantangan AI dalam Ilmu Komunikasi

1. Amplifikasi Disinformasi dan Erosi Kepercayaan

Teknologi AI generatif, seperti model bahasa (*large language models* seperti GPT-4) dan generator konten visual (*deepfake*), mempermudah produksi hoaks, misinformasi, dan disinformasi yang sulit dibedakan dari konten asli. Menurut *NewsGuard* (2023), ratusan situs berita tidak dapat diandalkan yang dihasilkan AI menyebarkan narasi palsu dengan skala dan kecepatan belum pernah terjadi sebelumnya. Di Indonesia, dengan **tingkat literasi digital yang masih rendah** (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2023), ancaman ini memperparah risiko polarisasi sosial, terutama menjelang momen politik krusial. Tantangannya adalah mengembangkan kemampuan verifikasi konten dan melawan banjir konten sintesis yang dihasilkan secara instan.

2. Disrupsi Peran Tradisional dan Kesenjangan Kompetensi

AI mengotomasi tugas-tugas rutin seperti penulisan siaran pers, penjadwalan media sosial, dan analisis media, mengancam peran komunikasi level awal. *Laporan Future of Jobs* (World Economic Forum, 2023) memprediksi penurunan signifikan untuk peran seperti *data entry clerks* dan sekretaris administratif, yang sering menjadi bagian dari pekerjaan komunikasi. Di Indonesia, hanya **25% profesional komunikasi terlatih menggunakan tool AI** seperti *Hootsuite Insights* atau *Brandwatch* (Kemenkominfo, 2023). Kesenjangan ini diperparah oleh kurikulum perguruan tinggi yang belum sepenuhnya mengintegrasikan **literasi AI**, menuntut pergeseran kompetensi dari eksekusi teknis ke **strategi, kreativitas, dan pengawasan teknologi**.

3. Bias Algoritmik dan Dilema Etika

AI yang dilatih dengan data internet sering kali mewarisi bias sosial, seperti stereotip ras, gender, atau budaya (*MIT Technology Review*, 2023). Dalam konteks Indonesia, kurangnya representasi bahasa daerah dalam *dataset* AI dapat menghasilkan konten yang tidak sensitif budaya. Dalam *public relations* atau periklanan, algoritma segmentasi audiens berisiko mengecualikan kelompok tertentu berdasarkan data historis, menciptakan *filter bubble* yang memperkuat polarisasi. Praktisi komunikasi kini harus berperan sebagai **auditor etika**, memastikan penggunaan AI selaras dengan **nilai-nilai inklusivitas** dan tanggung jawab sosial.

4. Dehumanisasi Komunikasi

Efisiensi AI berisiko mengorbankan **sentuhan manusia**, elemen inti komunikasi. *Chatbot* yang tidak terkalibrasi atau konten generik dapat menciptakan jarak emosional dengan audiens. Nuansa budaya, empati, dan kecerdasan emosional tetap menjadi keunggulan manusia yang sulit ditiru AI. Pertanyaan kunci adalah: bagaimana menyeimbangkan efisiensi dengan **koneksi emosional** yang autentik?

Peluang AI dalam Ilmu Komunikasi

1. Personalisasi Komunikasi Skala Penuh

AI memungkinkan komunikasi personal berskala masif (*mass personalization*) dengan menganalisis *big data* perilaku audiens. Menurut *McKinsey (2024)*, kampanye pemasaran berbasis AI meningkatkan **loyalitas pelanggan hingga 15%** dan **pendapatan hingga 25%**. Di Indonesia, perusahaan seperti Gojek memanfaatkan AI untuk menciptakan pesan pemasaran yang relevan berdasarkan pola pengguna. Praktisi PR dapat menggunakan AI untuk menyesuaikan *pitch* kepada jurnalis berdasarkan minat mereka, meningkatkan efektivitas komunikasi.

2. Akselerasi Produksi Konten dan Kreativitas

tool AI seperti *Jasper.ai*, *Midjourney*, atau *RunwayML* mempercepat produksi konten teks, gambar, dan video, memungkinkan komunikator fokus pada strategi dan inovasi. *HubSpot (2024)* melaporkan bahwa penggunaan AI meningkatkan **efisiensi produksi konten hingga 40%**. Peran komunikator bergeser dari pencipta menjadi **kurator dan editor**, memanfaatkan AI untuk menghasilkan draf awal dan menyempurnakannya dengan kepekaan manusia. Di Indonesia, platform seperti *KreatifAI* mendukung pembuatan konten berbahasa Indonesia yang sesuai konteks budaya.

3. Analitik Prediktif untuk Wawasan Strategis

Dengan *Natural Language Processing (NLP)* dan *sentiment analysis*, AI memungkinkan analisis *real-time* terhadap percakapan publik, membantu organisasi memprediksi krisis reputasi atau memahami sentimen audiens. *Forrester (2025)* mencatat bahwa analitik AI meningkatkan **ROI kampanye komunikasi hingga 25%**. Di Indonesia, media seperti Kompas dan Detik menggunakan AI untuk menganalisis preferensi pembaca, mengoptimalkan strategi editorial dan meningkatkan keterlibatan audiens.

4. Profesi Hibrida dan Inklusivitas

AI menciptakan permintaan untuk peran baru seperti **AI Prompt Engineer**, **Communication Data Analyst**, dan **AI Ethics Officer**, yang menggabungkan keahlian komunikasi dengan literasi teknologi. Selain itu, AI meningkatkan **aksesibilitas komunikasi** melalui *text-to-speech* atau penerjemahan otomatis ke bahasa daerah seperti Jawa dan Sunda (*UNESCO, 2024*). Ini membuka peluang untuk komunikasi lintas budaya yang lebih inklusif, terutama di komunitas terpencil.

Implikasi Praktis untuk Akademisi dan Praktisi di Indonesia

Untuk memanfaatkan peluang dan mengatasi tantangan AI, program studi Ilmu Komunikasi di Indonesia harus mengintegrasikan **literasi AI** ke dalam kurikulum, dengan fokus pada:

- **Pelatihan teknis:** Pengenalan tool AI seperti *NLP*, analitik data (*Tableau*, *Google Analytics 4*), dan platform kreatif (*Jasper.ai*, *Midjourney*).
- **Pendidikan etika:** Modul tentang bias algoritma, privasi data, dan tanggung jawab sosial, sejalan dengan **Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP) 2022**.
- **Kolaborasi industri:** Magang dan proyek berbasis AI dengan perusahaan media atau teknologi untuk pengalaman praktis.
- **Pendekatan MBKM:** Memanfaatkan *Merdeka Belajar Kampus Merdeka* untuk proyek lintas disiplin yang mengembangkan solusi komunikasi berbasis AI.

Summary

AI menawarkan peluang besar untuk merevolusi Ilmu Komunikasi melalui **efisiensi, personalisasi, dan inovasi**, namun juga menghadirkan tantangan seperti **disinformasi, bias algoritma, dan kesenjangan kompetensi**. Dengan pendekatan proaktif, termasuk penguatan **literasi AI** dan pengembangan kompetensi strategis, akademisi dan praktisi komunikasi di Indonesia dapat memanfaatkan potensi AI untuk menciptakan komunikasi yang lebih efektif, etis, dan inklusif di era digital. Buku ini menjadi panduan strategis untuk menavigasi transformasi ini, memastikan SDM Ilmu Komunikasi tetap unggul dan relevan.

Tujuan dan ruang lingkup buku

Buku ini hadir sebagai panduan komprehensif bagi **akademisi, praktisi, dan mahasiswa Ilmu Komunikasi** di Indonesia dalam memahami dan mengadopsi literasi **kecerdasan artifisial (AI)**, yang kini menjadi salah satu pilar penting dalam **transformasi digital**. Buku ini dirancang untuk membantu pembaca meningkatkan kompetensi dalam menghadapi tantangan disrupsi teknologi yang semakin kompleks di bidang komunikasi, sekaligus memberikan wawasan tentang bagaimana AI dapat diintegrasikan dalam dunia pendidikan dan industri komunikasi.

Tujuan Buku ini adalah:

1. **Meningkatkan Literasi AI:** Buku ini bertujuan membekali pembaca dengan pemahaman kritis tentang **peran AI** dalam mengubah lanskap **media, jurnalisme, public relations, iklan, dan komunikasi korporat**. Penekanan utama diberikan pada **konteks Indonesia**, dengan data terbaru yang menunjukkan bahwa 60% tenaga kerja komunikasi global belum memiliki keterampilan dasar AI (World Economic Forum, 2024), sementara hanya 25% profesional komunikasi di Indonesia yang terlatih menggunakan tool AI (Kemenkominfo, 2023). Di tengah fenomena ini, buku ini menyajikan literasi AI yang relevan untuk meningkatkan kualitas dan daya saing SDM komunikasi di tanah air.
2. **Membangun Kompetensi Strategis:** Buku ini juga menyediakan kerangka kerja untuk mengembangkan **kompetensi teknis** seperti **Natural Language Processing** dan **analitik data**, serta **kompetensi non-teknis** seperti etika, kreativitas, dan **pemikiran strategis**. Kompetensi ini sangat relevan dengan kebutuhan industri komunikasi saat ini, yang menghadapi tantangan baru terkait personalisasi pesan dan pengelolaan disinformasi. Dengan adanya data 170 juta pengguna internet di Indonesia (We Are Social, 2025), kebutuhan untuk mencetak SDM yang terampil dalam memanfaatkan AI semakin mendesak.
3. **Mendukung Reformasi Kurikulum:** Buku ini memberikan **rekomendasi praktis** untuk mengintegrasikan literasi AI dalam **kurikulum Ilmu Komunikasi**. Hal ini sejalan dengan kebijakan **Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM)**, yang bertujuan menciptakan lulusan yang siap menghadapi **pasar kerja global**. Penyusunan kurikulum berbasis outcome yang mengakomodasi kebutuhan industri akan menciptakan SDM yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi terkini.
4. **Mendorong Kolaborasi Lintas Sektor:** Buku ini juga menggarisbawahi pentingnya **kolaborasi antara perguruan tinggi, industri, dan pemerintah** dalam menciptakan ekosistem pendidikan yang responsif terhadap disrupsi teknologi. Sinergi ini diharapkan dapat mempercepat adopsi teknologi baru di dunia pendidikan, serta mendukung terciptanya inovasi yang relevan dengan kebutuhan industri komunikasi.
5. **Mengatasi Tantangan Etika dan Disinformasi:** Buku ini memberikan wawasan tentang cara mengelola risiko **AI**, seperti **bias algoritma** dan **deepfake**, sambil memanfaatkan peluangnya untuk menciptakan komunikasi yang lebih **inklusif dan**

efektif. Dengan meningkatnya penyebaran disinformasi, kemampuan untuk mengenali dan mengelola etika teknologi menjadi kunci utama.

Ruang Lingkup Buku

Buku ini mencakup analisis mendalam dan panduan praktis yang sangat relevan untuk konteks akademik dan profesional di bidang **Ilmu Komunikasi** di Indonesia, dengan ruang lingkup sebagai berikut:

1. **Konteks Global dan Lokal:** Buku ini mengkaji dampak **AI** dalam **Ilmu Komunikasi** secara global, serta memberikan adaptasi khusus untuk tantangan dan peluang yang ada di Indonesia, seperti rendahnya literasi digital (hanya 25% profesional terlatih AI, Kemenkominfo, 2023) dan kebutuhan akan konten yang lebih personal dan berbasis data.
2. **Pemahaman Mendalam tentang AI dan Aplikasinya:** Buku ini membahas dasar teori dan penerapan praktis **AI** dalam produksi konten, analisis data, serta pengelolaan dan penyebaran informasi di berbagai bidang komunikasi.
3. **Pengembangan Kompetensi SDM Unggul:** Fokus pada pengembangan kompetensi yang dibutuhkan untuk menghadapi disrupsi teknologi, baik dari segi keterampilan **teknis** seperti produksi media digital dan **analisis big data**, maupun keterampilan **non-teknis** seperti kreativitas, etika, dan analisis kritis.
4. **Integrasi AI dalam Kurikulum Ilmu Komunikasi:** Buku ini memberikan pedoman untuk mengintegrasikan **AI** ke dalam kurikulum pendidikan tinggi, serta merancang modul-modul yang sesuai dengan kebutuhan industri dan perkembangan teknologi.
5. **Implementasi Strategis dan Kebijakan:** Buku ini juga memberikan **strategi implementasi** dan **rekomendasi kebijakan** untuk memperkuat kapasitas **SDM perguruan tinggi** dalam mengadopsi dan menerapkan teknologi **AI**, serta memperkuat kolaborasi antara **kampus, industri, dan pemerintah**.

Dengan cakupan yang luas dan multidimensional ini, buku ini bertujuan untuk menjadi panduan praktis bagi akademisi, praktisi, dan pengambil kebijakan di bidang **Ilmu Komunikasi**, guna mempersiapkan **SDM yang kompeten** dan siap menghadapi **disrupsi teknologi** yang semakin kompleks. Pembaca akan menemukan berbagai strategi, studi kasus, dan rekomendasi kebijakan yang dapat diimplementasikan secara praktis dalam konteks pendidikan tinggi dan industri komunikasi.

Melalui pendekatan berbasis data dan praktik terkini, buku ini memberikan **teori mendalam** serta solusi yang aplikatif untuk menghadapi tantangan di **era digital**. Dengan demikian, pembaca diharapkan dapat lebih siap menghadapi **revolusi industri 4.0** dan mengembangkan kompetensi yang diperlukan untuk menjadi **SDM unggul** di bidang komunikasi.

Bab 2: Dinamika Ilmu Komunikasi di Era Digital dan AI

Perubahan lanskap media, jurnalisme, PR, iklan, dan komunikasi korporat

Transformasi lanskap komunikasi di era digital saat ini bersifat **fundamental dan eksponensial**. Akselerasi teknologi **kecerdasan buatan (AI)** tidak hanya mengubah cara kita memproduksi dan mengonsumsi informasi, tetapi juga mempengaruhi ekosistem bisnis dan interaksi publik. Perubahan ini merambah seluruh sektor—mulai dari **media, jurnalisme, public relations (PR), iklan**, hingga **komunikasi korporat**—menciptakan peluang besar sekaligus tantangan kritis.

Media & Jurnalisme: Otomatisasi, Personalisasi, dan Krisis Kepercayaan

Di sektor media, AI mempercepat produksi konten dan memungkinkan *personalized news* berbasis data. **Associated Press** dan **Reuters** memanfaatkan AI untuk mengotomasi laporan keuangan dan berita rutin, membebaskan jurnalis untuk fokus pada investigasi mendalam. Namun, AI juga memicu **pergeseran konsumsi**: di Australia, **26%** masyarakat kini mengakses berita lewat media sosial—lebih tinggi daripada portal berita online tradisional (**23%**).

Tantangan besar muncul akibat **menurunnya traffic rujukan** dari mesin telusur ke media online—contohnya, *Business Insider* mengalami penurunan **55%** sejak 2022–2025 akibat fitur *Google AI Overviews*. Media pun beralih ke model *direct-to-audience* melalui langganan dan acara.

Kepercayaan publik terhadap media berada pada titik terendah dalam lima dekade. Organisasi seperti *The New York Times* dan *Wall Street Journal* mencoba memulihkannya dengan transparansi proses liputan, interaksi aktif di TikTok/Instagram, dan kolaborasi dengan media lokal. Di sisi lain, penggunaan AI untuk ide editorial, *headline* berbasis tren, hingga sistem seperti IDEIA di Brasil (memangkas waktu ideasi **70%**) meningkatkan efisiensi—namun beresiko menimbulkan **kesalahan fakta, hoaks, dan bias algoritma**.

PR & Komunikasi Korporat: Dari Reaktif ke Prediktif

Dalam PR, AI memperkuat kemampuan **analisis sentimen, monitoring media**, dan **manajemen krisis secara real-time**. Tahun 2025, **73%** profesional PR mengandalkan AI untuk hubungan media, dan **88%** memanfaatkannya untuk mengidentifikasi tren serta risiko reputasi.

Strategi PR kini semakin **data-driven**, menggabungkan statistik, riset, dan *digital insight* untuk membuat pesan lebih kredibel. *Owned content* dan kanal niche dinilai lebih efektif dibanding mengandalkan liputan media arus utama, sejalan dengan tren komunikasi langsung ke *stakeholder*.

Namun, integrasi AI memunculkan isu etis: **kurangnya transparansi konten generatif** dapat merusak kepercayaan publik jika tidak diungkapkan. Karena itu, pedoman etis seperti yang direkomendasikan PRSA menjadi penting untuk memastikan AI melengkapi, bukan menggantikan, hubungan manusia.

Iklan: Hiper-Personalisasi dan Revolusi Connected TV

AI mengubah wajah industri periklanan dengan *hyper-personalization*. Data konsumen dianalisis untuk menampilkan iklan yang relevan, baik di media sosial, platform streaming, maupun *connected TV (CTV)*. Tahun 2025, **86%** pengiklan sudah atau akan menggunakan *generative AI* untuk membuat iklan video—diproyeksikan mencapai **40%** dari seluruh iklan video pada 2026.

Pasar iklan digital kini menyumbang **73,2%** dari pendapatan iklan global, sementara iklan cetak turun **3,1%**. Konten buatan pengguna (*user-generated content*) diprediksi melampaui karya profesional dalam menarik pendapatan iklan.

Pertumbuhan CTV juga signifikan: impresi iklan naik **46%** pada Q2 2025 (dibanding hanya 1% di TV linear). Namun distribusinya timpang—rumah tangga kelas atas melihat rata-rata **150 iklan/hari**, sedangkan kelas bawah hanya **9 iklan**—membuka peluang strategi segmentasi dan penempatan ulang.

Tantangan Etis dan Kompetensi Baru

Meski membawa efisiensi, AI juga memicu **risiko privasi, over-personalization**, dan potensi hilangnya *authenticity*. Deepfake, bias algoritma, dan misinformasi menjadi ancaman nyata bagi reputasi dan kepercayaan publik.

Untuk itu, praktisi komunikasi masa depan perlu membekali diri dengan:

- **Literasi data:** mampu membaca, menginterpretasi, dan mengaplikasikan hasil analisis AI.
- **Pemahaman teknis AI:** mengenal cara kerja dan keterbatasan teknologi.
- **Kecerdasan emosional & etika:** membuat keputusan yang adil, empatik, dan sesuai konteks sosial-budaya.

Kesimpulannya, lanskap media, jurnalisme, PR, iklan, dan komunikasi korporat kini bergerak menuju model **kolaborasi manusia–AI**. AI bukanlah pengganti mutlak, melainkan mitra strategis yang, bila digunakan dengan bijak, mampu memperkuat daya saing dan kualitas komunikasi di Indonesia—selama kita menjaga etika, transparansi, dan relevansi budaya.

Konvergensi teknologi: AI, big data, dan Internet of Things dalam komunikasi

Di era digital, lanskap komunikasi mengalami **perubahan radikal** yang dipicu oleh konvergensi tiga pilar utama: **kecerdasan buatan (AI)**, **big data**, dan **Internet of Things (IoT)**. Konvergensi ini bukan sekadar penambahan fitur teknologi, melainkan *fusi strategis* yang menciptakan ekosistem komunikasi **lebih cerdas, prediktif, dan terpersonalisasi**.

AI sebagai Otak, Big Data sebagai Jantung, IoT sebagai Saraf

- **IoT** bertindak sebagai *sistem saraf*, mengumpulkan data masif dan *real-time* dari berbagai perangkat terhubung—mulai *smartphone*, sensor kota pintar, hingga *wearable devices*.
- **Big Data** menjadi *jantung* yang menyimpan dan mengalirkan data dalam skala besar dengan *volume*, *velocity*, dan *variety* tinggi. Tanpa analisis yang tepat, data ini hanyalah tumpukan informasi mentah.
- **AI** berperan sebagai *otak*, menganalisis big data menggunakan *machine learning* untuk menemukan pola, trend, dan wawasan, sekaligus memprediksi perilaku masa depan.

Sinergi ini memungkinkan skenario seperti toko ritel yang merekam pergerakan pelanggan (IoT), menganalisis pola belanja (Big Data + AI), lalu secara otomatis mengirimkan promosi yang **terpersonalisasi**.

Tren dan Signifikansi Global

- **Volume data global** diproyeksikan mencapai **163 zettabytes pada 2025**.
- **Perangkat IoT** diperkirakan mencapai **27,1 miliar** pada 2025, tetap menunjukkan pertumbuhan signifikan meski proyeksi awal 30 miliar direvisi.
- **75% data enterprise** diproyeksikan akan diproses di *edge computing* pada 2025, memindahkan pemrosesan lebih dekat ke sumber data dan mengurangi latensi.

Dampak pada Bidang Komunikasi

- **Komunikasi Pemasaran & Iklan** - AI dan big data memungkinkan **personalisasi iklan** secara presisi, seperti yang dilakukan Netflix dan Spotify dalam rekomendasi konten. Platform video sosial seperti TikTok memanfaatkan data IoT dari perangkat mobile untuk mendominasi konsumsi konten, dengan pengeluaran iklan media sosial diproyeksikan mencapai **\$276,7 miliar pada 2025**.
- **Jurnalisme & Pemberitaan** - 87% *newsroom* telah mengadopsi *Generative AI* untuk analisis audiens dan otomatisasi penulisan berita berbasis data. Contoh: *Associated Press* menghasilkan ribuan laporan keuangan setiap kuartal menggunakan AI.
- **Hubungan Masyarakat & Komunikasi Korporat** - AI memantau sentimen publik secara *real-time*, mendeteksi potensi krisis reputasi lebih cepat. Agensi PR besar seperti Edelman menunjuk *Chief AI Officer* untuk mengintegrasikan AI dan big data dalam strategi komunikasi.

Infrastruktur Pendukung

- **5G-Advanced (5.5G)**, yang mulai digelar di Finlandia dan China sejak awal 2025, menawarkan konektivitas masif dengan latensi rendah.
- **Internet satelit** seperti Starlink dan Project Kuiper memperluas jangkauan IoT dan AI hingga daerah terpencil, mendukung komunikasi inklusif.

Tantangan Etis dan Sosial

- **Privasi & Keamanan** – Pengumpulan data masif oleh IoT meningkatkan risiko *data breach* dan penyalahgunaan.
- **Bias Algoritma** – Data pelatihan yang tidak representatif dapat memperkuat stereotip dan diskriminasi.
- **Hilangnya Lapangan Kerja** – WEF memproyeksikan churn tenaga kerja hingga **48%** secara global hingga 2030; di sektor komunikasi, 2.500 pekerjaan hilang pada 2024, sementara 77.999 digusur oleh AI pada 2025.

Implikasi Strategis & Rekomendasi

Strategi	Implementasi
Bangun literasi AIoT	Integrasikan studi kasus nyata (otomatisasi konten, <i>smart signage</i> , analisis media sosial <i>real-time</i>) dalam kurikulum komunikasi.
Kolaborasi edge-to-cloud	Gunakan pemrosesan <i>edge</i> di kampus/lab untuk data cepat, simpan analisis mendalam di <i>cloud</i> .
Komunikasi responsif	Manfaatkan 5G-Advanced & AIoT untuk kampanye <i>real-time</i> , seperti pesan publik darurat atau <i>sentiment analysis</i> .
Integrasi etika & keamanan	Ajarkan validasi data, deteksi <i>deepfake</i> , dan kebijakan privasi yang ketat.
Konektivitas inklusif	Gunakan satelit untuk menjangkau audiens di daerah terpencil dengan pesan tepat sasaran.

Ringkasan Kritis

Konvergensi AI, Big Data, dan IoT adalah **fondasi transformasi komunikasi modern**. Dengan dukungan *edge computing*, 5G-Advanced, dan satelit, dunia komunikasi memasuki era ekosistem cerdas yang **responsif, efisien, dan inklusif**.

Namun, potensi ini hanya dapat dimanfaatkan optimal jika didukung **literasi teknologi, kesadaran etika, dan regulasi kuat**. Tanpa itu, teknologi ini berisiko memperdalam kesenjangan digital alih-alih menyatukan masyarakat.

Peran AI dalam mempengaruhi perilaku dan praktik komunikasi

Kecerdasan buatan (AI) kini bukan lagi sekadar alat bantu, melainkan *agent of change* yang mengubah cara manusia berinteraksi, mengelola informasi, dan membangun hubungan. Perubahan ini merambah dua ranah utama: **perilaku komunikasi individu** dan **praktik komunikasi profesional**—dengan implikasi strategis bagi etika, efektivitas, dan keberagaman informasi.

Pengaruh AI terhadap Perilaku Komunikasi Individu

AI menghadirkan **personalisasi** dan **kecepatan** dalam interaksi sehari-hari. Algoritma media sosial seperti TikTok dan Instagram menganalisis perilaku pengguna *real-time*, menyajikan konten yang dapat meningkatkan *engagement* hingga **25%** dibanding konten umum. Namun, efek sampingnya adalah pembentukan "**echo chamber**" yang memperkuat pandangan tertentu dan membatasi perspektif berbeda.

Penggunaan *chatbot* seperti ChatGPT untuk pesan pribadi—mulai dari permintaan maaf hingga dukungan emosional—mempermudah ekspresi, terutama bagi yang kesulitan menyusun kata. Di Indonesia, adopsi AI di aplikasi perpesanan meningkatkan efisiensi komunikasi bisnis, namun **40% remaja** mengaku mengalami penurunan interaksi tatap muka akibat personalisasi konten AI. Fenomena ini menandai pergeseran dari komunikasi autentik ke komunikasi yang lebih terotomatisasi, memicu *cognitive offloading* dan potensi penurunan keterampilan berpikir kritis.

Transformasi Praktik Komunikasi Profesional

AI menjadi katalis dalam berbagai subbidang:

- **Jurnalisme:** AI menghasilkan berita singkat dan analisis tren, memungkinkan wartawan fokus pada investigasi mendalam. Associated Press, misalnya, memangkas waktu produksi berita hingga **50%** dengan AI.
- **Hubungan Masyarakat (PR) & Pemasaran:** AI melakukan **analisis sentimen** publik secara *real-time*, memprediksi krisis, dan mempersonalisasi kampanye. Personalisasi berbasis AI terbukti meningkatkan *engagement* hingga **20–25%** (McKinsey, 2023; Salesforce, 2025).
- **Komunikasi Korporat:** *Chatbot* internal mempercepat administrasi dan menjadi **titik kontak pertama** karyawan, sementara *social listening* menjaga konsistensi pesan di berbagai kanal.

Meski efisien, integrasi AI membawa risiko: **bias algoritma** yang dapat memperkuat ketidaksetaraan dan narasi yang menyesatkan.

Tantangan Etis dan Risiko

- **Disinformasi & Deepfake:** Stanford AI Index (2025) mencatat lonjakan konten palsu terkait pemilu. AI generatif mampu memproduksi teks, gambar, dan video yang sulit dibedakan dari konten otentik.

- **Privasi Data:** Personalisasi membutuhkan data besar. Pada 2025, **70% konsumen** khawatir akan penggunaan data pribadi mereka.
- **Bias Algoritma:** Data latih yang bias dapat memperkuat stereotip dan diskriminasi, menuntut **literasi etika AI** yang memadai.
- **Kecerdasan Emosional:** AI masih lemah dalam empati mendalam, padahal ini adalah inti komunikasi manusia yang efektif.

Implikasi untuk Ilmu Komunikasi

AI menawarkan potensi besar bagi pembelajaran dan riset komunikasi—misalnya dalam *blended learning* di perguruan tinggi Indonesia—tetapi perlu pendekatan **human-in-the-loop** untuk menjaga kepekaan dan autentisitas.

Rekomendasi strategis:

1. **Susun pedoman etis** untuk menyeimbangkan inovasi dan integritas komunikasi.
2. **Bangun literasi AI kritis** agar komunikator mampu memanfaatkan teknologi secara bijak.
3. **Fokus pada keterampilan humanis**—empati, kepercayaan, narasi—yang tidak bisa digantikan mesin.

Kesimpulan: AI adalah paradoks—**efisien** namun berpotensi mengikis nilai kemanusiaan. Masa depan komunikasi akan ditentukan oleh sejauh mana kita mampu memanfaatkan AI untuk memperkuat, bukan menggantikan, esensi interaksi antarmanusia.

Bab 3: Literasi Kecerdasan Artifisial untuk Mahasiswa dan Dosen Ilmu Komunikasi

Definisi dan dimensi literasi AI

Di era **transformasi digital** yang kian pesat, **literasi kecerdasan artifisial (AI)** bukan lagi wacana futuristik, melainkan **kompetensi esensial** yang harus dimiliki mahasiswa dan dosen, khususnya di bidang **Ilmu Komunikasi**. Literasi AI bukan sekadar keterampilan teknis; ia mencakup **kemampuan memahami, menggunakan, mengevaluasi, dan mengawasi secara kritis** teknologi AI, sambil mempertimbangkan **implikasi etis, sosial, dan manusiawi**.

Menurut **Digital Education Council (2025)**, literasi AI adalah “*pengetahuan dan keterampilan esensial untuk memahami, berinteraksi dengan, dan menilai secara kritis teknologi AI*”, dengan **pendekatan berpusat pada manusia** yang mengintegrasikan **pemikiran kritis, kreativitas, dan kecerdasan emosional**. Definisi ini melengkapi pandangan dari **Wikipedia, IBM Think**, hingga media lokal seperti **Kumparan**, yang menekankan empat pilar: **know & understand, use & apply, evaluate & create**, dan **ethics**.

Data penting menunjukkan urgensi topik ini:

- **80% masyarakat Indonesia** optimis terhadap AI, namun hanya sebagian yang memahami risikonya, seperti diskriminasi algoritmik (Stanford AI Index 2025).
- **Pasar AI Indonesia** diproyeksikan mencapai **US\$10,88 miliar pada 2030**, tumbuh **28,65% per tahun**.
- **92% pekerja Indonesia** sudah menggunakan AI generatif, namun **66% pemimpin global** enggan merekrut tanpa keterampilan literasi AI dasar (Microsoft 2025).
- Survei UNESCO (2025) menegaskan literasi AI krusial untuk melawan misinformasi di jurnalisme.

Kritiknya, banyak definisi literasi AI **mengasumsikan akses teknologi yang merata**, padahal di Indonesia **disparitas digital** masih menjadi penghalang.

Dimensi-Dimensi Literasi AI Terkini

Mengacu pada **kerangka global** dan **data mutakhir**, dimensi literasi AI dapat diringkaskan menjadi lima domain utama yang relevan untuk Ilmu Komunikasi:

Dimensi	Deskripsi	Contoh Praktis di Ilmu Komunikasi	Kritik & Data
Pemahaman AI & Data	Pengetahuan tentang cara kerja AI, pengumpulan, pemrosesan, dan interpretasi data.	Menggunakan <i>Google Analytics AI</i> untuk menganalisis audiens dan memahami batasan prediksi algoritma.	92% siswa global gunakan AI di pendidikan, tapi hanya 40% paham dasar datanya. Indonesia: 6% pengguna global ChatGPT, namun literasi data rendah.
Pemikiran Kritis & Penilaian	Kemampuan mengevaluasi bias, memverifikasi konten AI, dan berpikir logis.	Dosen menilai artikel jurnalisme yang dibantu AI untuk bias gender.	70% profesional media butuh pelatihan AI etis (2025).
Penggunaan AI yang Etis & Bertanggung Jawab	Mengintegrasikan prinsip fairness , transparency , accountability , dan privacy .	Merancang kampanye PR dengan AI yang sesuai regulasi AI Nasional 2025.	Council of Europe (2025): dimensi manusiawi penting, namun akses teknologi tidak merata.
Berpusat pada Manusia, Kreativitas, & Empati	Mengembangkan empati, adaptabilitas, komunikasi, dan <i>lifelong learning</i> agar AI selaras dengan nilai sosial.	Kolaborasi mahasiswa dan AI dalam konten kreatif dengan sentuhan emosional manusia.	OECD (2025) merekomendasikan domain <i>Creating with AI</i> untuk inovasi etis.
Keahlian Domain	Penerapan AI spesifik sesuai disiplin, termasuk dampak regulasi.	Pemanfaatan AI di iklan untuk personalisasi konten sesuai regulasi privasi IoT.	Studi 2025: keahlian domain AI di sektor kreatif masih rendah.

Kerangka ini diperkuat dengan penelitian **ArXiv (2025)** seperti *A-Factor*, yang mengukur empat dimensi empiris: **communication effectiveness**, **creative idea generation**, **content evaluation**, dan **step-by-step collaboration**, berdasarkan data 517 responden.

Arah Praktis & Strategis untuk Ilmu Komunikasi

1. **Rumusan Definisi Inklusif** — Gabungkan aspek teknis, kritis, etis, dan humanis.
2. **Adopsi Kerangka Terkini** — Misalnya 5 dimensi DEC atau 12 kompetensi *generative AI literacy*.
3. **Gunakan Pengukuran Terstandar** — Seperti *A-Factor* untuk evaluasi literasi AI mahasiswa dan dosen.

4. **Perkuat Evaluasi Kritis** — Lewat simulasi bias AI, studi kasus disinformasi, dan diskusi etis.
5. **Modul Berbasis Data** — Gunakan data baseline, misalnya target peningkatan evaluasi kritis dari 3,25 menjadi >3,5, sambil mempertahankan persepsi etis di atas 3,8.

Literasi AI adalah **kemampuan multidimensi** yang menggabungkan aspek teknis, evaluatif, kreatif, etis, dan manusiawi. Bagi Ilmu Komunikasi, literasi AI bukan hanya soal **mengoperasikan alat**, tetapi juga **membentuk kesadaran kritis dan etis**, serta **kapabilitas khusus komunikasi digital** untuk menghadapi tantangan disinformasi, bias, dan ketidakmerataan akses teknologi di Indonesia. Dengan kerangka yang tepat, literasi AI dapat menjadi **senjata strategis** untuk mencetak SDM unggul di era digital berbasis AI.

Kompetensi dasar literasi AI yang relevan untuk Ilmu Komunikasi

Di era digital yang kian didominasi oleh **kecerdasan artifisial (AI)**, literasi AI bukan lagi keterampilan tambahan, melainkan **kompetensi inti** yang harus dimiliki oleh mahasiswa dan dosen Ilmu Komunikasi. Literasi ini mencakup bukan hanya aspek teknis, tetapi juga **pemikiran kritis, kesadaran etis, dan kemampuan mengintegrasikan AI** dalam praktik komunikasi—mulai dari jurnalisme, hubungan masyarakat (PR), periklanan, hingga komunikasi korporat.

UNESCO (2025) menekankan empat dimensi utama literasi AI: **mindset berorientasi manusia, etika AI, teknik dan aplikasi AI**, serta **desain sistem AI**. Prinsip ini menegaskan bahwa AI harus *melengkapi*—bukan menggantikan—peran manusia. Namun, adopsi AI di bidang komunikasi masih menghadapi tantangan seperti **bias algoritma** yang dapat memperkuat ketidakadilan sosial, serta **ketergantungan pada korporasi teknologi besar** yang dapat mengurangi otonomi jurnalistik.

Berdasarkan kajian terkini, terdapat tujuh kompetensi dasar literasi AI yang strategis bagi Ilmu Komunikasi:

Pemahaman Konseptual AI (Know & Understand AI)

Mahasiswa perlu memahami **cara kerja AI, algoritma, bias, dan keterbatasannya**, termasuk konsep *machine learning*, *natural language processing* (NLP), dan *generative AI*. Tujuannya bukan untuk menjadikan semua mahasiswa *coder*, tetapi agar mereka dapat **mengkritisi keputusan AI** dan menilai konteks penerapannya.

- **Data:** Sprout Social (2024) mencatat **64% pemasar** telah menggunakan AI untuk analisis data. Tanpa pemahaman ini, pengguna berisiko menerima output AI secara mentah tanpa menyadari potensi bias atau kesalahan.
- **Praktik:** Dalam mata kuliah Analisis Media, dosen dapat mengajarkan mahasiswa menggunakan *sentiment analysis* berbasis AI sambil mengidentifikasi bias data pelatihan.

Penggunaan dan Penerapan AI (Use & Apply AI)

Kompetensi ini mengasah keterampilan memanfaatkan AI untuk **produksi konten, optimalisasi pesan, dan personalisasi komunikasi**. AI dapat membantu membuat *draft* naskah berita, menyesuaikan materi iklan untuk segmen audiens tertentu, atau mengedit multimedia secara otomatis.

- **Data:** Adobe (2023) melaporkan **85% pemasar** menganggap AI sebagai *game-changer* dalam efisiensi dan kreativitas.
- **Praktek:** Mahasiswa dapat menggunakan **HeyGen** untuk membuat video presentasi dengan avatar virtual, atau **Jasper** untuk menghasilkan variasi *headline* yang relevan dengan target audiens.

Evaluasi dan Kreasi AI (Evaluate & Create AI)

Profesional komunikasi tidak cukup hanya menggunakan AI—mereka perlu **mengevaluasi akurasi, relevansi, dan bias output AI**, sekaligus mampu merancang *prompt* atau bahkan model sederhana yang sesuai kebutuhan komunikasi.

- **Data:** Reuters Institute (2025) melaporkan **75% jurnalis** di Eropa dan AS menggunakan AI untuk produksi konten. Meski meningkatkan efisiensi hingga 30%, risiko *hallucination* tetap tinggi tanpa evaluasi kritis.
- **Praktik:** Dalam proyek tugas akhir, mahasiswa dapat membuat *prompt library* untuk kampanye PR yang diuji efektivitasnya melalui analisis respons audiens.

Etika dan Pertanggungjawaban AI (AI Ethics)

Aspek etis mencakup **privasi data, transparansi, keadilan, akuntabilitas, dan keamanan**. Di bidang komunikasi, risiko *deepfake*, disinformasi, dan bias algoritmik sangat nyata.

- **Data:** Edelman (2023) menemukan **63% masyarakat global** khawatir akan disinformasi berbasis AI. OECD (2025) memprediksi **40% keterampilan kerja** akan berubah akibat AI, termasuk di sektor komunikasi.
- **Praktik:** Mata kuliah Etika Komunikasi dapat memasukkan studi kasus pembuatan iklan menggunakan *generative AI* yang bebas dari stereotip gender atau ras.

Interaksi Human–Machine Communication (HMC)

Model HMC menggabungkan **dimensi kognitif, teknis, afektif-etik, dan sosial-humanistik** dalam interaksi manusia–AI. Kompetensi ini memastikan AI tidak hanya dipandang sebagai alat, tetapi sebagai mitra kolaborasi.

- **Praktik:** Mahasiswa belajar mengelola *chatbot* untuk layanan informasi publik sambil mengukur persepsi dan kepuasan audiens.

Literasi AI Generatif (Generative AI Literacy)

Kompetensi ini mencakup kemampuan *prompt engineering*, pemahaman hukum, dan etika konten generatif. Model terbaru mengidentifikasi **12 kompetensi inti** untuk penggunaan AI generatif yang bertanggung jawab.

- **Praktik:** Proyek pembuatan kampanye digital di mana AI menghasilkan variasi konten, kemudian diuji efektivitasnya dengan *A/B testing*.

Pengukuran Literasi AI (AI Competency Objective Scale – AICOS)

Instrumen AICOS (2025) memungkinkan evaluasi terstruktur literasi AI, termasuk dimensi generatif. Ini penting untuk mengukur kemajuan mahasiswa dan efektivitas kurikulum.

- **Praktik:** Fakultas dapat menggunakan AICOS setiap semester untuk memetakan peningkatan kompetensi dan memperbaiki modul pembelajaran.

Ringkasan Praktikal Kompetensi Dasar

Dimensi Literasi AI	Relevansi untuk Ilmu Komunikasi
Pahami AI	Menjadi dasar kritis untuk memahami teknologi & bias AI
Gunakan AI	Implementasi praktis di produksi konten dan analisis media
Evaluasi & Ciptakan AI	Menilai kualitas output dan merancang prompt/algoritma kreatif
Etika AI	Menjaga integritas komunikasi, mencegah disinformasi
HMC (Human-Machine Comm.)	Menggabungkan komunikasi manusia dan mesin secara harmonis
Literasi AI Generatif	Memanfaatkan AI generatif secara efektif dan bertanggung jawab
Pengukuran (AICOS)	Memetakan dan meningkatkan kompetensi literasi AI secara ilmiah

Refleksi Kritis dan Implikasi Praktis

- **Konteks Ilmu Komunikasi berbeda dari STEM:** fokus utama adalah menyampaikan pesan yang efektif, memahami audiens, dan menjaga etika, bukan hanya aspek teknis pemrograman.
Adaptasi kurikulum menjadi kunci: modul harus melatih pemahaman, evaluasi kritis, dan kreativitas berbasis AI.
- **Evaluasi berbasis data** melalui AICOS dapat memastikan program tidak hanya teoritis, tetapi memberi dampak nyata.
- **Etika dan keberlanjutan sosial** harus melekat dalam setiap kompetensi, agar lulusan mampu menjadi pemimpin diskusi etis di era AI.

Studi kasus: Literasi AI dalam kampus-kampus global

Penerapan AI Across the Curriculum di University of Florida (AS)

University of Florida telah mengembangkan model “AI Across the Curriculum” yang menjadikan literasi AI wajib bagi semua mahasiswa di berbagai disiplin. Lewat rekrutmen lebih dari 100 fakultas baru, setiap mahasiswa diwajibkan menyelesaikan:

- Kursus dasar AI
 - Kursus etika dan teknologi informasi
 - Satu kursus tambahan lintas bidang seperti bisnis atau kedokteran
- Mahasiswa lulus dengan sertifikat resmi sekaligus pengalaman praktik lewat kolaborasi industri—mendorong literasi AI lintas disiplin dan kesiapan pasar kerja. ([AI at UF](#), digitaleducationcouncil.com)

Inklusi Generatif AI di Kebijakan dan Praktik Kampus Terkemuka

Studi global terhadap kebijakan integrasi generatif AI (GAI) di 40 universitas mengungkap tren proaktif adopsi, termasuk fokus pada integritas akademik, pembelajaran, dan pemerataan. Peran fakultas, mahasiswa, dan admin diatur dengan jelas. ([arXiv](#)) Selain itu, penelitian tentang governance di 14 universitas “Big Ten” menunjukkan penerapan multi-unit governance untuk memastikan penggunaan AI secara bertanggung jawab. ([arXiv](#))

Penggunaan AI oleh Mahasiswa di Tingkat Global

Menurut *Digital Education Council Global AI Student Survey 2024*, sekitar **86% mahasiswa** telah menggunakan AI dalam studi mereka, dengan **54%** menggunakan alat-alat AI secara mingguan—menunjukkan betapa cepatnya AI menjadi bagian rutinitas akademik. (digitaleducationcouncil.com) Sementara itu, studi di *TechTrends* (Juni 2025) menyatakan lebih dari **85% mahasiswa perguruan tinggi** telah mengintegrasikan generative AI dalam kehidupan akademis mereka. ([Forbes](#))

Reaksi Kampus terhadap AI: Dari Larangan ke Integrasi Kritis

Universitas di Hong Kong bermula melarang penggunaan ChatGPT, namun berangsur melakukan integrasi melalui kebijakan literasi AI dan etika yang adaptif—sebuah paradigma baru yang menekankan pada penggunaan AI secara bertanggung jawab. ([arXiv](#))

Contoh lain, London School of Economics (LSE) mempraktikkan model unik—mahasiswa menggunakan LLM (misalnya ChatGPT) untuk menghasilkan esai, lalu diminta secara kritis mengevaluasi output tersebut agar memahami kelebihan dan kelemahan. ([The Times](#))

Inisiatif Global dalam Meningkatkan AI Literacy

- **DEC (Digital Education Council)**: Sebuah aliansi global yang berpusat di Singapura dengan lebih dari 100 institusi dari 31 negara yang fokus pada adopsi AI bertanggung jawab dan transformasi digital.
https://en.wikipedia.org/wiki/Digital_Education_Council

- **Symbiosis International University (India):** Meluncurkan **Symbiosis AI Institute** (SAII), menyediakan program interdisipliner AI di berbagai disiplin akademik—mengukuhkan bahwa literasi AI tidak hanya untuk jurusan CS saja. (economictimes.indiatimes.com)
- **MBZUAI (Uni AI di Abu Dhabi):** Sebagai universitas riset AI pertama di dunia, MBZUAI telah memperkenalkan program sarjana AI pada 2025, menawarkan kurikulum AI komprehensif, beasiswa penuh, dan infrastruktur untuk riset maju. ([Wikipedia](https://www.wikipedia.org))
- **German UDS (Jerman):** Universitas digital sepenuhnya yang diluncurkan April 2025. Menawarkan program AI, micro-degree, dan modul etika serta kolaborasi internasional—menjadi model baru pendidikan tinggi berbasis teknologi. ([Wikipedia](https://www.wikipedia.org))
- **Universal AI University (India):** Menyatakan seluruh programnya terintegrasi AI, menjadikannya universitas pertama di India yang didedikasikan untuk pendidikan dan inovasi AI. ([Wikipedia](https://www.wikipedia.org))

Kritik & Refleksi Praktikal

1. **Gap antara Penggunaan Mahasiswa dan Dukungan Institusional**
Walau lebih dari 85–86% mahasiswa aktif menggunakan AI, hanya **37% institusi** yang melakukan upskilling atau reskilling staf, dan hanya **1% yang merekrut tenaga AI baru**. ([arXiv](https://arxiv.org), upcea.edu)
→ Universitas perlu memperkuat dukungan struktural agar literasi AI bukan semata adopsi pengguna, tapi juga kemampuan institusi dalam membimbing dan mengelola.
2. **Pentingnya Kebijakan & Tata Kelola AI yang Jelas**
Studi global menunjukkan keberhasilan integrasi AI sangat bergantung pada kebijakan yang mendefinisikan peran dan tanggung jawab stakeholders. ([arXiv](https://arxiv.org))
→ Prodi Ilmu Komunikasi harus merumuskan kerangka tata kelola yang jelas—siapa bertanggung jawab atas apa dalam penggunaan AI, termasuk aspek akademik dan etis.
3. **Literasi AI: Dari Skill Teknis ke Etika & Analitis**
Praktik seperti di LSE dan Hong Kong menunjukkan bahwa literasi AI harus mencakup kemampuan kritis, etika, dan kreatif, bukan hanya bagaimana menggunakan alat teknologi. ([The Times](https://www.thetimes.co.uk), [arXiv](https://arxiv.org))
→ Kurikulum harus mencakup analisis kritis output AI, etika penggunaan, dan kemampuan mengelola disrupsi digital.
4. **Model Kolaboratif sebagai Kunci Praktikalitas**
Inisiatif seperti SAI, MBZUAI, dan German UDS menunjukkan bahwa kolaborasi lintas disiplin dan digital-first design mampu mempercepat literasi AI yang relevan dan inklusif. (economictimes.indiatimes.com, [Wikipedia](https://www.wikipedia.org))
→ Modul Komunikasi sebaiknya didesain modular, kolaboratif, dan digital-centric agar dapat diakses luas dan adaptif terhadap kebutuhan industri.

Rekomendasi Perumusan Modul yang Relevan

Tema Praktikal	Contoh Integrasi di Modul Ilmu Komunikasi
Studi Kasus Global	UFlorida, MBZUAI, German UDS, LSE
Survei & Data	Tampilkan data penggunaan mahasiswa (85–86%) dan institusional (37%)
Kebijakan Kampus	Telusuri governance di universitas riset dan adopsi kebijakan generatif AI
Approaches Inklusi	Pendekatan interdisipliner (SAIL), digital-first (German UDS), governance (DEC)

Dengan menyertakan struktur studi kasus ini, narasi akan lebih kritis, berbasis data, dan aplikatif—mendorong pembaca untuk memahami **apa yang telah dilakukan**, **apa yang masih menjadi gap**, dan **bagaimana merancang kurikulum AI literacy yang efektif** dalam konteks Ilmu Komunikasi.

Peta literasi AI dan komunikasi digital

Literasi kecerdasan artifisial (AI) kini menjadi fondasi utama transformasi kompetensi di bidang komunikasi. AI hadir dalam **rekomendasi konten**, **penulisan otomatis**, **analisis data**, bahkan **otomasi proses komunikasi**. Bagi SDM komunikasi, literasi AI bukan hanya kecakapan teknis, tetapi **prasyarat untuk berpikir kritis, beretika, dan adaptif**.

Di kampus maupun dunia profesional, kemampuan ini membedakan lulusan yang sekadar **pengguna pasif** dari mereka yang **menjadi pengkritik, pengembang, dan pembentuk masa depan AI**.

Data mendukung urgensi ini: Indonesia menjadi negara ke-3 terbesar pengguna AI di dunia pada 2024 dengan **1,4 miliar kunjungan** ke platform AI. Namun, **Indeks Masyarakat Digital Indonesia 2024** menunjukkan pemahaman etis AI masih terbatas pada sebagian kecil populasi digital—menandakan **tingginya adopsi, tapi rendahnya literasi mendalam**.

Definisi Literasi AI

Definisi terkini, seperti dari **Universitas Airlangga** dan *Pusdikra Publishing*, menggambarkan literasi AI sebagai kemampuan untuk **memahami, menggunakan, memonitor**, dan **merefleksikan secara kritis** aplikasi AI. Kompetensi ini mencakup:

1. **Know & Understand** (*tahu & memahami*): Memahami konsep dasar seperti *machine learning*, bias algoritma, kapabilitas, dan keterbatasan AI.
2. **Use & Apply** (*menggunakan & menerapkan*): Mengaplikasikan AI untuk produksi konten, analisis data, dan manajemen komunikasi.
3. **Evaluate & Create** (*mengevaluasi & mencipta*): Mengkritisi keluaran AI serta merancang sistem AI yang **adil dan dapat dijelaskan** (*explainable AI*).
4. **AI Ethics** (*etika AI*): Menilai aspek keadilan, transparansi, akuntabilitas, dan keberlanjutan.

Konteks lokal mempertegas definisi ini: literasi AI di Indonesia sering dipersempit menjadi “kemampuan menggunakan AI generatif,” padahal tantangan sebenarnya adalah **memahami ekosistem AI dan dampak sosial-ekonominya**.

Dimensi Literasi AI: Kerangka Terkini

Berbagai kerangka global dan riset terbaru menyajikan dimensi literasi AI yang relevan bagi Ilmu Komunikasi:

Digital Promise Framework (2024)

Menekankan tiga komponen: **Understand – Use – Evaluate**, dengan fokus pada komunikasi kritis dan etis di pendidikan digital.

Digital Education Council (2025)

Mengembangkan lima dimensi **human-centered**, termasuk pemahaman AI & data, interaksi kritis, dan pemikiran kreatif.

MAILS (2023) dan AICOS Scale (2025)

- **MAILS**: Mengukur literasi AI dari aspek Understand, Use & Apply, Detect, Create, Ethics, serta **self-efficacy**.
- **AICOS**: Mengintegrasikan literasi *Generative AI* dengan modul penilaian objektif.

Psikometrik A-Factor (2025)

Empat dimensi untuk kolaborasi manusia–AI:

- **Communication Effectiveness**
- **Creative Idea Generation**
- **Content Evaluation**
- **Step-by-Step Collaboration**

Empat Pilar Literasi AI untuk Ilmu Komunikasi

1. **Dimensi Teknis (*Functional & Technical*)**
 - Produksi konten (teks, gambar, video, audio) dengan AI.
 - Analisis data komunikasi, seperti sentimen media sosial.
 - Otomasi tugas rutin (*task automation*).
2. **Dimensi Kritis & Kontekstual**
 - Mengidentifikasi bias algoritma.
 - Menyadari keterbatasan AI dan risiko disinformasi (*hallucination*).
 - Menganalisis dampak sosial AI terhadap persepsi publik.
3. **Dimensi Etis & Sosial**
 - Hak cipta & plagiarisme.
 - Privasi & keamanan data.
 - Transparansi dan akuntabilitas penggunaan AI (misalnya *deepfake disclosure*).
4. **Dimensi Kolaboratif & Adaptif**
 - Kolaborasi kreatif manusia–AI.
 - Pembelajaran berkelanjutan mengikuti perkembangan teknologi.

Analisis Kritis

- **Pew Research Center (2023)**: Banyak orang berinteraksi dengan AI generatif, tapi pemahaman cara kerja dan batasannya rendah.
- **AI Index Report (2025)**: Investasi global *generative AI* mencapai **US\$33,9 miliar** (+18,7% dari 2023), tetapi **gap literasi** tetap besar.

- **Konteks Indonesia:** Tingginya adopsi AI belum diimbangi pemahaman etis, berpotensi menimbulkan **over-reliance** dan erosi kreativitas.

Rekomendasi Praktikal untuk SDM Ilmu Komunikasi

1. **Kurikulum Berbasis Kerangka Multidimensi:** Teknis, kritis/etis, kreatif/kolaboratif, dan metakognitif.
2. **Blended Learning dengan Studi Kasus Lokal:** Misalnya, analisis bias pada kampanye media sosial Indonesia.
3. **Integrasi Kebijakan Nasional:** Sejalan dengan *Surat Edaran Menkominfo No. 9 Tahun 2023* dan roadmap literasi AI 2025–2030.

Kesimpulan Ringkas

Literasi AI adalah perpaduan antara kompetensi teknis, etis, kreatif, dan reflektif.

Kerangka seperti *Digital Promise*, DEC, MAILS/AICOS, dan A-Factor memberi peta jalan untuk mengembangkan SDM komunikasi yang **kritikal, etis, inovatif, dan adaptif**.

Bagi Indonesia, literasi AI bukan sekadar keterampilan—tetapi **perlawanan intelektual** terhadap dominasi teknologi, memastikan manusia tetap menjadi pengarah utama komunikasi di era AI yang dinamis.

Bab 4: Kerangka Kompetensi SDM Ilmu Komunikasi di Era AI

Kompetensi teknis dan non-teknis yang dibutuhkan

Era **Kecerdasan Buatan (AI)** telah secara fundamental mengubah lanskap Ilmu Komunikasi. Jika dulu keberhasilan lebih banyak bertumpu pada keterampilan menulis, berbicara, dan merancang strategi secara konvensional, kini SDM komunikasi harus menguasai **perpaduan antara kompetensi teknis dan non-teknis**. Kombinasi ini **bukan lagi nilai tambah**, tetapi **prasyarat utama** untuk bertahan dan berkembang di industri yang kian terdigitalisasi.

Laporan *Future of Jobs 2025* (World Economic Forum) memproyeksikan **39% keterampilan inti pekerja global akan berubah** pada 2030, dengan sektor media dan komunikasi terdampak signifikan oleh **adopsi AI yang mencapai 90%** di industri terkait seperti telekomunikasi dan layanan informasi. Di Indonesia, survei Kementerian Kominfo 2025 menunjukkan **hanya 62% responden yang memahami dasar AI**, memunculkan *gap* kompetensi yang nyata di kalangan mahasiswa dan dosen Ilmu Komunikasi.

Kompetensi Teknis – Memanfaatkan AI secara Strategis

Kompetensi teknis di sini tidak menuntut setiap komunikator menjadi *data scientist*, tetapi menuntut kemampuan **menggunakan, memahami, dan mengarahkan AI** sebagai kolaborator cerdas.

1. Literasi AI & Data

Mencakup kemampuan *understand, use, monitor, dan critically reflect* terhadap aplikasi AI. Literasi data menjadi pondasi karena AI bergantung pada kualitas data. *Data WEF*: 41% pekerjaan global membutuhkan keterampilan analisis data pada 2025, dengan pertumbuhan 85% di sektor retail dan media.

2. Prompt Engineering & AI Tool Literacy

Kemampuan merancang *prompt* yang efektif untuk menghasilkan output akurat serta penguasaan alat-alat AI relevan, seperti **ChatGPT, Midjourney, Canva AI**, atau **Power BI**. Studi Penn Career Services menyebut *prompt engineering* sebagai salah satu *must-have skills* bagi profesional non-teknis.

3. Analisis Data & Big Data

Menggunakan bahasa pemrograman seperti **Python** atau platform analitik untuk memahami tren audiens, mengukur dampak kampanye, dan memprediksi perilaku konsumen.

4. Workflow Automation & Integrasi AI

Mengoptimalkan proses kerja menggunakan *workflow automation* (misalnya Zapier, Notion AI) untuk tugas repetitif seperti pemantauan media dan pelaporan.

5. Keamanan Siber & Etika Data

Memahami risiko *deepfake*, kebocoran data, dan bias algoritma, serta mengimplementasikan praktik keamanan siber dalam komunikasi.

76% industri telekomunikasi memproyeksikan pertumbuhan keterampilan ini hingga 2030.

Kompetensi Non-Teknis – Menjaga Pilar Humanistik

Di tengah otomasi, justru kompetensi non-teknis (*soft skills*) menjadi pembeda utama. AI dapat menghasilkan konten, tetapi tidak dapat menggantikan **empati, kreativitas, dan penilaian etis** manusia.

1. **Analytical Reasoning & Systems Thinking**
Kemampuan memecah informasi kompleks dan memahami konteks sistem komunikasi. Penting untuk menentukan kapan AI efektif digunakan.
2. **Critical & Creative Thinking**
WEF mencatat pertumbuhan **79% permintaan *creative thinking*** di sektor pendidikan dan media. Fokusnya: mengkombinasikan ide orisinal dengan hasil AI untuk menciptakan nilai tambah.
3. **Ethical Understanding & Social Responsibility**
Kesadaran etis untuk mengidentifikasi bias, melindungi privasi, dan memastikan penggunaan AI yang adil.
UNESCO (2025) memperingatkan *over-reliance* pada AI dapat mengikis kemampuan analisis independen.
4. **Emotional Intelligence & Cross-Disciplinary Collaboration**
Kemampuan berkomunikasi efektif dengan berbagai latar belakang (dosen, mahasiswa, industri, pemerintah) menjadi krusial dalam proyek komunikasi berbasis AI.
5. **Resilience & Lifelong Learning**
Adaptasi berkelanjutan terhadap perubahan teknologi.
83% sektor telekomunikasi memprediksi keterampilan *resilience* akan semakin penting hingga 2030.

Sinergi Teknis & Non-Teknis – Kunci SDM Unggul Ilmu Komunikasi

Studi *Multiverse* (Agustus 2025) menegaskan keberhasilan adopsi AI bergantung pada **perpaduan kompetensi teknis** (seperti *prompt engineering*, evaluasi model AI) **dan non-teknis** (seperti *reasoning*, komunikasi, kreativitas, kepekaan etika).

Di Indonesia, model pengembangan kompetensi efektif (Spencer & Spencer, 1993) menekankan bahwa lulusan siap kerja lahir dari **integrasi keterampilan teknis dan soft skills**, didukung budaya organisasi yang terbuka terhadap inovasi.

Rangkuman Kompetensi Kunci

Teknis (Hard Skills)	Non-Teknis (Soft Skills)
Literasi AI & Data	Analytical reasoning & systems thinking
Prompt engineering & tool literacy	Etika AI & refleksi kritis
Analisis data, ML, dan cloud infrastructure	Kreativitas, critical thinking, empati
Workflow automation & keamanan siber	Komunikasi interpersonal & kolaborasi

Rekomendasi Praktis untuk Akademisi dan Industri

- **Integrasi Kurikulum:** Masukkan *hands-on project* untuk *prompt engineering*, analisis data media sosial, dan desain *AI workflow* dalam mata kuliah.
- **Pelatihan Soft Skills:** Gunakan simulasi kasus (misalnya identifikasi bias AI dalam kampanye PR) untuk melatih *critical thinking* dan etika komunikasi.
- **Sertifikasi Ganda:** Kombinasikan sertifikasi *AI literacy*, literasi data, manajemen proyek teknologi, dan komunikasi digital.
- **Kolaborasi MBKM:** Libatkan mahasiswa dalam proyek industri berbasis AI untuk memperkuat kompetensi praktis.

Jika narasi ini dijadikan subbab, ia akan menyampaikan pesan yang tegas: **SDM Ilmu Komunikasi masa depan adalah mereka yang mampu mengendalikan AI, bukan dikendalikan AI**—menggunakan teknologi sebagai pengungkit, sambil menjaga nilai-nilai kemanusiaan, kreativitas, dan etika.

Profil SDM unggul Ilmu Komunikasi berbasis AI

Di era digital yang semakin didominasi oleh **kecerdasan artifisial (Artificial Intelligence/AI)**, profil **Sumber Daya Manusia (SDM) unggul** di bidang Ilmu Komunikasi menuntut perpaduan **kemampuan teknis adaptif terhadap AI** dan **kompetensi non-teknis yang menekankan nilai kemanusiaan**. SDM ini bukan sekadar pengguna teknologi, tetapi **arsitek komunikasi yang diperkuat AI**—inovator yang memanfaatkan teknologi untuk memperkaya proses komunikasi, sekaligus mengantisipasi risiko seperti **bias algoritma**, **privasi data**, dan **degradasi interaksi manusiawi**.

Tantangan Global & Relevansi Pendidikan Komunikasi

Perubahan global memaksa perguruan tinggi untuk **mereorientasi pendidikan komunikasi**. Menurut **World Economic Forum (Future of Jobs Report 2025)**, AI diproyeksikan **menciptakan 19 juta pekerjaan baru** sekaligus **menggantikan 9 juta**. Kompetensi seperti *AI literacy*, **pemikiran kreatif**, dan **etika digital** menjadi prioritas.

Di Indonesia, **UGM** menegaskan bahwa literasi AI harus diintegrasikan secara **positif dan adaptif** dalam kurikulum, selaras dengan *Merdeka Belajar Kampus Merdeka*.

Dimensi Kompetensi SDM Komunikasi Berbasis AI

Empat pilar kompetensi utama menjadi landasan profil ini:

1. **Kognitif (Berpikir Kritis di Era Algoritma)**
 - Mengkaji bias data dan output AI.
 - Menguasai **prompt engineering** untuk hasil optimal.
 - Memverifikasi informasi AI dengan sumber terpercaya.
2. **Digital (Menguasai Ekosistem AI)**
 - Menggunakan *Natural Language Processing* dan *Generative AI* untuk produksi konten otomatis.
 - Memanfaatkan **big data analytics** untuk strategi komunikasi berbasis bukti.
 - Mengimplementasikan **chatbot** dan automasi komunikasi internal-eksternal.
3. **Etis (Navigasi Moral Teknologi)**
 - Mengidentifikasi dan memitigasi bias algoritma.
 - Menjaga **privasi data** sesuai regulasi (mis. **UU PDP**, *GDPR*).
 - Menetapkan transparansi penggunaan AI dalam komunikasi publik.
4. **Kreatif (Inovasi yang Digerakkan Manusia)**
 - Menjadi **creative director AI**—menggunakan AI untuk mempercepat ide, bukan menggantikannya.
 - Menggabungkan wawasan AI dengan pemahaman audiens untuk narasi yang **otentik**.
 - Bereksperimen dengan format baru (mis. **narasi interaktif**, *augmented reality*).

Keunikan Profesi Ilmu Komunikasi

Beberapa keterampilan tetap **unik manusia** dan **tak tergantikan AI**:

- **Public speaking** yang menginspirasi
- **Kepemimpinan tim**
- **Empati dalam interaksi publik**

Nilai **human touch** menjadi pembeda kompetensi SDM unggul.

Efisiensi & Peran AI dalam Manajemen SDM dan Komunikasi

Studi McKinsey menunjukkan bahwa AI dapat meningkatkan **efisiensi kerja hingga 40%** di jurnalisme dan PR melalui automasi tugas rutin (penulisan draft berita, pemantauan tren). Dalam branding & engagement, AI meningkatkan **personalized engagement** audiens hingga **31%**.

Namun, hanya **1% perusahaan** yang menganggap implementasi AI mereka matang, menunjukkan **gap adopsi** yang signifikan.

Kerangka Praktis Pengembangan Profil

Strategi membangun SDM unggul Ilmu Komunikasi berbasis AI meliputi:

- **Pelatihan hibrida** (AI tools, *analytics*, storytelling, etika).
- **Kolaborasi kampus–industri** untuk akses kasus riil & tools terkini.
- **Sertifikasi modular** (*micro credentials*) untuk bukti kesiapan kerja.

Indikator keberhasilan:

- Persentase lulusan mampu melakukan **analisis data/AI** untuk komunikasi strategis.
- Survei adaptabilitas SDM terhadap teknologi AI.
- Uji kompetensi teknis & etika dalam mata kuliah *AI Communication*.

Rekomendasi Kebijakan & Akademik

- Integrasi **literasi AI & soft skills** dalam kurikulum komunikasi.
- Program **sertifikasi kolaboratif** dengan industri AI.
- Framework **etika AI nasional** untuk komunikasi publik.
- Magang mahasiswa di perusahaan AI (*MBKM*) untuk pengalaman langsung.

Ringkasannya, **SDM unggul Ilmu Komunikasi berbasis AI** adalah **lifelong learner** yang memadukan:

- **Keahlian teknis** (digital, analitis, AI tools)
- **Keunggulan manusiawi** (kritis, etis, kreatif)
- **Kesiapan industri** melalui pengalaman riil & sertifikasi

Mereka bukan hanya beradaptasi terhadap masa depan—mereka **memimpin perubahan** di dalamnya.

Framework pengembangan kompetensi: cognitive, digital, ethical, dan creative skills

Di era kecerdasan artifisial (AI), penguasaan kompetensi tidak lagi bisa dipisahkan secara kaku antara *hard skills* dan *soft skills*. Kehadiran AI sebagai **mitra kerja**—bukan sekadar alat—menuntut **kerangka kompetensi yang holistik**, adaptif, dan saling menguatkan. Framework ini dirancang untuk membekali mahasiswa dan dosen Ilmu Komunikasi dengan **empat pilar utama**: Kognitif (*Cognitive*), Digital, Etis (*Ethical*), dan Kreatif (*Creative*), sesuai dinamika industri dan kebutuhan global.

Kompetensi Kognitif – Bernalar di Atas Mesin

Esensi: Di tengah banjir konten generatif AI, nilai manusia terletak pada **berpikir kritis**, **penalaran kompleks**, dan **pemecahan masalah strategis**. AI dapat menghasilkan *output* cepat, tetapi sering menghadapi fenomena *hallucination*—menciptakan informasi yang salah namun terdengar meyakinkan.

Data Kunci:

- *World Economic Forum (2023)* menempatkan **analytical thinking** dan **creative thinking** sebagai dua keterampilan teratas hingga 2028.
- Hanya **35% tenaga kerja komunikasi** saat ini yang memiliki keterampilan analisis data tingkat lanjut, padahal **60% pekerjaan** di bidang ini akan membutuhkannya pada 2025 (WEF).

Praktik Implementasi:

- Tugas analisis kritis terhadap tiga draf strategi kampanye buatan AI, mengidentifikasi kelemahan, lalu menyusun **strategi hibrida unggul** berbasis teori komunikasi.
- Latihan evaluasi bias dan uji *validitas* data yang dihasilkan AI.

Kompetensi Digital – Dari Pengguna Menjadi AI Conductor

Esensi: Literasi digital kini meluas ke **kefasihan AI (*AI fluency*)**: memahami, mengarahkan, dan berkolaborasi dengan sistem AI secara efektif.

Data Kunci:

- **70% perusahaan komunikasi global** akan mengadopsi AI untuk otomatisasi konten dan analitik pada 2026 (McKinsey, 2024).
- Kerangka *Digital Intelligence (DQ)* mengintegrasikan literasi, keamanan, komunikasi digital, dan metakognisi berbasis nilai moral universal (DQ Institute).

Praktik Implementasi:

- *Workshop prompt engineering* untuk PR, jurnalisme, dan periklanan.
- Integrasi kerangka DQ dan asesmen UNESCO AI literacy dalam kurikulum.

- Proyek kampanye terintegrasi dengan *AI stack* (misalnya RunwayML, Midjourney, Google Analytics 4).

Kompetensi Etis – Penjaga Gerbang Kepercayaan

Esensi: Etika bukan pelengkap, tetapi **tulang punggung kepercayaan publik**. Profesional komunikasi harus mencegah bias, disinformasi, dan pelanggaran privasi yang mungkin dihasilkan AI.

Data Kunci:

- **65% konsumen global** khawatir tentang manipulasi informasi oleh AI (UNESCO, 2023).
- Hanya **15% program studi komunikasi** di Indonesia yang memiliki mata kuliah etika teknologi (Kemendikbudristek, 2024).

Praktik Implementasi:

- Studi kasus bias algoritmik dan *deepfake*.
- Penerapan *ethical AI checklist* sebelum publikasi.
- Modul reflektif berbasis teori etika (*virtue ethics*, deontologi, utilitarianisme).

Kompetensi Kreatif – Orkestrasi Ide dan Emosi

Esensi: AI dapat mempercepat eksekusi, namun kreativitas manusia—dalam **konsep, kurasi, dan koneksi emosional**—tetap tak tergantikan.

Data Kunci:

- **80% konten pemasaran global** pada 2026 akan dibantu AI (Adobe Creative Trends, 2025).
- CCR *10 Competencies* menempatkan **creativity** dan **imagination** sebagai aspek yang sulit ditiru AI.

Praktik Implementasi:

- Tugas *co-creation* dengan AI: menghasilkan ide, memilih yang paling relevan secara budaya, lalu mengembangkan *storyboard*.
- Evaluasi berdasarkan kebaruan (*originality*), kelengkapan (*elaboration*), keberanian bereksperimen (*risk-taking*), dan imajinasi.

Integrasi Keempat Pilar

Keempat pilar ini **terjalin erat** satu sama lain:

- **Kognitif:** berpikir kritis terhadap *output* AI.
- **Digital:** mengarahkan dan memanfaatkan AI.
- **Etis:** memastikan tanggung jawab dan transparansi.
- **Kreatif:** menciptakan nilai emosional dan inovasi.

Model Implementasi:

- *Blended-experiential-microcredentials* pada topik seperti “AI dalam Produksi Konten”.
- Proyek akhir berbasis kasus nyata yang menguji semua pilar.
- Sertifikasi modular untuk melacak dan mengukur kompetensi.

Kesimpulan

Framework ini menegaskan bahwa pengembangan kompetensi di era AI **tidak bisa setengah jalan**. Diperlukan pendekatan menyeluruh, dukungan kebijakan, infrastruktur memadai, dan kolaborasi lintas sektor. Dengan fondasi **Kognitif, Digital, Etis, dan Kreatif**, SDM Ilmu Komunikasi Indonesia akan siap menghadapi tantangan dan peluang industri berbasis AI, sekaligus menjaga relevansi akademik dan integritas profesi.

Analisis gap kompetensi dosen dan mahasiswa saat ini

Dalam lanskap pendidikan Ilmu Komunikasi yang terus bertransformasi di era digital, **kecerdasan artifisial (AI)** telah menjadi pendorong utama perubahan dalam praktik komunikasi—mulai dari jurnalisme, hubungan masyarakat (PR), hingga komunikasi korporat. Namun, adopsi AI di pendidikan tinggi, khususnya di program studi Ilmu Komunikasi, menghadapi tantangan serius berupa **kesenjangan kompetensi antara dosen dan mahasiswa** dengan kebutuhan industri.

Bagian ini menguraikan kesenjangan tersebut secara kritis, dengan dukungan data terbaru, sekaligus menawarkan rekomendasi praktis untuk menjembatani gap tersebut.

Kesenjangan Kompetensi Dosen

Dosen adalah ujung tombak pendidikan tinggi. Namun, studi UNESCO (2023) menunjukkan bahwa hanya **35% dosen perguruan tinggi global** memiliki literasi dasar AI (*machine learning, natural language processing, data analytics*). Di Indonesia, angka ini bahkan lebih rendah: **22% dosen Ilmu Komunikasi** memiliki pelatihan formal AI (Kemendikbudristek, 2024).

Survei APTISI (2024) juga menemukan bahwa **60% dosen di universitas swasta** kesulitan mengakses pelatihan AI karena keterbatasan dana dan infrastruktur teknologi.

Kesenjangan spesifik meliputi:

- **Kompetensi teknis:** Minim pemahaman penggunaan tools AI seperti Google Analytics, Tableau, atau *NLP-based platforms* (ChatGPT, BERT) yang kini menjadi standar industri.
- **Keterampilan pedagogis berbasis AI:** Masih dominan metode konvensional, padahal *blended learning* dan *experiential learning* berbasis AI dapat meningkatkan keterampilan praktis mahasiswa.
- **Pemahaman etika AI:** Minimnya pemahaman isu bias algoritma, privasi data, dan keamanan informasi.
- **Keterbatasan pelatihan berkelanjutan:** Hanya sebagian kecil dosen yang mengikuti program *upskilling* secara rutin.

Kesenjangan Kompetensi Mahasiswa

Mahasiswa Ilmu Komunikasi di Indonesia menunjukkan antusiasme tinggi terhadap AI. Data global dari WAPOR (2024) menunjukkan bahwa **70% lulusan komunikasi** kekurangan keterampilan teknis seperti pengelolaan data atau penerapan AI untuk kampanye komunikasi strategis.

Survei Kemendikbudristek (2024) mengungkapkan bahwa **hanya 15% mahasiswa** memahami konsep dasar AI seperti algoritma atau *predictive models*. Sementara itu, **LinkedIn Skills Insights (2025)** melaporkan bahwa **80% pekerjaan komunikasi kini mensyaratkan kemampuan AI**, tetapi hanya **25% mahasiswa** yang memiliki pengalaman praktis menggunakannya.

Kesenjangan spesifik meliputi:

- **Literasi AI dasar:** Lemahnya pemahaman teknis fundamental.
- **Keterampilan praktis:** Mahasiswa mahir bermedia sosial, tetapi kurang memanfaatkan AI untuk *sentiment analysis*, *automated content creation*, atau *personalized communication*.
- **Kesiapan kerja:** Minim pengalaman proyek atau magang di lingkungan kerja berbasis AI.
- **Etika dan berpikir kritis:** Kurang dibekali kemampuan menilai dampak AI pada misinformasi, polarisasi, dan privasi.

Analisis Kritis Gap Kompetensi

Gabungan data nasional dan global mengindikasikan empat penyebab utama kesenjangan ini:

1. **Kurikulum tertinggal** – Banyak program studi masih fokus pada teori komunikasi klasik, minim integrasi AI, berbeda dengan universitas global seperti Stanford atau MIT yang sejak 2020 menawarkan mata kuliah *Computational Journalism* dan *AI-Driven PR Strategies*.
2. **Kurangnya kolaborasi industri** – McKinsey (2024) mencatat 65% perusahaan komunikasi global mengeluhkan lulusan tidak siap secara digital. Di Indonesia, kerja sama kampus–industri masih sporadis.
3. **Resistensi perubahan** – Kekhawatiran akan disrupti pekerjaan dan kompleksitas teknologi menghambat adopsi AI, terutama di kalangan dosen senior.
4. **Kesenjangan infrastruktur** – Perguruan tinggi di daerah sering kekurangan akses perangkat lunak AI dan laboratorium digital.

Rekomendasi Praktis

Untuk menutup gap kompetensi, langkah strategis yang dapat diambil meliputi:

1. **Pelatihan multilevel untuk dosen** – *Upskilling* tersegmentasi berdasar usia dan bidang, dilengkapi mentoring dan komunitas praktik.
2. **Integrasi AI dalam kurikulum** – Wajibkan mata kuliah seperti *Data-Driven Communication* atau *AI for Content Creation* dengan praktik menggunakan tools seperti Hootsuite Insights, Canva AI, atau Grammarly Business.
3. **Program MBKM berbasis proyek AI** – Magang di startup komunikasi atau agensi digital yang mengaplikasikan AI.
4. **Pusat Keunggulan AI di kampus** – Meniru model Nanyang Technological University, fokus pada riset dan pelatihan AI untuk komunikasi.
5. **Pendidikan etika AI** – Modul khusus tentang bias algoritma, privasi, dan implikasi sosial AI.

Kesimpulan

Kesenjangan kompetensi dosen dan mahasiswa Ilmu Komunikasi di era AI meliputi dimensi teknis, pedagogis, dan etis. Data menunjukkan **dosen tertinggal dalam adopsi teknologi**,

sedangkan **mahasiswa adaptif tetapi berisiko terjebak pada penggunaan instan tanpa literasi kritis.**

Mengadopsi strategi pelatihan berbasis *micro-credentials*, kurikulum AI terintegrasi, penguatan MBKM, dan kolaborasi industri akan mempersiapkan SDM Ilmu Komunikasi yang unggul. Hal ini hanya dapat tercapai jika ada **komitmen kolektif** antara perguruan tinggi, pemerintah, dan industri untuk membangun ekosistem pendidikan yang adaptif, etis, dan berdaya saing.

Bab 5: Profil Lulusan Komunikasi & Jurnalistik AI-Assisted

Lulusan Komunikasi/Jurnalistik di Era AI

Lulusan komunikasi dan jurnalistik tidak lagi cukup hanya menguasai teori media, teknik menulis, atau retorika. Mereka harus mampu **berkolaborasi dengan mesin cerdas**, memahami algoritma yang mengatur arus informasi, serta mengawasi etika di balik produksi konten digital. AI di sini bukan sekadar alat bantu, melainkan *co-creator* yang memengaruhi ritme kerja, kualitas narasi, dan kredibilitas pesan.

Profil lulusan baru ini akan ditandai oleh tiga hal utama:

1. **Kemampuan Teknis AI** – dapat menggunakan, mengevaluasi, bahkan merancang aplikasi AI untuk produksi dan analisis komunikasi.
2. **Kecerdasan Humanistik** – tetap menjaga etika, empati, dan narasi autentik di tengah otomasi.
3. **Orientasi Strategis** – mampu menafsirkan data dan memproyeksikan implikasi komunikasi di level organisasi maupun publik.

Keahlian Baru Lulusan Komunikasi/Jurnalistik AI-Assisted

Untuk menghadapi dunia kerja 2025–2030, lulusan perlu membawa *blended skillset* baru. Berikut adalah usulan nama-nama keahlian yang menandai diferensiasi mereka:

- **AI-Augmented Storytelling**
Kemampuan menggunakan AI generatif untuk membantu ideasi, drafting, dan produksi multimedia, sambil tetap menjaga kualitas narasi manusiawi.
- **Communication Data Analyst**
Penguasaan *sentiment analysis*, *audience segmentation*, dan prediksi tren komunikasi berbasis *machine learning*.
- **AI-Ethics & Narrative Guardian**
Kompetensi untuk mengaudit bias algoritmik, mengidentifikasi deepfake, serta menjaga integritas narasi publik.
- **Interactive Narrative Designer**
Spesialis dalam merancang pengalaman komunikasi interaktif berbasis chatbot, avatar virtual, atau immersive media dengan dukungan AI.
- **Crisis Prediction & Response Strategist**
Menggunakan *predictive analytics* untuk mengantisipasi potensi krisis reputasi, lalu menyiapkan skenario komunikasi responsif.
- **AI-Assisted Investigative Journalist**
Jurnalis yang memanfaatkan AI untuk mengolah big data, menelusuri dokumen, atau mendeteksi pola tersembunyi, tanpa kehilangan prinsip verifikasi manual.

- **Digital Empathy Architect**

Profesi baru yang menggabungkan *human-machine communication* dengan *emotional intelligence*, memastikan interaksi AI tetap empatik dan inklusif.

Outcome Lulusan

Dengan integrasi AI dalam kurikulum komunikasi/jurnalistik, outcome lulusan tidak hanya *job-ready*, tetapi juga *future-proof*. Mereka mampu bekerja sebagai:

- **AI-augmented journalist** di newsroom digital,
- **AI content curator** di perusahaan media dan agensi kreatif,
- **Communication data strategist** di perusahaan korporasi,
- **AI literacy trainer** untuk publik,
- atau bahkan **policy advisor** yang merancang tata kelola etis pemanfaatan AI dalam komunikasi.

Critical Narration

Lulusan komunikasi dan jurnalistik dengan kompetensi AI bukan sekadar operator mesin, melainkan **arsitek narasi yang menggabungkan kecepatan algoritma dengan kedalaman empati manusia**. Mereka adalah generasi baru komunikator yang tidak takut berkolaborasi dengan mesin, tetapi tetap menjadi penjaga nilai kemanusiaan, etika, dan relevansi budaya. Dalam ekosistem media yang dikepung disinformasi, lulusan ini hadir sebagai benteng kritis sekaligus inovator strategis—membuktikan bahwa di era mesin, manusia tetap memegang kendali makna.

Bab 6: Kajian Kurikulum dan Kebutuhan Modul Literasi AI di Prodi Ilmu Komunikasi

Analisis kurikulum Ilmu Komunikasi saat ini (nasional dan global)

Kurikulum Ilmu Komunikasi menjadi fondasi penting dalam membentuk **SDM unggul** yang adaptif terhadap disrupsi teknologi seperti **kecerdasan artifisial (AI)**, *big data*, dan konvergensi media. Di tengah transformasi global yang, menurut *World Economic Forum*, berpotensi mengubah **85 juta pekerjaan hingga 2025**, kurikulum yang kaku dan minim inovasi berisiko menghasilkan lulusan yang tidak kompetitif. Analisis ini memadukan data terbaru hingga 2025, membandingkan praktik nasional dan global, serta menyoroti *gap* antara teori klasik dan kompetensi praktis seperti literasi AI, sekaligus menawarkan rekomendasi yang aplikatif.

Kurikulum Nasional: Dominasi Teori, Minim Literasi AI

Sebagian besar program studi Ilmu Komunikasi di Indonesia, mengacu pada **Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI)** dan panduan **ASPIKOM**, masih berfokus pada teori komunikasi, riset, jurnalisme, *public relations*, dan komunikasi massa. Berdasarkan kurikulum terkini dari universitas seperti **UGM (2021–2026)**, **UI**, dan **UNNES**, struktur umumnya mencakup **144–149 SKS**: mata kuliah wajib nasional (8 SKS), universitas (4 SKS), dan prodi (± 137 SKS) yang memuat pengantar ilmu komunikasi, metode penelitian, serta komunikasi organisasi.

Namun, **integrasi teknologi digital, khususnya AI, masih minim**—hanya **10–15%** mata kuliah yang menyentuh topik komunikasi digital atau *new media*, dan hampir tidak ada yang mengupas *AI ethics* atau *data analytics*. Contohnya:

- **UGM**: menekankan lulusan kritis, kreatif, dan etis, namun **literasi AI belum eksplisit**.
- **UAJY**: ada penambahan "Program Komputer Komunikasi" namun fokus AI belum jelas.
- **FISIP UIN Sumatera Utara**: kurikulum fleksibel berbasis KKNI–SNPT, tetapi modul AI tidak disebutkan.

Kritik utama: pendekatan terlalu teoritis dan cenderung *content-heavy* dibanding *application-heavy*. Laporan ASER 2023 juga mencatat hanya **26% rumah tangga pedesaan** memiliki akses internet, menghambat implementasi digitalisasi kurikulum, termasuk *Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM)*. Akibatnya, lulusan kurang siap menghadapi industri yang **66% organisasinya telah mengadopsi AI** di level global.

Rekomendasi praktis: integrasikan modul seperti *AI untuk Produksi Konten* atau *Natural Language Processing* ke dalam MBKM, serta konversi SKS dari magang di perusahaan teknologi untuk membangun keterampilan praktis.

Kurikulum Global: Integrasi AI Progresif namun Tidak Merata

Secara internasional, banyak universitas telah memasukkan AI sebagai komponen utama.

- **USC Annenberg (AS):** memiliki mata kuliah *AI in Media and Communication* dan *Data Analytics for Strategic Communication*.
- **LSE (UK):** menawarkan modul *AI and Communication* yang menggabungkan *natural language processing* dan *big data*.
- **NYU:** fokus pada *Global Media Production*, teknologi-sosial, politik media, serta pengalaman pengguna digital.
- **Temple University** dan **Syracuse University:** menambahkan *boot camp* intensif, diplomasi publik, dan elemen visual.
- **Arkansas State University:** menyoroti komunikasi strategis lintas budaya, hak kekayaan intelektual, dan riset audiens kuantitatif.

Laporan UNESCO 2023 merekomendasikan **literasi AI untuk 100% mahasiswa komunikasi**, dan tren 2025 menunjukkan **23% institusi global** memiliki strategi AI formal.

Namun, tantangan muncul pada **bias algoritma** dan ketidakmerataan akses: hanya **30% program** yang mengajarkan risiko seperti *hallucinations* atau *digital divide*. Misalnya, kurikulum AI di UT Dallas menuntut infrastruktur tinggi yang sulit diadopsi negara berkembang dengan keterbatasan bahasa dan data lokal.

Perbandingan Nasional–Global

Aspek	Nasional	Global
Fokus Kurikulum	±70% teori klasik; digital & AI belum dominan.	Konten digital ±40%; integrasi AI di banyak mata kuliah inti.
Literasi Media & Informasi	Mulai muncul (UAJY), belum menyeluruh.	Sistematis di Jepang, Singapura, Finlandia, lintas jenjang pendidikan.
Kompetensi Digital & AI	Hanya sebagian kecil mata kuliah; belum ada AI ethics.	Terpadu dengan literasi digital, data analytics, dan AI tools.
Metode Pembelajaran	Dominan kuliah tradisional; sedikit multimodal atau experiential learning.	Adopsi WOVE, boot camps, virtual exchange, dan proyek berbasis industri.

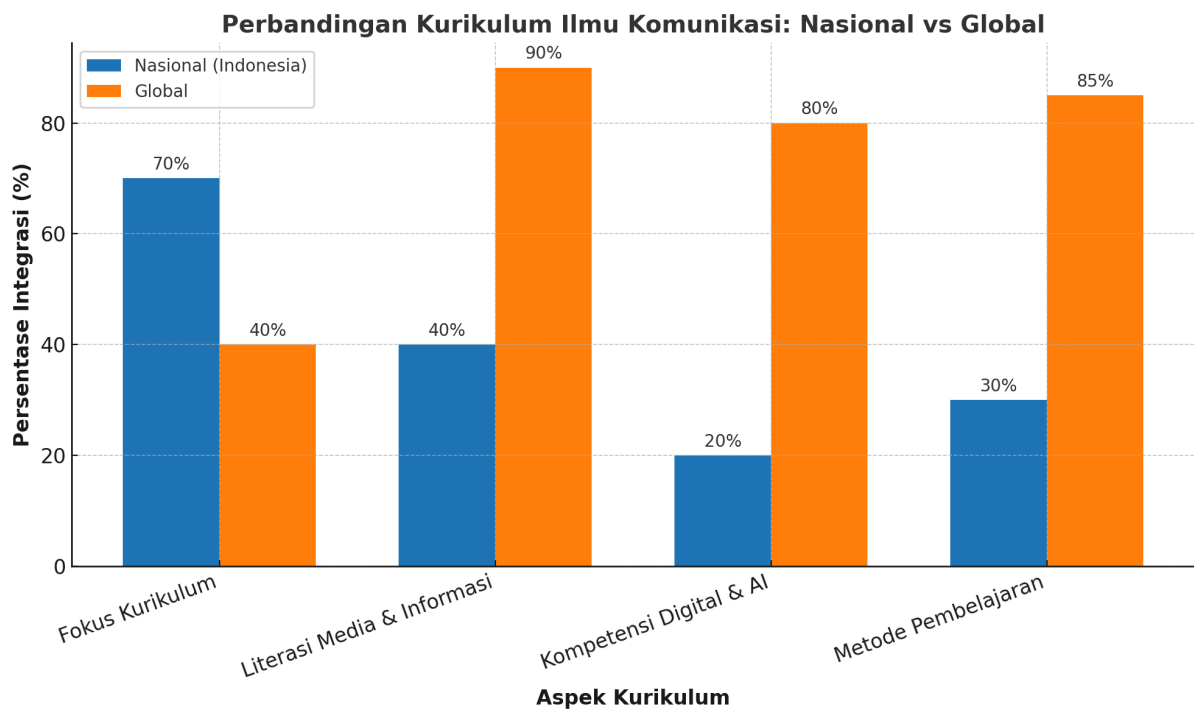
Rekomendasi Strategis

- Integrasi Literasi AI & Teknologi Digital**
Tambahkan mata kuliah seperti *AI dalam Media*, *Data Analytics untuk Komunikasi*, *Prompt Engineering*, dan *AI Ethics*.
- Penguatan Literasi Media dan Informasi**
Adopsi model Finlandia/Jepang: literasi kritis lintas jenjang, berbasis proyek.
- Pedagogi Multimodal & Blended Learning**
Terapkan model *WOVE (Written–Oral–Visual–Electronic)* serta metode *experiential learning*.
- Kolaborasi Kampus–Industri–Global**
Libatkan mitra industri untuk desain kurikulum *outcome-based*, sertifikasi AI, dan magang internasional.
- Evaluasi Gap Kompetensi**
Targetkan **50% dosen AI-literate pada 2027** melalui pelatihan, sertifikasi, dan *benchmarking* global.

Kesimpulan

Kurikulum Ilmu Komunikasi di Indonesia **masih dominan tradisional**, sementara tren global telah melangkah ke **integrasi AI dan literasi digital yang sistematis**. Tanpa transformasi, lulusan akan kesulitan bersaing di pasar kerja yang mengutamakan keterampilan AI. Dengan revisi kurikulum yang **kritis, kontekstual, dan kolaboratif**, Indonesia dapat memperkecil ketertinggalan dan memastikan SDM komunikasi mampu beradaptasi dalam era digital yang semakin kompleks.

Berikut infografik perbandingan **Kurikulum Ilmu Komunikasi: Nasional vs Global** yang menyoroti perbedaan tingkat integrasi aspek utama.



Integrasi AI dalam mata kuliah: teori & praktik

Integrasi **kecerdasan buatan (AI)** dalam mata kuliah Ilmu Komunikasi bukan lagi sekadar tren, melainkan **kebutuhan strategis** untuk menyiapkan **SDM unggul** di era digital. Di Indonesia, kurikulum *coding* dan AI mulai diperkenalkan sebagai mata pelajaran pilihan, meski masih terbatas, dengan tantangan utama pada kapasitas dosen dan guru.

Kemendikbudristek telah meluncurkan pelatihan untuk kurikulum AI sejak awal 2025, dan Wakil Presiden menegaskan rencana penerapan kurikulum AI di seluruh jenjang pendidikan mulai tahun ajaran baru 2025. Di tingkat global, survey Microsoft (2025) menunjukkan **78% pendidik perguruan tinggi** telah mengadopsi AI untuk *personalized learning* dan analisis perilaku komunikasi.

Aspek Teori: AI sebagai Pengubah Paradigma Komunikasi

AI telah mengubah lanskap teori komunikasi dengan memperkenalkan **konvergensi teknologi** antara AI, *big data*, dan IoT. Teori klasik seperti *agenda-setting* kini berevolusi menjadi **AI-driven agenda-setting**, di mana algoritma media sosial menentukan arus informasi berdasarkan prediksi perilaku pengguna. Studi University of Melbourne (2025) menemukan **65% mata kuliah teori media dan komunikasi** perlu direvisi untuk memasukkan dimensi AI seperti *natural language processing* (NLP). Di Indonesia, riset Universitas Multimedia Nusantara membuktikan AI dapat memperkaya teori komunikasi strategis melalui analisis sentimen publik *real-time*.

Namun, integrasi teori kerap mengabaikan **isu etika dan bias algoritmik**. AI yang dilatih pada data dominan Barat sering kurang mewakili perspektif lokal, termasuk bahasa daerah. *Frontiers in Education* (2025) mencatat hanya **40% program komunikasi global** memasukkan modul etika AI. Di Indonesia, **30% dosen** masih kesulitan mengakses *tools* AI canggih akibat keterbatasan infrastruktur. Oleh karena itu, perlu kurikulum yang menyeimbangkan pemahaman teknis, *critical thinking*, dan kesadaran etis—misalnya melalui mata kuliah “Teori Komunikasi Digital dan AI” dengan tugas memetakan bias AI pada konteks lokal.

Aspek Praktik: Aplikasi AI dalam Produksi dan Analisis Komunikasi

Dalam praktik, AI memberikan *tools* yang mempercepat produksi dan analisis komunikasi, mulai dari pembuatan konten otomatis hingga *media monitoring*. Di Turki, program jurnalisme yang mengintegrasikan AI berhasil meningkatkan efisiensi produksi berita hingga **50%**. Di Indonesia, integrasi *sentiment analysis* dalam pembelajaran meningkatkan keterampilan mahasiswa **34,7%**. Universitas South Carolina Aiken bahkan memanfaatkan *Blackboard's AI Conversations* untuk simulasi wawancara jurnalistik.

Tetapi, praktik ini berisiko menimbulkan **over-reliance**, mengurangi keterampilan manual dan verifikasi fakta. Laporan EDUCAUSE (2024) mencatat **62% institusi** menghadapi tantangan integritas akademik akibat *plagiarisme generatif*. Di Indonesia, konten generik yang dihasilkan AI sering kurang kontekstual secara budaya. Isu privasi data juga mengemuka—*bias* dalam analisis komunikasi korporat dapat mencapai **25%** jika data tidak representatif.

Solusi praktis: terapkan mata kuliah “Praktik AI untuk Produksi Konten” berbasis *blended learning*. Mahasiswa dapat menggunakan ChatGPT atau Gemini untuk *drafting*, namun wajib memverifikasi hasil dan mendiskusikannya di kelas. Integrasi dengan **MBKM** dapat dilakukan melalui magang industri berbasis AI, dengan penilaian pada *digital portfolio*.

Tantangan dan Peluang Implementasi

- **Peluang:** AI dapat meningkatkan inklusivitas, seperti menyediakan *adaptive tools* untuk mahasiswa berkebutuhan khusus, dan menjembatani kesenjangan industri dengan kompetensi *data analytics*.
- **Tantangan:** kesiapan dosen masih rendah (**hanya 45% siap AI** menurut studi 2025), biaya infrastruktur, serta risiko sosial seperti hoaks dan manipulasi opini publik. Tanpa regulasi etis yang kuat, AI justru bisa memperkuat disrupsi komunikasi.

Model yang direkomendasikan adalah **AI Across the Curriculum** seperti di University of North Carolina at Charlotte—melibatkan workshop dosen, *microcredentials* untuk mahasiswa, dan kolaborasi kampus–industri. Di Indonesia, indikator keberhasilan bisa diukur dari **kenaikan 20% tingkat employability lulusan** pasca-integrasi AI.

Kesimpulan Strategis

Integrasi AI dalam teori dan praktik komunikasi harus memadukan **inovasi** dengan **pendekatan kritis**. Prodi Ilmu Komunikasi perlu mengadopsi kerangka **cognitive–digital–ethical** untuk memastikan mahasiswa tidak hanya melek teknologi, tetapi juga memiliki sensitivitas etis dan adaptabilitas tinggi. Dengan data terkini dan strategi terukur, roadmap 2025–2030 dapat mengarahkan Indonesia menuju pendidikan komunikasi yang inklusif, relevan, dan berkelanjutan di era AI.

Desain kurikulum berbasis outcome dan kebutuhan industri

Kesenjangan antara dunia pendidikan tinggi dan industri di Indonesia semakin nyata. Sekitar **12 % pengangguran merupakan lulusan perguruan tinggi**, baik diploma maupun sarjana, menandakan adanya *mismatch* kompetensi. Banyak lulusan belum siap menghadapi pasar kerja karena kurikulum yang tidak sepenuhnya relevan dengan perkembangan industri.

Pendekatan **Outcome-Based Education (OBE)** memfokuskan pada **kompetensi terukur** dan *learning outcomes* yang spesifik, bukan sekadar materi yang diajarkan. Meski pemerintah mendorong implementasi OBE, penerapannya masih bervariasi tergantung kesiapan institusi, dosen, dan fasilitas. Keunggulan OBE diakui secara global karena dapat mengembangkan keterampilan kritis, pemecahan masalah, komunikasi, kolaborasi, dan inovasi—kompetensi yang menjadi *core skills* di industri modern.

Tren **Education 5.0** menuntut integrasi AI, *Big Data*, IoT, serta pembelajaran adaptif dan kreatif. Kurikulum berbasis *outcome* yang selaras dengan kebutuhan industri dan melibatkan *multi stakeholder* adalah kunci untuk menghadapi tantangan ini.

Data Strategis: Urgensi Reformasi

- **World Economic Forum (2025):** Hingga 2030, **170 juta pekerjaan baru** akan tercipta, melampaui 92 juta pekerjaan yang hilang akibat otomatisasi. **44 % keterampilan inti** pekerja akan berubah dalam 5 tahun.
- **Kemendikbudristek (2025):** Prediksi **gap tenaga kerja digital** signifikan hingga 2025, khususnya di sektor komunikasi.
- **Gartner Hype Cycle (2025):** *Natural Language Processing (NLP)* akan menjadi teknologi disruptif, meningkatkan efisiensi hingga **50 %** di bidang PR dan komunikasi.
- **McKinsey's State of AI (2025):** 84 % karyawan mendapat pelatihan AI, tetapi kesenjangan keterampilan etis tetap tinggi—isu seperti *deepfakes* dan bias AI masih menjadi tantangan.

Prinsip Praktikal OBE untuk Prodi Ilmu Komunikasi

1. **Profil Lulusan (Graduate Profile)**
Tetapkan kompetensi yang mencakup pengetahuan AI dalam komunikasi, keterampilan teknis (*NLP, data analytics*), *soft skills* (etika, kreativitas, kolaborasi), dan literasi digital.
→ Libatkan dosen, mahasiswa, alumni, dan mitra industri dalam proses perumusan.
2. **Capaian Pembelajaran (Learning Outcomes)**
Gunakan *backward design*: mulai dari outcome spesifik—misalnya, "*Mahasiswa mampu menerapkan algoritma NLP untuk analisis sentimen media sosial*"—lalu turunkan menjadi modul, aktivitas, dan penilaian.
3. **Desain Silabus dan Modul (RPS)**
Sinkronkan teori dan praktik melalui proyek, studi kasus industri, dan integrasi modul AI (produksi konten, NLP, etika AI, komunikasi strategis).

4. **Integrasi Industri**
Wujudkan *teaching factory*, magang, proyek kolaboratif, serta *guest lecture* dari praktisi.
5. **Penilaian Berbasis Outcome**
Gunakan rubrik jelas untuk mengukur pencapaian, termasuk portofolio, presentasi proyek, dan asesmen kolaboratif.
6. **Continuous Quality Improvement (CQI)**
Evaluasi capaian *Program Learning Outcomes (PLO)* secara berkala. Jika $< 75\%$ tercapai, lakukan revisi modul, pelatihan dosen, atau perbaikan fasilitas.
7. **Pengembangan Kapasitas Dosen**
Adakan pelatihan intensif OBE, pedagogi digital, dan teknologi AI (misalnya ChatGPT, LLM) untuk meningkatkan kualitas pembelajaran.

Kritik dan Mitigasi

- **Over-emphasis pada metrik kuantitatif** → Sertakan *outcomes* etis seperti "*mengidentifikasi dan mitigasi bias AI dalam komunikasi korporat*".
- **Ketergantungan data industri besar** → Seimbangkan dengan kebutuhan UMKM dan isu inklusivitas digital.
- **Potensi over-commercialization** → Pertahankan peran kurikulum sebagai pengembang kapasitas kritis, bukan sekadar alat rekrutmen.

Rekomendasi Strategis

1. Pilot program di **10 prodi komunikasi nasional** dengan evaluasi *outcomes* tiap semester.
2. Pemanfaatan MBKM untuk magang berbasis outcome, proyek industri, dan pertukaran mahasiswa.
3. Penggunaan *open-source tools* seperti *Hugging Face* untuk simulasi pembelajaran AI.
4. Advisory board tahunan untuk menjamin relevansi kurikulum terhadap perkembangan industri.

Kesimpulan Kritis

Desain kurikulum berbasis *outcome* dan kebutuhan industri adalah **investasi strategis** untuk mengatasi *skill gap* dan meningkatkan relevansi lulusan di era AI. Reformasi ini harus inklusif, responsif, dan berkelanjutan, dengan kolaborasi erat antara perguruan tinggi, industri, pemerintah, dan masyarakat.

Peran MBKM (Merdeka Belajar Kampus Merdeka) dalam implementasi AI literacy

Program **MBKM**, yang diatur dalam *Permendikbud Nomor 3 Tahun 2020*, merevolusi pendidikan tinggi dengan memberikan **fleksibilitas hingga 60 SKS** (setara tiga semester) untuk belajar di luar program studi—baik melalui pertukaran mahasiswa, studi independen, maupun proyek lapangan (LLDIKT Wilayah XIII). Kebijakan ini membuka peluang bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi untuk mengambil **modul literasi AI** secara fleksibel, misalnya lewat *online course*, komunitas teknologi, atau magang di industri AI.

Tujuan MBKM adalah meningkatkan **kompetensi lulusan**—baik *soft skills* maupun *hard skills*—agar relevan dengan kebutuhan zaman (UPH). Literasi AI—yang mencakup kemampuan **memahami, menggunakan, dan mengevaluasi AI secara etis**—merupakan *hard skill* mutakhir yang sangat potensial diarahkan lewat jalur MBKM.

Praktek Lapangan: Studi Kasus dan Data Terkini

Universitas Pelita Harapan – *Generative AI for Students*

Pada semester ganjil 2024/2025, FTI UPH mengembangkan program **Generative AI for Students** dengan dukungan dana ±Rp 99,8 juta dari Kemendikbudristek ([UPH][3]). Program ini memperkenalkan *generative AI* kepada mahasiswa lintas disiplin, termasuk yang belum punya latar teknis. Materi disediakan di SPADA Indonesia dan diakui sebagai bagian MBKM.

Poin strategis: Model ini dapat direplikasi, misalnya untuk kursus “**AI for Digital Storytelling**” atau “**Prompt Engineering dalam Jurnalistik**”.

EduTechTalks 2025: Integrasi AI & MBKM

HIMATEKNO UNIVET bersama UNNES, UNS, dan IMATEPSI mengadakan lokakarya AI dan MBKM (Januari 2025) (Jatengku.com). Materi mencakup penggunaan chatbot, teknik *prompting*, dan **etika AI** untuk menghindari pelanggaran hak cipta atau disinformasi.

Catatan kritis: MBKM memfasilitasi **kolaborasi antar universitas** untuk membangun literasi AI yang menggabungkan aspek teknis dan etis.

Tren Global & Nasional

Data 2025 menunjukkan **54% mahasiswa global** menggunakan AI harian/mingguan, **86%** di antaranya memakai *multiple tools*. Di Indonesia, partisipasi MBKM mencapai jutaan mahasiswa (2024–2025) dengan **67,1% dosen** melaporkan peningkatan produktivitas berkat teknologi digital, termasuk AI.

Kelebihan Strategis & Tantangan Praktis

Aspek	Kelebihan (MBKM + AI Literacy)	Tantangan / Catatan Kritis
Fleksibilitas	Mahasiswa bisa ambil modul AI di luar prodi sesuai minat & kebutuhan industri.	Kurasi modul diperlukan agar relevan dan berkualitas untuk Ilmu Komunikasi.
Inovasi Pembelajaran	Platform digital (SPADA, chatbot, dll.) mendukung hybrid atau fully online learning.	Akses & infrastruktur digital belum merata di seluruh Indonesia.
Penguatan Literasi Etis	Lokakarya AI etis dapat diterapkan luas seperti model EduTechTalks.	Dosen perlu dilatih agar mampu membimbing mahasiswa di modul AI.
Pengakuan Formal SKS	SKS modul AI luar prodi bisa diakui & mengurangi beban studi.	Mekanisme transfer SKS harus transparan & terstandar.

Rekomendasi Implementasi di Prodi Ilmu Komunikasi

- Rancang Modul AI Terintegrasi MBKM**
Contoh: “AI dalam Produksi Konten”, “Chatbot untuk Jurnalistik”, “Etika AI dalam Komunikasi”.
Masukkan sebagai studi independen, proyek riset, atau magang mini.
- Pelatihan Dosen sebagai Fasilitator AI**
Mengacu pada praktik di Unika & UPH, fokus pada literasi digital, etika, dan aplikasi AI.
- Kegiatan Co-Learning & Knowledge Sharing**
Workshop internal ala EduTechTalks dengan praktik *prompting*, chatbot, dan *case studies* AI.
- Desain Mekanisme Evaluasi & SKS**
Pastikan *levelling* adil dan transparan setara RPS prodi.
- Kolaborasi Industri & Komunitas AI**
Kerjasama dengan *startup* AI atau media berbasis AI sebagai lokasi “studi independen” atau magang.

Catatan Kritis dan Kesimpulan

Potensi MBKM untuk literasi AI sangat besar, namun keberhasilannya **tidak otomatis**. Risiko yang perlu diantisipasi:

- Kehilangan mata kuliah teori esensial (hingga 40 SKS) demi pengalaman praktis singkat.
- Kurangnya pemahaman bias algoritma dan implikasi sosial AI.
- Ketimpangan akses teknologi antarwilayah.
- Potensi *overreliance* pada AI yang menurunkan daya kritis.

Jika modul dirancang kuat, dosen terlatih, mekanisme SKS transparan, dan ada sinergi dengan industri, **MBKM dapat menjadi fondasi kokoh** untuk menyiapkan SDM Ilmu Komunikasi yang siap menghadapi era AI secara **inovatif, etis, dan berkelanjutan**.

Bab 7: Model Modul Literasi AI untuk Ilmu Komunikasi

Tujuan pembelajaran dan capaian kompetensi

Mengapa Fokus pada Tujuan Pembelajaran dan Capaian Kompetensi Penting?

- **Konsistensi dan Keterukuran:** Tujuan pembelajaran (learning objectives) yang jelas memastikan modul tidak sekadar “materi berjalan”, namun memiliki indikator yang bisa dievaluasi—seringkali disusun berdasarkan taksonomi evaluatif seperti Bloom (Remember, Understand, Apply, Analyze, Evaluate, Create) ([Wikipedia](#)).
- **Relevansi dengan Tren Global:** Kerangka kompetensi internasional, seperti UNESCO, menyusun 12 kompetensi AI melalui empat dimensi (human-centred mindset; ethics of AI; AI techniques and applications; AI system design) dengan progresi Understand–Apply–Create ([UNESCO](#)).
- **Kecakapan Berbasis Realitas AI Saat Ini:** Riset terbaru, seperti AICOS (AI Competency Objective Scale), menekankan pentingnya ukuran obyektif dan modular untuk literasi AI, termasuk dimensi generative AI literacy ([arXiv](#)).

Tujuan Pembelajaran: Sebelum Merumuskan, Tetapkan “Apa yang Mahasiswa Harus Bisa Lakukan”?

Struktur SMART (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound) membantu mendefinisikan tujuan secara konkret:

- **Spesifik:** Misalnya, “Mahasiswa dapat mengevaluasi bias dalam konten AI yang digunakan untuk kampanye media digital.”
- **Terukur:** Ukuran seperti “melaporkan minimal tiga jenis bias” atau “merancang prompt AI yang mempertimbangkan etika komunikasi”.
- **Relevan:** Fokus pada konteks Ilmu Komunikasi—seperti produksi konten, jurnalisme, PR, periklanan, komunikasi korporat.
- **Berjangka waktu:** e.g. “dicapai setelah 4 minggu modul, melalui tugas analisis kasus”.

Capaian Kompetensi (Learning Outcomes): Struktur dan Kerangka Kerja

Berdasarkan kerangka global dan riset mutakhir, capaian kompetensi modul ini sebaiknya mencakup:

Dimensi	Kompetensi Spesifik (Contoh)
1. Pahami (Understand)	Menjelaskan prinsip dasar AI, generative AI, serta kaitannya dalam konteks komunikasi.
2. Gunakan (Apply / Use)	Menggunakan tools AI (misalnya generatif teks/gambar) untuk produksi konten; menciptakan materi komunikasi berbasis AI.
3. Evaluasi & Etika (Evaluate / Ethical)	Menganalisis bias, akurasi, legalitas, dan implikasi etis AI dalam media dan komunikasi.
4. Ciptakan (Create / Design)	Mendesain solusi AI (chatbot, analisis data komunikasi) dengan mempertimbangkan nilai-nilai human-centred dan keberlanjutan.
5. Kompetensi Tambahan	• Creative & Communication: Memanfaatkan AI untuk storytelling yang inovatif (mengacu 21st century skills: creativity, communication) (Digital Promise, Teaching Commons, Wikipedia) • Meta-literacy & refleksi: Mengembangkan kemampuan refleksi kritis dan pengawasan terhadap AI (ide dari metaliteracy) (Wikipedia).

Tip Praktis: Merancang Modul Berdasarkan Tujuan & Capaian Kompetensi

1. **Mulai dengan ‘Tujuan Pembelajaran’ SMART**, misalnya:
 - “Setelah penyelesaian minggu ke-2, mahasiswa dapat menguraikan tiga aspek etis penggunaan AI dalam PR digital.”
2. **Susun capaian kompetensinya**, misalnya:
 - *C1 (Understand)*: Mahasiswa mampu menjelaskan konsep bias data dalam AI.
 - *C2 (Apply)*: Mahasiswa mampu membuat prompt ChatGPT untuk menghasilkan iklan kreatif.
 - *C3 (Evaluate)*: Mahasiswa mampu menilai dampak etika penggunaan AI oleh influencer.
 - *C4 (Create)*: Mahasiswa merancang prototipe alat bantu media sosial berbasis AI yang inklusif dan berkeadilan.
3. **Rujuk eksperimen dan skala pengukuran terkini** seperti AICOS atau A-factor untuk validasi objektif kompetensi ([UNESCO](#), [arXiv](#)).
4. **Sesuaikan dengan konteks lokal** (misalnya, integrasi MBKM, kebutuhan bahasa dan cultural nuance Indonesia) sembari tetap merujuk standar global seperti UNESCO.

Kesimpulan Singkat

- **Tujuan pembelajaran** menentukan arah dan fokus modul; sebaiknya SMART dan langsung terkait dengan literasi AI di ranah Ilmu Komunikasi.
- **Capaian kompetensi** sebaiknya mencakup domain *pahami*, *gunakan*, *evaluasi*, dan *ciptakan*, diperkaya dengan pendekatan etis, creative, komunikasi, dan refleksi kritis.
- Landasan desain modul bisa merujuk framework global (UNESCO, Digital Promise, AICOS) sekaligus 21st century skills dan metaliteracy.
- Semua itu akan menjamin modul yang konkret, relevan, dan mudah dievaluasi—siap mencetak SDM unggul dalam era digital dan AI.

Struktur modul: pengantar, materi utama, studi kasus, tugas/proyek akhir

Pengantar

Narasi:

Pengantar harus segera menangkap konteks, urgensi, dan relevansi modul dalam ekosistem komunikasi kontemporer. Kita bisa mulai dengan menyebutkan bahwa menurut laporan UNESCO (2024), lebih dari **60% institusi pendidikan di seluruh dunia** telah memasukkan AI ke dalam kurikulum—baik sebagai mata kuliah khusus maupun modul lintas-disiplin. Namun, "(...) gap antara literasi AI dan aplikasi di ranah komunikasi masih cukup besar," terutama di institusi yang belum adaptif terhadap kebutuhan digitalisasi.

Pendekatan praktis:

- Paparkan pergeseran lansekap industri media—dengan data: misalnya, pemasangan iklan digital dengan AI targeting tumbuh sebesar **25% per tahun** pada 2024–2025 (IAB Global)
- Tegaskan tujuan modul: "Mahasiswa Komunikasi tidak hanya memahami konsep AI, tapi juga mampu mengaplikasikannya untuk produksi konten, analisis audience, dan storytelling berbasis data."

Contoh Kalimat Pembuka:

"Di tengah percepatan digitalisasi pasca-pandemi, AI telah menjadi tulang punggung inovasi dalam media, jurnalisme, dan komunikasi strategis—namun sayangnya, kesenjangan antara literasi AI dan praktik di lapangan masih tertinggal. Modul ini secara khusus disiapkan untuk menjembatani gap tersebut..."

Materi Utama

Narasi:

Materi utama adalah "intinya"—tetapi harus lebih dari sekadar teori. Di sinilah kita memasukkan pengertian, kerangka kompetensi, hingga tools praktis. Struktur ideal:

1. **Landasan teori** – misalnya, definisi AI menurut OECD, serta dimensi literasi AI: komputasional, data, etis, kreatif. Sertakan data, seperti survei McKinsey (2025) yang menyatakan **70% perusahaan media melihat kompetensi AI sebagai keunggulan kompetitif**.
2. **Kompetensi teknis** – seperti kemampuan memakai NLP untuk analisis sentimen (contoh: mengukur reaksi audiens terhadap konten politik vs. lifestyle), penggunaan generative AI untuk drafting konten, serta data analytics untuk demografi audiens.
3. **Kompetensi non-teknis (soft skills)** – misalnya, etika AI (menghindari bias algoritma), berpikir kritis dalam menilai output AI, kreatif dalam menggabungkan AI dengan storytelling.

4. **Tools & platform** – update terbaru: platform seperti ChatGPT-4 Turbo (rilis akhir 2024), Google PaLM 2, Hugging Face Spaces untuk NLP, serta platform visual AI (Midjourney, DALL·E) sedang banyak digunakan untuk produksi konten cepat.

Pendekatan Praktis:

- Kombinasikan penjelasan teoretis dengan contoh nyata: “misalnya, bagaimana media XYZ menggunakan ChatGPT-4 untuk menyusun ringkasan peristiwa real-time dalam 10 menit, sehingga produktivitas naik 40%.”
- Buat checklist kompetensi di akhir subbab: “Setelah mempelajari ini, mahasiswa diharapkan dapat...”

Studi Kasus

Narasi:

Studi kasus harus grounded dan representatif—bukan hanya hype. Berikut beberapa ide:

- **Kampus Stanford atau MIT:** mereka sudah menjalankan perkuliahan “AI for journalism” di mana mahasiswa menganalisis bias media dengan tool AI—temuan menunjukkan bahwa **algoritma title-generation cenderung menyederhanakan isu politik secara berlebihan**. Tampilkan hasil penelitian tersebut.
- **Media lokal:** misalnya, Harian Kompas atau Tempo (jika ada referensi) yang mulai menguji coba AI untuk highlight berita. Jika data tidak tersedia, bisa gunakan contoh dari “media bermodel serupa di Asia Tenggara”—misalnya, The Straits Times di Singapura, yang melaporkan bahwa penggunaan AI untuk menghasilkan tinjauan awal (automated summaries) menghemat hingga **30 menit per artikel**.

Pendekatan Praktis:

- Sajikan setiap studi kasus dalam format tabel ringkas:
 - Konteks institusi
 - Tujuan penerapan AI
 - Metodologi (tools, data)
 - Hasil/temuan (dengan angka nyata)
 - Pembelajaran penting

Tugas / Proyek Akhir

Narasi:

Tugas akhir harus bersifat aplikatif, berbasis real-world, dan penilaiannya jelas. Tujuannya: mahasiswa tidak hanya memahami—tapi juga mempraktikkan modul secara nyata.

Contoh skenario tugas:

- **Proyek 1 (Produksi Konten AI):** Mahasiswa membuat serangkaian konten—misalnya, 3 artikel atau video pendek—dengan dukungan AI (generator teks/visual). Nilai dinilai dari: kualitas konten, kreativitas, dan refleksi etis (mis. kejelasan attribution AI).
- **Proyek 2 (Analisis Audience dengan AI):** Menggunakan tool analitik berbasis AI (contoh: Google Analytics AI insights, atau Talkwalker dengan sentiment analysis)

untuk mendesain rekomendasi strategis. Mahasiswa menyusun laporan rekomendatif berbasis data sesungguhnya (audience metrics minimal 500 sampel).

- **Proyek 3 (Etika AI dalam Komunikasi):** Simulasi studi kasus—menciptakan skenario dimana output AI mengandung bias/kontroversi, lalu mahasiswa mengidentifikasi (dengan data), merevisi output, dan menulis essay kritik tentang “bagaimana mempertanggungjawabkan konten AI publik.”

Pendekatan Praktis:

- **Rubrik penilaian jelas:**
 - Kreatifitas & nilai tambah (30 %)
 - Akurasi & analisis data (30 %)
 - Refleksi kritis & etis (20 %)
 - Dokumentasi & presentasi (20 %)
- **Penggunaan platform nyata:** mahasiswa wajib memasukkan output AI (file .txt, screenshot, dashboard analytics) dan refleksi video singkat (maks 5 menit).
- **Kolaborasi tim:** supaya prakteknya seperti dunia nyata, mahasiswa bisa dikerjakan berkelompok (2–3 orang), memastikan ada kolaborasi dan diskusi antar-kompetensi—teknis & non-teknis.

Ringkasan Tabel

Bagian	Fokus Narasi	Pendekatan Praktis
Pengantar	Urgensi AI di komunikasi + data dampak revolusi digital edukasi & industri	Kutipan data global (UNESCO, IAB), pernyataan tujuan modul konkret
Materi Utama	Teori + kompetensi teknis & non-teknis + tools real-world	Contoh praktis, checklist kompetensi, tools update 2024–25
Studi Kasus	Kampus/media yang sudah praktik AI literate, hasil evaluatif	Tabel struktur kasus, fokus hasil berbasis angka nyata
Tugas Akhir	Proyek aplikatif, measurable, etis, kolaboratif	Rubrik penilaian, deliverable jelas (file, presentasi, refleksi video)

Alasan Pendekatan Ini Efektif:

1. **Data-driven:** Mengawali dengan data konkret (UNESCO, IAB, laporan industri) agar modul tidak hanya terdengar “penting”, tapi juga didukung fakta.
2. **Pra-akademik dan praktikal:** Bukan hanya akademik, tapi juga mengasah kreativitas, analisis kritis, dan etis.
3. **Keterukuran jelas:** Tugas akhir dan rubrik memungkinkan mahasiswa (dan dosen) mengukur capaian kompetensi secara objektif.
4. **Adaptif & kontemporer:** Memasukkan tools AI rilis terbaru (akhir 2024–2025) memastikan materi tetap relevan.

Kesimpulan

Pengantar, materi utama, studi kasus, dan tugas/proyek akhir harus membentuk *alur pembelajaran yang kritis dan aplikatif*. Setiap bagian menguatkan yang sebelumnya: pengantar menyiapkan urgensi, materi utama membekali kompetensi, studi kasus memberi inspirasi nyata, dan proyek akhir menguji kemampuan mahasiswa secara konkret. Dengan pendekatan seperti ini, modul bukan hanya teori semata—melainkan pijakan bagi SDM unggul di bidang Ilmu Komunikasi di Era Digital.

Contoh modul: AI untuk Produksi Konten dan Kreativitas

Dominasi dan Pertumbuhan Pasar AI dalam Produksi Konten

- Pasar AI global diperkirakan akan tumbuh hampir **5 × lipat dalam 5 tahun ke depan**, dengan pertumbuhan tahunan gabungan (CAGR) sekitar **35,9 %** ([Exploding Topics](#)).
- Pasar AI saat ini bernilai sekitar **USD 391 miliar**, dan diproyeksikan mencapai **USD 1,8 triliun** pada 2030 ([firewiredigital.com.au](#)).
- Dalam ranah marketing AI, nilai pasar sekitar **USD 47,3 miliar** di 2025 dan akan melambung menjadi **USD 107,5 miliar** pada 2028 ([SEO.com](#)).
- Generative AI, khususnya, bernilai sekitar **USD 62,75 miliar** di 2025 dengan CAGR **41,5 %** hingga 2030 ([SEO.com](#)).

Implikasi praktis:

Semakin mendesak bagi institusi dan SDM komunikasi untuk memahami AI sebagai alat pemberdayaan strategis, bukan sekadar tren. Literasi AI harus diprioritaskan dalam kurikulum agar lulusan siap menghadapi ekosistem konten digital yang didorong AI dan sangat kompetitif.

Efisiensi dan Produktivitas di Balik Kreativitas yang Dipacu AI

- **82 %** bisnis telah menggunakan alat AI untuk produksi konten, menghasilkan **59 % lebih cepat** dan **77 % lebih banyak output konten** ([firewiredigital.com.au](#)).
- Penerapan AI menurunkan waktu tugas konten dasar sebesar **59 %** sehingga tim dapat fokus pada strategi dan kreativitas ([firewiredigital.com.au](#)).
- **62 %** tim pemasaran sukses memilih model kerja hybrid (manusia + AI), bukan otomatisasi penuh ([firewiredigital.com.au](#)).
- Di Adobe Summit 2025, Marriott melaporkan **pengurangan waktu ke pasar sebesar 70 %** berkat implementasi AI untuk produksi kampanye ([TechRadar](#)).

Implikasi praktis:

Modul harus menekankan workflow hybrid—kombinasi AI dan kreativitas manusia. Misalnya, gunakan AI untuk ide dan produksi draft, dan tangan manusia untuk editing kreatif. Sertakan latihan dan tools simulasi seperti platform Adobe atau prototipe dari studi kasus industri untuk memberi pengalaman langsung.

Kualitas, Risiko, dan “AI Slop”

- **"AI slop"** merujuk pada konten AI yang berkualitas rendah: generik, datar, dan tidak autentik ([Wikipedia](#)).
- Banyak platform kini secara aktif menurunkan tayangan atau monetisasi untuk konten asal-asalan seperti itu ([Wordable](#)).
- Studi akademis menemukan: AI dapat meningkatkan kualitas kreatif bagi penulis kurang kreatif, tapi juga membuat cerita lebih seragam ([arXiv](#)).
- Studi di newsroom kampus menunjukkan AI berperan sebagai "creative springboard", namun tetap memerlukan sentuhan kritis manusia atas outputnya ([arXiv](#)).

Implikasi praktis:

Dalam modul, penting menanamkan kemampuan evaluasi kritis atas output AI. Tambahkan materi tentang identifikasi dan mitigasi "slop", termasuk praktik terbaik untuk menjaga keaslian, tone, dan integritas cerita atau konten media. Misalnya, latihan membandingkan AI draft dengan editing manusia untuk mengevaluasi kualitas dan orisinalitas.

Kreativitas Manusia dan Adaptasi Praktik Industri

- Di periklanan, meski OpenAI CEO memprediksi AI bisa menggantikan 95 % kerja agensi, kreatif profesional justru melihat AI sebagai perluasan kapabilitas: mempercepat visualisasi, voiceover, personalisasi iklan ([Business Insider](#)).
- CEO Paramount Skydance menegaskan AI sebagai alat untuk meningkatkan kreativitas, bukan menggantikan seniman—serupa peralihan teknik animasi di Pixar beberapa dekade silam ([Business Insider](#)).
- Namun, ada kekhawatiran bahwa otomatisasi massal menurunkan kualitas dan mengikis pelatihan talenta muda ([The Guardian](#)).

Implikasi praktis:

Tambahkan studi kasus nyata (misalnya BETC, BBDO) yang menunjukkan proses kreatif berbasis AI. Diskusi kritis tentang dampak terhadap pengembangan talenta juga perlu dimasukkan—bagaimana modul ini bisa menjembatani gap generasi kreatif masa depan dengan memadukan AI dan mentoring.

Pelatihan, Literasi, dan Kesiapan Pengguna

- **74 %** karyawan menggunakan alat AI seperti ChatGPT dan Gemini di tempat kerja, namun hanya **33 %** yang memiliki pelatihan formal tentang penggunaan yang efektif dan aman ([Lifewire](#)).
- Hanya **1 %** perusahaan yang merasa telah mencapai kematangan dalam penggunaan AI, meski **92 %** berencana meningkatkan investasi AI dalam tiga tahun ke depan ([mckinsey.com](#)).
- Mayoritas organisasi belum mereview AI-generated content secara menyeluruh; hanya **27 %** memastikan semua output diperiksa sebelum digunakan ([mckinsey.com](#)).

Implikasi praktis:

Modul harus mencakup pelatihan AI praktis dan aman: prompt engineering, bias awareness, review checklist, SOP penggunaan. Juga penting membahas governance—bagaimana institusi (kampus/laboratorium) bisa merancang kebijakan penggunaan AI yang etis dan produktif.

Ringkasan Praktis untuk Modul:

Elemen Modul	Isi Pokok
Data Terkini	Pasar AI triliunan, produktivitas & output meningkat 70–80 %
Workflow Hybrid	Kombinasi manusia + AI; latihan produksi konten interaktif
Kritik & Kualitas	Kenali "AI slop"; library kasus; editing kreatif manusia
Studi Kasus Nyata	Hadirkan contoh BBDO, BETC, Marriott, Paramount dsb.
Literasi & Governance	Latihan aman AI; pelatihan prompt, review; standar review konten

Contoh modul: Natural Language Processing dalam Media

Gambaran Umum & Relevansi Terkini

Natural Language Processing (NLP)—kemampuan komputer memahami, memproses, dan menghasilkan bahasa manusia—telah menjadi fondasi penting dalam ekosistem komunikasi modern (rudict.com, indonesiancloud.com). Di sektor media dan komunikasi, perannya sangat luas: dari moderasi konten otomatis, chatbot, hingga analisis sentimen dan pembuatan naskah video singkat ([KOMPASIANA](https://kompasiana.com)).

Potensi Praktis: Otomatisasi Produksi Konten

Studi kasus di Indonesia menunjukkan bagaimana NLP diaplikasikan dalam produksi konten digital harian. Misalnya, rumah produksi akun "stiaphari" memanfaatkan model NLP berbasis transformer (seperti GPT) untuk mengotomatisasi penulisan naskah video. Dengan parameter tema, durasi, dan gaya, sistem dapat menghasilkan naskah yang sesuai—menghemat waktu dan tetap menjaga kualitas narasi—dengan evaluasi berbasis kesesuaian tema, kualitas bahasa, dan waktu produksi ([J Innovative](https://jinnovative.com)).

Nilai praktisnya jelas: mempercepat produksi konten, memungkinkan tim kreatif fokus pada strategi dan penguatan gaya merek.

Analisis Sentimen & Moderasi Konten

Di era media sosial, platform komunikasi mengandalkan NLP untuk:

- **Analisis Sentimen:** mengevaluasi opini publik atas produk, layanan, atau isu terkini secara otomatis ([KOMPASIANA](https://kompasiana.com)).
- **Moderasi Konten:** mendeteksi dan menyaring konten tidak pantas secara otomatis menggunakan teknik klasifikasi berbasis aljabar linear seperti SVD atau PCA ([KOMPASIANA](https://kompasiana.com)).

Pasar & Tren Global NLP

- Nilai pasar NLP global diperkirakan mencapai USD 29,5 miliar pada tahun 2025, dengan pertumbuhan tahunan sebesar ~20,5% ([KBV Research](https://kbvresearch.com)).
- Tren publikasi terbaru (per Juli 2025): lebih dari 30+ use case NLP dalam berbagai industri—khususnya media & penerbitan—menunjukkan integrasi yang semakin luas dan mendalam ([AIMultiple](https://aimultiple.com)).

Alat & Platform NLP Terkini (2025)

Sejumlah tools NLP terkemuka di tahun 2025 antara lain:

- **Google Cloud Natural Language API** – analisis sentimen, pengenalan entitas, sintaks.
- **Amazon Comprehend, Microsoft Azure Text Analytics, spaCy, BERT, OpenAI GPT, Hugging Face Transformers, Rasa** ([Lumenalta](https://lumenalta.com)).

Pilihan antara platform cloud (skala dan kemudahan integrasi) atau open-source (fleksibilitas dan kustomisasi) sangat bergantung pada kebutuhan media dan sumber daya masing-masing.

Tantangan Bahasa Indonesia & Lokal

Indonesia punya kekayaan bahasa lokal yang besar, namun minimnya data menjadi penghalang utama. Inisiatif seperti **NusaCrowd** (mengumpulkan 137 dataset dan 118 data loader untuk bahasa Indonesia & lokal) membuka peluang kemajuan NLP yang lebih inklusif dan terdokumentasi (indonesiancloud.com, arxiv.org).

Sebelumnya, muncul juga **IndoLEM dan IndoBERT**—benchmark dan model bahasa untuk Bahasa Indonesia—yang menunjukkan performa terbaik dalam berbagai tugas linguistik (arxiv.org).

Tantangan dan Keterbatasan (Kritis)

Meskipun kemajuan besar, NLP tetap memiliki kendala mendasar:

- **Nuansa Bahasa Kompleks:** AI belum mampu menangkap konteks kultur, ironi, atau gaya sastra—contohnya kesulitan membedakan karya Shakespeare dengan non-Shakespeare ([wired.com](https://www.wired.com)).
- **Hallucination:** model generatif terkadang menciptakan informasi palsu. Teknologi seperti vector search mulai diadopsi di enterprise untuk mengurangi kesalahan tersebut (investors.com).

Arah Masa Depan & Rekomendasi

- **Multimodal NLP:** analisis sentimen kini berkembang menyertakan audio, visual, dan teks—berguna untuk menilai video berita atau review multimedia ([Wikipedia](https://www.wikipedia.org)).
- **Penguatan Ekosistem Lokal:** dukung pengembangan dataset NLP lokal agar bahasa daerah dan budaya Indonesia terdigitalisasi dan dapat diolah AI.
- **Kolaborasi Strategis:** sinergi antara kampus, media, penyedia teknologi, dan komunitas NLP lokal akan mempercepat adaptasi alat seperti GPT, transformer, serta inisiatif NusaCrowd dan IndoBERT.

Ringkasan Narasi

Aspek	Inti Pesan
Dasar & Fungsi	NLP memungkinkan pemahaman, analisis, dan generasi bahasa manusia secara otomatis.
Aplikasi Media	Otomatisasi naskah video; analisis sentimen; moderasi konten.
Pasar & Tren	Pertumbuhan signifikan; banyak use case media; alat canggih tersedia.
Konteks Lokal	Proyek NusaCrowd dan IndoBERT mendorong ketersediaan data Bahasa Indonesia.
Kendala	Nuansa bahasa dan hallucination masih jadi tantangan.
Masa Depan	Perlu perluasan multimodal, penguatan data lokal, kolaborasi lintas sektor.

Implikasi Bagi Modul dan Kurikulum

- **Sub-modul Praktis:** sertakan studi kasus “stiaphari” dan demonstrasi sentiment analysis.
- **Latihan Mandiri:** mahasiswa bisa eksplor tools NLP (Firebase, spaCy, GPT API) untuk membuat chatbot, analisis media sosial, atau generasi konten.
- **Riset dan Diskusi:** kaji tantangan hallucination, pentingnya dataset lokal, dan etika penggunaan NLP dalam komunikasi digital.

Dengan pendekatan yang berbasis data aktual dan refleksi kritis seperti ini, sub-bab "NLP dalam Media" bukan hanya informatif, tapi juga inspiratif dan relevan untuk pengembangan kompetensi SDM Ilmu Komunikasi. Jika Anda ingin, saya dapat memperluas contoh, menambahkan referensi praktis, atau menyusun format slide/panduan pendamping!

Contoh modul: Etika dan Disrupsi Teknologi

Konteks Global: Mengapa Etika Teknologi Jadi Standar Strategis

AI tidak lagi sekadar alat—etika kini menjadi fondasi strategis dalam adopsi teknologi. McKinsey menyoroti bahwa organisasi menghadapi tekanan untuk menampilkan **transparansi, keadilan, dan akuntabilitas** agar dapat mempercepat atau bahkan memungkinkan skala, investasi, dan dampak jangka panjang teknologi AI ([McKinsey & Company](#)).

UNESCO pada 2021 sudah menetapkan **Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence**, menekankan hak asasi manusia, transparansi, fairness, dan peran pengawasan manusia—dan prinsip ‘policy action areas’-nya berlaku bagi 194 negara anggota ([UNESCO](#)).

Selain itu, investasi global dalam AI yang ethical dan bertanggung jawab diprediksi melebihi USD 10 miliar pada 2025 ([Kanerika](#))—menegaskan bahwa nilai komersial dan sosial dari AI etis tidak bisa diabaikan.

Isu Etika Kontemporer: Dari Bias Hingga Governance Fragmented

Keamanan dan Transparansi (Security & Transparency)

- **Security gaps:** Sekitar **36% kode AI rentan** terhadap celah keamanan seperti injeksi atau hard-coded secrets—membuka risiko manipulasi dan penyalahgunaan data sensitif ([RatifiedTech](#)).
- **Black-box models:** Model AI yang kompleks sering kali sulit dijelaskan—bahkan oleh developer—menimbulkan tantangan etis ketika digunakan di sektor kritikal seperti hukum atau kesehatan ([Kanerika](#)).

Bias, Diskriminasi, dan Representasi

- FRT (Facial Recognition) menunjukkan bias gender dan rasial signifikan. Misalnya, tingkat misidentifikasi terhadap perempuan sekitar **18% lebih tinggi daripada pria**, terutama terhadap perempuan kulit warna ([Wikipedia](#)).
- Risiko bias juga meningkat di Australia: tanpa regulasi, AI bisa memperkuat **rasisme dan seksisme**. Komisioner HAM menyerukan pengujian bias, transparansi, dan legislatif segera ([The Guardian](#)).

Disinformasi, Penggunaan Otoritarian, dan Risiko Sosial

- Deepfake dan AI dalam politik telah memanipulasi opini publik, merusak kepercayaan demokrasi. Contohnya terjadi di Eropa dan Asia sepanjang 2025: suara palsu, video manipulatif, hingga robocall Presiden AS—sangat sulit dilacak dan dikontrol ([Wikipedia](#)).

- Ada pula potensi penyalahgunaan oleh rezim otoriter: AI bisa digunakan sebagai alat propaganda dan perang informasi. Seperti model AI “DeepSeek” yang dikaitkan dengan distorsi sejarah seperti penghapusan tragedi Tiananmen (news.com.au).

Regulasi & Fragmentasi Governance

- **EU AI Act** mulai berlaku 1 Agustus 2024, dengan pemberlakuan penuh untuk model general-purpose pada Agustus 2025 ([Wikipedia](https://wikipedia.org)).
- India telah mendirikan **India AI Safety Institute** Januari 2025 untuk R&D yang aman dan etis, adaptif terhadap konteks bangsa ([Wikipedia](https://wikipedia.org)).
- Di tingkat global, muncul forum-forum penting seperti **UNESCO Global Forum on the Ethics of AI** (Bangkok, Juni 2025) untuk mendiskusikan implementasi standar etika AI secara global ([UNESCO](https://unesco.org)).

Tantangan Operasional: Implementasi Etika di Organisasi

- Penetrasi AI di organisasi tanpa pedoman formal masih tinggi: **49% organisasi belum punya pedoman AI** dan **60% pekerja mengaku akan lebih menerima AI jika ada pelatihan yang jelas** (ioic.org.uk).
- Fenomena “**shadow AI**”—penggunaan AI tanpa otorisasi TI—terjadi sekitar **55% pekerja global**, memicu risiko keamanan, kebocoran data, serta kepatuhan hukum (techradar.com).
- Inisiatif seperti **right to repair for AI**, di mana pengguna bisa memeriksa atau memperbaiki sistem AI secara transparan, mulai muncul sebagai tuntutan setelah tingkat kepercayaan publik menurun (wired.com).

Pendekatan Praktis dalam Modul: Apa yang Bisa Dilakukan?

Normatif dan Kebijakan

- Ajarkan prinsip-prinsip UNESCO (transparansi, fairness, human oversight).
- Integrasikan standar EU AI Act—sebagai rujukan regulatif.
- Dorong adaptasi kerangka lokal (seperti yang dilakukan India pada AISI).

Desain dan Operasional Modul

- Case-study: kontroversi FRT, penggunaan politik AI, aturan right-to-repair.
- Set latihan: audit bias sederhana, risiko shadow AI, pengujian keamanan.

Kurikulum dan Pelatihan

- Ciptakan modul blended-learning dengan proyek nyata: analisis bias dataset, desain AI governance policy proposal kampus.
- Micromodules: “AI ethics checklist”, “Governance toolkit”, “Audit dan transparency”.

Kebijakan Institusional & Kolaborasi

- Adopsi AI usage policy di kampus: disclosure penggunaan AI, pelatihan wajib, revisi regulasi plagiarisme.
- Libatkan industri & pemerintah: kolaborasi kurikulum bersama regulator atau perusahaan AI etis.

Penutup: Memprioritaskan Etika dalam Disrupsi Teknologi

Disrupsi teknologi tanpa landasan etika dapat memperdalam ketimpangan, memecah kepercayaan, dan menciptakan risiko sistemik. Sebaliknya, jika dilengkapi etika, nilai AI justru menggandakan manfaat: inovasi, inklusivitas, dan kepercayaan publik. Data tahun 2025 menegaskan: investasi dalam AI etis bukan pilihan ideologis semata—ia adalah strategi keberlanjutan utama.

Contoh modul: Data Analytics dan Komunikasi Strategis

Melampaui Intuisi: Data sebagai Penggerak Keputusan Komunikasi

Model komunikasi tradisional yang berbasis intuisi dan pengalaman kini tidak cukup. Internal communications harus menggantikan tebakan dengan statistik nyata untuk membangun strategi komunikasi berbasis data. Sebanyak 8 dari 10 pemimpin bisnis menyatakan bahwa **data sangat krusial dalam pengambilan keputusan**([PoliteMail](#)). Data tak hanya menciptakan kredibilitas, tapi juga membuka celah untuk pengambilan keputusan yang lebih cermat dari sisi efektivitas komunikasi dan keterlibatan organisasi.

Storytelling Berbasis Data: Fondasi Baru PR di Era Digital

Perpaduan antara narasi dan bukti konkret adalah strategi vital di dunia komunikasi. Pada 2025, **data-driven storytelling** menjadi pilar utama PR efektif: data meningkatkan kredibilitas narasi, memperkuat transparansi, dan memaksimalkan resonansi pesan([indonesiapr.id](#)). Dengan insight berbasis data, praktisi dapat membangun pitch kepada media yang lebih bernilai—menyajikan angka, grafik, dan insight berisi konteks emosional yang menggerakkan audiens.

Tren Teknologi Data Analytics yang Mengubah Cara Kita Berkomunikasi

Lanskap data analytics telah berevolusi secara signifikan—menuju real-time, transparan, dan aksesibel:

- **Demokratisasi Data:** Kini bukan cuma data analyst yang punya akses; pengguna dari berbagai level dalam organisasi dapat menggunakan data untuk pengambilan keputusan lebih cepat([indonesiapr.id](#), [Monte Carlo Data](#), [DQLab](#)).
- **Augmented Analytics:** Kombinasi AI dan machine learning mempercepat analisis, memungkinkan penemuan insight yang sebelumnya tersembunyi([DQLab](#)).
- **Democratization & No-code:** Platform tanpa kode memungkinkan pengguna non-teknis membuat laporan dan insight – mempercepat komunikasi datadriven([Monte Carlo Data](#)).

ROI Analytics: Bukti Nyata ke Manajemen

Sebelumnya, bukti manfaat investasi analytics sulit dipaparkan secara sistematis. Kini, **AI dan otomatisasi** memungkinkan pelacakan metrik seperti efisiensi waktu, penghematan biaya, hingga kontribusi revenue dari insight—97% analis mengintegrasikan AI dan 87% menggunakan otomatisasi untuk memperkuat laporan mereka([TechRadar](#)). Hal ini membuka jalan bagi argumentasi kuat terkait kelanjutan investasi analytics, sekaligus memperkuat posisi IT dan komunikasi dalam struktur organisasi.

Optimalisasi Strategi Komunikasi melalui Audience Insights

Data analytics memungkinkan pemahaman audiens secara granular—mulai dari preferensi, waktu interaksi ideal, hingga kanal paling efektif untuk menjangkau mereka([FINN Partners](#)). Hasilnya? Pesan menjadi lebih personal, relevan, dan tepat waktu—meningkatkan engagement dan efektivitas strategi komunikasi. Contohnya, pesan berbasis data mendorong engagement naik hingga 30%, sementara penyesuaian waktu publikasi meningkatkan click-through hingga sekitar 25%([prthrive.com](#)).

Aplikasi Praktis dalam Modul "Data Analytics dan Komunikasi Strategis"

Berikut beberapa penerapan praktis yang sebaiknya disertakan dalam modul:

Praktik	Deskripsi
Integrasikan Data ke Perencanaan	Gunakan data analytics untuk memilih audiens, kanal, dan waktu yang optimal. Tingkat engagement dan efektivitas komunikasi meningkat secara nyata.
Gunakan Platform No-code & AI	Dorong penggunaan tool berbasis no-code + AI (augmented analytics) agar mahasiswa/dosen bisa menganalisis dan menyajikan data tanpa latar teknis mendalam(Axios , prthrive.com , TechRadar , DQLab).
Bangun Narasi Berbasis Data (Data-Driven Storytelling)	Latih peserta membuat narasi dengan struktur: data → insight → cerita → aksi. Ajarkan pembuatan visualisasi yang mendukung storytelling(indonesiapr.id , PoliteMail).
Tunjukkan ROI dari Komunikasi Data-Driven	Ajari cara merancang metrik keberhasilan (waktu penghematan, peningkatan engagement, cost-saving), dan laporkan hasil via otomatisasi analytics(TechRadar).
Perluas Access Data (Data Democratization)	Dorong kolaborasi lintas disiplin—analisis dan insight tidak hanya domain data analyst saja(DQLab , Monte Carlo Data).
Jaga Etika dan Privasi Data	Dalam komunikasi strategis berbasis AI/personalization, penting untuk menekankan etika, regulasi data pribadi, dan transparansi(Pubmedia Journal Series).

Kesimpulan Singkat

- **Dalam era AI dan digital**, data analytics adalah kunci memprioritaskan strategi komunikasi berbasis insight.
- **Narasi yang efektif** kini dibangun dari kombinasi antara data yang kredibel dan storytelling yang emosional.
- **Praktik seperti augmented analytics, no-code tools, dan democratization** memungkinkan semua pemangku kepentingan terlibat dalam proses data-driven.
- **Menunjukkan ROI** melalui metrik yang terukur dan pelaporan terotomasi memperkuat argumen dalam institusi.
- **Kesadaran etika dan privasi data** menjadi penyeimbang yang tidak boleh diabaikan.

Metodologi pembelajaran: blended learning, experiential learning, microcredentials

Blended Learning (Pembelajaran Campuran)

Kondisi terkini

Blended learning—kombinasi antara pembelajaran daring dan tatap muka—diketahui secara konsisten lebih efektif dibanding pembelajaran sepenuhnya tatap muka atau daring. Metode ini menghasilkan capaian belajar yang lebih tinggi, memungkinkan interaksi personal antara dosen mahasiswa, serta memungkinkan instruksi yang lebih individual dan adaptif ([Wikipedia](#)).

Kritik dan tantangan

- Desain pembelajaran yang lemah atau kurangnya pelatihan pada dosen bisa melemahkan efektivitas blended learning; jika elemen binar tidak seimbang, mahasiswa bisa merasa terputus dari komunitas akademik ([ScienceDirect](#), [arXiv](#)).
- Risiko digital divide: akses dan literasi teknologi yang tidak merata (misalnya di daerah di luar Jawa) dapat menyebabkan disparitas dalam efektivitas pembelajaran.

Rekomendasi praktis

1. Desain learning path yang jelas: jadwalkan sesi sinkron (misalnya diskusi via Zoom) dan asinkron (materi video, kuis interaktif) dengan proporsi seimbang—misalnya 40% daring langsung, 60% mandiri.
2. Tingkatkan pelatihan dosen: fokus pada keterampilan pedagogis blended, termasuk pembuatan modul digital interaktif dan teknik moderasi sesi daring.
3. Pastikan inklusivitas akses: sediakan versi offline (PDF + video ukuran kecil), atau akses ke ruang kampus/lib kampus dengan koneksi stabil.

Experiential Learning (Pembelajaran Berbasis Pengalaman)

Kondisi terkini

Experiential learning—seperti pembelajaran berbasis proyek, magang, simulasi—sangat relevan dengan kebutuhan era digital. Pendekatan ini meningkatkan keterampilan praktis, refleksi mendalam, dan daya adaptasi mahasiswa dalam situasi nyata. Dalam konteks Ilmu Komunikasi dan AI, pembelajaran berbasis pengalaman mendorong inovasi nyata dalam konten, misalnya dengan tugas produksi konten berbasis NLP atau analisis data komunikasi.

Kritik dan tantangan

- Tanpa bimbingan dan struktur yang memadai, proyek bisa gagal memberikan kedalaman pembelajaran (hanya menjadi tugas “untuk selesai”).
- Tidak semua dosen memiliki pengalaman lapangan yang cukup untuk membimbing proyek AI–komunikasi secara efektif.

Rekomendasi praktis

1. Libatkan mitra industri/media: mahasiswa bisa mengerjakan tugas nyata—misalnya membuat konten AI-aided untuk kampanye digital, didampingi profesional.
2. Gunakan platform simulasi dan studi kasus global (contoh: analisis konten media dengan tools AI, praktik PR digital).
3. Sertakan refleksi tertulis sebagai komponen wajib: agar mahasiswa menghubungkan praktik dengan teori (learning through reflection).

Microcredentials (Sertifikat Mikro)

Kondisi terkini

Micro-credentials adalah sertifikasi pendek dan khusus yang memverifikasi kompetensi/spesifik skill, biasanya disertai assessment standar dan transparan. Program ini memungkinkan pembelajaran yang singkat dan relevan dengan kebutuhan pasar kerja ([ScienceDirect](#), [SUNY](#)).

Menurut laporan terbaru (Mei 2025), 91 % mahasiswa percaya microcredentials membantu mereka sukses mendapatkan pekerjaan ([Lumina Foundation](#)). Di sisi institusi:

- 90 % pemimpin pendidikan menganggap credential seperti ini memperkuat hasil karier jangka panjang ([AACSB](#)).
- Lebih dari 50 % institusi sudah menerapkan, dan 82 % merencanakan dalam 5 tahun ke depan ([AACSB](#)).

Di Indonesia, studi di beberapa universitas negeri menunjukkan bahwa micro-credential sangat dibutuhkan dan harus segera diimplementasikan agar relevan dengan tren pendidikan dan kebutuhan industri ([ResearchGate](#)).

Kritik dan tantangan

- Tantangan validasi dan kredibilitas: sulit diverifikasi dan rentan dipalsukan jika tidak ada standar dan lembaga akreditasi yang jelas.
- Kurangnya koordinasi: belum ada sistem nasional yang mengatur micro-credential secara komprehensif di Indonesia.

Rekomendasi praktis

1. Terapkan sistem micro-credential berbasis outcome dan standar internasional (misalnya IMS Open Badges, atau pengakuan dalam KKNI).
2. Modul micro-credential harus modular, stackable, dan bisa diakui dalam program utama (misalnya dapat dikonversi menjadi SKS untuk minor atau mata kuliah pilihan) ([SUNY](#)).
3. Kolaborasi dengan industri komunikasi dan media digital (industri media, agensi PR, teknologi komunikasi) untuk pengembangan konten dan pengesahan sertifikat.
4. Integrasikan micro-credential dalam kurikulum MBKM: agar mahasiswa dapat memperoleh gelar sekaligus kompetensi spesifik praktikal.

Ringkasan Perbandingan Metodologi

Metodologi	Keunggulan Utama	Tantangan Utama	Implementasi Praktis
Blended Learning	Efisien, fleksibel, memungkinkan personalisasi pembelajaran	Desain kurang matang, akses teknologi terbatas	Pelatihan dosen, modul daring + tatap muka, inklusivitas
Experiential Learning	Relevan, praktis, mendekatkan pada dunia nyata	Perlu mentor, resource nyata, bisa dangkal kalau tidak reflektif	Hadirkan mitra industri, studi kasus, refleksi
Microcredentials	Agil, terfokus, dihargai pasar kerja	Kredibilitas, regulasi, koordinasi lembaga masih lemah	Standar badge, stackable ke SKS, kolaborasi industri

Mengapa Ini Penting untuk Ilmu Komunikasi dan Literasi AI?

Ilmu Komunikasi di era digital harus mempersiapkan SDM yang:

- **Adaptif**—menguasai teknologi baru seperti AI dalam konten dan analisis.
- **Praktikal**—bukan hanya teori, tetapi pengalaman efektif dalam konteks media nyata.
- **Terkualifikasi**—memiliki bukti kompetensi yang diakui pasar melalui micro-credentials.

Ketiga metodologi ini saling menguatkan: blended learning efisien dan inklusif, experiential learning memperdalam praktik, dan micro-credentials memberi legitimasi kompetensi yang cepat dan relevan.

Bab 8: Strategi Implementasi dan Penguatan SDM Perguruan Tinggi

Pelatihan dan sertifikasi dosen

Signifikansi dan Konteks Strategis

- **Urgensi pembangunan SDM unggul:** Dosen menjadi ujung tombak integrasi AI dalam pendidikan tinggi—baik sebagai pengajar, peneliti, maupun inovator. Namun, tanpa pelatihan dan sertifikasi yang relevan, efektivitas transformasi digital di kampus bisa tertinggal.
- **Peran sertifikasi sebagai legitimasi kompetensi:** Sertifikasi seperti **Microsoft AI Fundamentals (AI-900)** dan **BNSP Artificial Intelligence** bukan sekadar pengakuan formal, tetapi juga jaminan kepercayaan. Mereka menjadi **signal profesional** bahwa dosen siap memanfaatkan AI secara kredibel.

Data dan Praktik Nyata (Update hingga Agustus 2025)

- **UGM – Program elevAlte Indonesia**
Antara 11–27 Agustus 2025, UGM (dengan dukungan Kementerian Komunikasi dan Digital serta Microsoft Indonesia) menggelar pelatihan AI dan sertifikasi AI-900, diikuti **381 peserta** dari sivitas akademika. UGM menyediakan **2.000 voucher sertifikasi** sebagai amanah untuk mencetak talenta digital AI nasional ([SDM Universitas Gadjah Mada](#)).
- **UB – Program Master Trainer elevAlte**
Universitas Brawijaya menyelenggarakan pelatihan **Master Trainer AI-900**, dengan target **minimal 100 dosen dan tendik**, agar dapat terus menyebarkan pelatihan ke internal UB dan masyarakat umum. Peserta yang lulus mendapat diskon atau gratis ujian AI-900 di CATC UB. Pendaftaran dibuka hingga September 2025 ([Bits University](#)).
- **UNESA – Pelatihan AI untuk Riset dan Cek Fakta**
Prodi Ilmu Komunikasi UNESA mengadakan pelatihan khusus untuk dosen, dengan fokus aplikasi AI dalam riset dan pengecekan fakta, termasuk aspek etika. Ini menunjukkan relevansi langsung AI dalam ranah jurnalistik dan komunikasi akademik ([Ikoma](#)).
- **Microcredential melalui ToT**
Ditjen Dikti menginisiasi pelatihan ToT (Training for Trainer) di bidang Data Science dan AI sebagai persiapan bagi dosen, pendamping, dan asisten kompetensi untuk mewujudkan microcredential bagi mahasiswa ([Dikti AI Center](#)).

- **Sertifikasi BNSP AI**

Sertifikasi dari BNSP berbasis SKKNI adalah pilihan penting yang diakui secara nasional. Biayanya berkisar **Rp4–6 juta** dan terdiri dari beberapa klaster kompetensi seperti keamanan, analisis data, komunikasi pelanggan, dan lainnya ([Startup Campus](#)).

Analisis Kritis & Insight

Aspek	Kekuatan / Peluang	Tantangan / Risiko
Skala dan cakupan program (UGM, UB)	Diskon atau voucher sertifikasi memperluas akses dan mencetak talenta AI	Belum merata di seluruh perguruan tinggi; risiko ketimpangan inovasi
Model Master Trainer	Membangun multiplier effect dan sustainability program	Memerlukan pemantauan kualitas pelatihan selanjutnya
Fokus riset & etika (UNESA)	Menguatkan literasi kritis dan mitigasi misuse AI	Perlu dilengkapi roadmap untuk adopsi jangka panjang
Microcredential	Relevan dengan kebutuhan pasar dan fleksibel	Butuh sinkronisasi dengan kurikulum prodi dan mekanisme pengakuan formal
Sertifikasi BNSP	Validitas nasional tinggi, lebih murah dari sertifikasi internasional	Biaya dan akses bisa masih menjadi hambatan bagi dosen di daerah

Rekomendasi Praktikal

1. **Kembangkan model kombinasi:** Integrasikan program seperti elevAlte (internasional) dengan sertifikasi BNSP untuk memberikan dosen pilihan fleksibel—baik global maupun nasional.

2. **Bangun jaringan Master Trainer AI:** Perguruan tinggi sebaiknya membentuk tim internal (Master Trainer) yang bertugas menyelenggarakan pelatihan berkelanjutan dan mentoring lintas prodi.
3. **Integrasikan AI-literacy dan etika secara wajib:** Kurikulum pelatihan harus mencakup modul soft-skill seperti etika, data bias, dan tanggung jawab sosial dalam penggunaan AI.
4. **Adopsi microcredential berbasis outcome:** Gunakan skema microcredential dalam bentuk *stackable badges* yang diintegrasikan ke RPS prodi dan bisa diakui sebagai kredit pengembangan (PD).
5. **Monitor dan evaluasi dampak:** Adakan survei pasca-pelatihan untuk mengukur:
 - Tingkat integrasi AI dalam RPS dan penelitian dosen
 - Kesenjangan kompetensi sebelum-sesudah pelatihan
 - Dampak penelitian atau inovasi berbasis AI
6. **Jaga inklusivitas dan aksesibilitas:** Sediakan pilihan virtual dan fleksibel, serta subsidi bagi dosen dari kampus daerah atau terbatas akses sumber daya.

Kesimpulan Strategis

Pelatihan dan sertifikasi dosen bukan sekadar formalitas, tetapi merupakan landasan strategis dalam membangun *SDM unggul Ilmu Komunikasi berbasis AI*. Program unggulan seperti elevAlte, Master Trainer AI-900, pelatihan riset/etika AI, microcredential, dan sertifikasi BNSP menunjukkan bahwa Indonesia telah bergerak menuju literasi AI yang lebih serius dan terstruktur. Namun, agar transformasi ini berkelanjutan dan merata, diperlukan integrasi konteks lokal, fleksibilitas metode, dan kejelasan outcome. Memberi akses luas kepada dosen melalui voucher dan model pelatihan hybrid, memasukkan nilai-nilai etis dalam setiap modul, dan mengevaluasi dampak lewat microcredential—semua ini adalah fondasi untuk menyongsong era AI secara kritis, inklusif, dan produktif.

Penguatan kolaborasi kampus–industri–pemerintah

Di era transformasi digital berbasis **kecerdasan artifisial (AI)**, kolaborasi antara kampus, industri, dan pemerintah bukan lagi pilihan, tetapi **kebutuhan strategis** untuk menciptakan **ekosistem inovasi** dan **SDM unggul**.

Data kunci:

- **85% pekerjaan di 2030** akan membutuhkan kompetensi digital, termasuk literasi AI; **65%** di antaranya melibatkan keterampilan komunikasi strategis berbasis teknologi (World Economic Forum, 2023).
- **Hanya 30% perguruan tinggi** di negara berkembang, termasuk Indonesia, yang telah mengintegrasikan AI dalam kurikulum komunikasi secara efektif (UNESCO, 2024).

Kesenjangan antara **kebutuhan industri** dan **kesiapan akademik** ini dapat diatasi

dengan sinergi tiga pihak. Pemerintah berperan melalui kebijakan seperti **Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM)**, industri memberi wawasan praktis & proyek nyata, sedangkan kampus menjadi pusat pengembangan teori dan riset.

Model Kolaborasi Efektif

Model **Triple Helix** (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000) menekankan interaksi dinamis antara:

- **Kampus** → Mengembangkan kurikulum *demand-driven*, misalnya mata kuliah *Natural Language Processing* untuk media atau *data analytics* untuk komunikasi strategis.
- **Industri** → Memberi masukan tren teknologi, menyediakan data, serta membuka magang berbasis proyek.
- **Pemerintah** → Menyusun kebijakan insentif seperti hibah riset AI komunikasi atau regulasi adopsi teknologi.

Perpres No. 68 Tahun 2022 bahkan menargetkan **≥ 30% kurikulum vokasi** dijalankan di lingkungan industri, mengikuti praktik terbaik OECD.

Kolaborasi untuk SDM Unggul

Urgensi Kolaborasi



- 85% pekerjaan butuh digital
- 65% perlu komunikasi strategis
- Hanya 30% kampus siap AI

Model Triple Helix



- Kampus: Kurikulum berbasis industri
- Industri: Data & magang AI
- Pemerintah: Insentif & regulasi

Praktik Terbaik



- ITB–Telkomsel: AI Academy
- Diktisaintek: Pusat inovasi kampus
- Ventilator lokal hasil kolaborasi

Tantangan Utama



- Dosen kurang literasi AI
- Kurikulum vokasi belum *demand-driven*
- Ekosistem riset timpang di 3T

Strategi Implementasi

Praktik Terbaik dan Bukti Nyata

- **ITB–Telkomsel**: Mendirikan *AI Academy & AI Labs* untuk mempercepat riset dan penerapan teknologi AI.
- **Program Diktisaintek Berdampak (2025)**: Mengubah kampus menjadi *pusat solusi* dengan empat pilar — riset aksi, inkubasi startup, pusat riset tematik, dan otonomi riset.
- **Ventilator lokal**: Hasil kolaborasi kampus–industri–pemerintah di sektor kesehatan, walau terkendala bahan baku & SDM terampil.
- **KSTI 2025**: Fokus pada sinergi semikonduktor dan AI di rantai nilai global.
- **Gojek–UI (GoAcademy)**: Pelatihan *data analytics* untuk mahasiswa komunikasi, meningkatkan kemampuan analisis kampanye digital sebesar **40%**.
- **BRIN – “AI untuk Indonesia”**: Mendanai 50 proyek riset AI di perguruan tinggi pada 2024, meski hanya 10% berfokus pada komunikasi.

Tantangan Utama

- **Kesenjangan kompetensi** dosen dalam literasi AI.
- **Kurikulum vokasi** masih teoritik, belum sepenuhnya *demand-driven*.
- **Keterbatasan infrastruktur & pendanaan**, terutama di daerah 3T.
- **Minimnya platform koordinasi** tiga pihak untuk riset dan inovasi.

Rekomendasi dan Strategi Implementasi

Desain Kurikulum Kolaboratif

- Integrasikan teori & praktik industri (*project-based learning*, magang) — minimal **30%** sesuai standar OECD.
- Kembangkan modul bersama industri, misalnya *Ethics of AI, Data Analytics & Communication*.

Pusat Inovasi Bersama

- Dirikan *AI Academy/Lab* di kampus (contoh: ITB–Telkomsel).
- Optimalkan *Science & Tech Parks* sebagai pusat kolaborasi riset dan inkubasi.

Riset Berdampak

- Fokus pada solusi nyata seperti ventilator lokal atau *AI for strategic communication*.
- Libatkan pemerintah dalam pendanaan & regulasi.

Otonomi Kampus

- Terapkan prinsip **Diktisaintek Berdampak** agar kampus bebas menentukan prioritas riset sesuai kebutuhan industri dan masyarakat.

Pemerataan Ekosistem di 3T

- Arahkan dana hibah & infrastruktur riset ke wilayah tertinggal.

- Gunakan kolaborasi pusat–daerah untuk membangun kapasitas SDM.

Ringkasan Praktis

Fokus Utama	Inisiatif Nyata
Kurikulum & Praktik Industri	≥ 30% praktik industri di kurikulum vokasi (OECD, Perpres 68/2022)
Infrastruktur & Inkubasi AI	ITB–Telkomsel: <i>AI Academy & AI Labs</i>
Riset Berdampak & Inovasi Sosial	Program Diktisaintek Berdampak
Produksi Teknologi Lokal	Ventilator lokal kolaborasi tiga pihak
Semikonduktor & AI	KSTI 2025 – sinergi global rantai nilai
Ekosistem 3T	Perluasan riset & inovasi ke daerah tertinggal

Penutup

Penguatan kolaborasi kampus–industri–pemerintah adalah **pondasi transformatif** pendidikan tinggi dan vokasi di era AI. Dengan **integrasi kurikulum berbasis industri**, keberadaan **pusat inovasi bersama**, **otonomi kampus** dalam riset berdampak, dan **pemerataan ekosistem inovasi**, Indonesia dapat mempercepat terbentuknya SDM unggul, riset aplikatif, dan inovasi yang mendorong pembangunan nasional berkelanjutan.

Rencana aksi nasional literasi AI di Ilmu Komunikasi

Konteks dan Justifikasi Strategis

- **Fondasi: Strategi Nasional AI 2020–2045**

Indonesia telah memiliki *Strategi Nasional Kecerdasan Artifisial* yang diumumkan pada 10 Agustus 2020, dengan lima prioritas strategis: kesehatan, birokrasi, pendidikan & riset, ketahanan pangan, serta smart city & mobility—ditopang oleh etika, data & infrastruktur, pengembangan talenta, dan riset & inovasi industri ([Milenia News](#), [IBM Business of Government](#)).

- **Langkah Terbaru: AI Readiness Assessment (RAM)**

Pada Juni 2025, UNESCO bersama Kementerian Komunikasi dan Informatika telah menyelesaikan *AI Readiness Assessment*. Indonesia menjadi negara pertama di Asia Tenggara yang menjalankan RAM, dengan analisis menyeluruh di bidang regulasi, sosial-kultural, ekonomi, pendidikan, dan infrastruktur ([UNESCO](#)).

- **Kerangka Kebijakan dan Regulasi**

Pemerintah juga sedang menyusun regulasi AI yang lebih komprehensif (bisa melalui regulasi presiden atau menteri), sebagai pelengkap dari Surat Edaran Etika AI Kominfo Tahun 2023 ([dinkes.kapuaskab.go.id](#)).

- **Penguatan Ekosistem melalui AI Center of Excellence (CoE)**

Juli 2025: Peluncuran **Indonesia AI CoE** secara resmi menjadi pusat implementasi peta jalan AI nasional. Lima pilar utama yang diperkuat: etika, infrastruktur & tata kelola data, talenta, investasi, serta riset & R&D. Targetnya: melatih hingga 2 juta talenta AI melalui kolaborasi dengan NVIDIA, Cisco, dan lainnya ([Warta Ekonomi](#)).

- **Dialog Publik dan Etika inklusif**

Oktober 2025: Pemerintah membuka konsultasi publik terhadap Draf *White Paper National AI Roadmap* dan *AI Ethics Guidelines*, melibatkan 443 perwakilan dari berbagai sektor. Fokus utamanya: memastikan adopsi inklusif dan etis dalam pengembangan AI nasional ([OpenGov Asia](#)).

- **Ambisi Finansial dan Ekonomi Digital**

Agustus 2025: Terungkap rencana besar berupa pembentukan **Dana AI Berkedaulat**, dikelola oleh LPI Danatara, untuk mempercepat transformasi Indonesia menjadi pusat AI ASEAN. Proyeksi BCG menyebut manfaat ekonomi AI bagi ASEAN mencapai 2,3–3,1 % PDB di 2027, dengan Indonesia berpeluang meraup dampak terbesar secara absolut ([Teknologi](#)).

Analisis Kritis Berdasarkan Kondisi Terkini

Faktor	Peluang	Tantangan
Kebijakan & Regulasi	Memiliki landasan strategis dan etika	Regulasi komprehensif masih dalam penyusunan (Vietnam+ (VietnamPlus) , OpenGov Asia)
Ekosistem Talenta	AI CoE dan target 2 juta talenta memperkuat kapasitas nasional (Warta Ekonomi)	Human capital gap masih ada, terutama di perguruan komunikasi (IBM Business of Government)
Infrastruktur & Akses	Proyek smart city dan etika mendorong inklusivitas	Ketimpangan akses internet dan infrastruktur masih tinggi di daerah pinggiran (dinkes.kapuaskab.go.id , IBM Business of Government)
Dana & Pendanaan	Dana AI Berkedaulat dapat mendanai inisiatif pendidikan dan riset (Teknologi)	Realisasi investasi masih tahap awal
Inklusi & Etika	Fokus publik, pelibatan perempuan, dan kelompok marginal meningkatkan keadilan akses (OpenGov Asia , completeaitraining.com)	Kesenjangan digital (gender, wilayah) belum sepenuhnya tertangani

Rekomendasi Praktikal dan Terukur

1. Sertifikasi dan Pelatihan Literasi AI untuk Ilmu Komunikasi

- Berkaitan langsung dengan AI CoE & target 2 juta talenta, rancang modul literasi khusus untuk mahasiswa dan dosen komunikasi (etika AI, analisis data media, NLP, generatif konten).
- Sinergikan dengan CoE untuk memfasilitasi sertifikasi, microcredentials, dan modifikasi kurikulum via MBKM.

2. Integrasi dalam Kurikulum Formal

- Gandeng AI CoE dan Kemdikbud untuk memasukkan literasi AI sebagai mata kuliah opsi (elective) mulai SMA dan perkuliahan, selaras dengan rencana coding & AI kelas 2025–2026 ([Milenia News](#), [Warta Ekonomi](#)).

- Gunakan pendekatan outcome-based, kolaborasi kampus–industri, dan basis MBKM.

3. Riset & Kolaborasi Industri–Akademik

- Dorong penelitian terapan tentang AI dalam komunikasi (misalnya: NLP Bahasa Indonesia, deepfake deteksi, analisis opini publik) memanfaatkan NusaCrowd dataset dan melalui platform AI CoE (arxiv.org).

4. Literasi Etis dan Inklusif

- Buat modul berbasis etika AI, khusus untuk kurikulum komunikasi—keamanan data, bias algoritmik, keberagaman representasi.
- Sertakan pelibatan aktor perempuan, masyarakat adat, dan penyandang disabilitas dalam pilot program literasi AI (completeaitraining.com, [OpenGov Asia](https://opengov.asia)).

5. Monitoring dan Evaluasi (M&E)

- Kembangkan indikator seperti: jumlah peserta pelatihan, tingkat pemahaman (pre-/post-test), implementasi modul di kampus, kerjasama luar kampus.
- Lakukan evaluasi periodik (setiap 6–12 bulan) sebagai bagian dari roadmap SDM komunikasi 2025–2030 (Bab 8).

Rekomendasi kebijakan untuk institusi dan pemerintah

Mewujudkan Sovereign AI Fund sebagai Katalis Transformasi

Pemerintah Indonesia sedang mempertimbangkan pembentukan *sovereign AI fund* yang dikelola oleh Danantara Indonesia dalam periode 2027–2029 untuk mempercepat pengembangan ekosistem AI nasional. Pendanaan ini akan mengikuti skema publik-swasta dan disertai insentif fiskal untuk investor domestik ([Reuters](#)).

Rekomendasi praktis:

- Mendesain alokasi anggaran terarah untuk literasi dan riset AI, bukan hanya infrastruktur.
- Memastikan transparansi syarat pendanaan agar fokus juga pada pendidikan, pelatihan, dan etika AI.

Mempercepat Penyusunan dan Sosialisasi Roadmap AI Nasional

Kolaborasi dengan Inggris untuk merumuskan *roadmap AI nasional* menekankan tata kelola inklusif, fleksibel, dan berdasarkan nilai lokal ([teknologi.id](#)).

Rekomendasi praktis:

- Aktifkan konsultasi publik dan sesi *focus group* dengan akademisi, industri, dan masyarakat untuk memperkuat legitimasi roadmap.
- Pastikan roadmap inklusif aspek regulasi, infrastruktur digital, pelatihan literasi, dan keunggulan SDM.

Memasukkan Literasi AI ke Kurikulum dari Sekolah hingga PT

Mulai 2025–2026, AI dan coding akan menjadi mata pelajaran pilihan di sekolah dasar hingga SMA/SMK, dengan jam 2–5 per minggu, disertai pendekatan ‘unplugged’ untuk wilayah terbatas infrastruktur ([teknologi.id](#), [GovInsider](#)). UNESCO juga mendorong integrasi AI dari pendidikan menengah hingga perguruan tinggi ([aiopportunity.publicfirst.co](#)).

Rekomendasi praktis:

- Kembangkan modul literasi AI berbasis konteks lokal: mulai dari computational thinking hingga etika digital.
- Dorong penyediaan infrastruktur (seperti satelit internet) dan solusi offline untuk kesetaraan akses.

Membangun Kompetensi Etis dan Digital di Perguruan Tinggi

Perguruan tinggi perlu menetapkan kebijakan untuk memastikan penggunaan AI oleh mahasiswa tetap etis dan inovatif, bukan sekadar shortcut akademis. Resiko seperti plagiarisme dan pelanggaran privasi harus diantisipasi dengan sistem evaluasi dan regulasi internal ([KOMPASIANA](#)).

Di lingkungan PTKIN, regulasi dan sertifikasi literasi digital perlu mencakup prinsip

transparansi dan akuntabilitas ([Kementerian Agama](#)).

Rekomendasi praktis:

- Bentuk komite etika digital di fakultas untuk monitoring dan penyuluhan penggunaan AI.
- Sosialisasikan kebijakan integritas akademik dengan AI-aware, yang jelas mendefinisikan plagiarisme AI.

Tingkatkan Kapasitas SDM melalui Sertifikasi dan Kolaborasi Industri

Acara penyusunan kurikulum AI oleh Kemendikbud melibatkan Asosiasi AI dan menekankan pentingnya sinergi antara academia dan industri dalam menyiapkan talenta digital dengan landasan etika ([asosiasi.ai](#)).

Rekomendasi praktis:

- Luncurkan skema sertifikasi AI untuk dosen dan ASN, dengan modul teknis dan etis.
- Fasilitasi program pelatihan dan inkubasi bersama industri teknologi agar dosen/mahasiswa mendapatkan exposure praktis.

Bangun Ekosistem AI Daerah yang Strategis

Kajian menunjukkan bahwa pemanfaatan AI oleh pemerintah daerah masih sporadis dan belum terintegrasi dalam perencanaan jangka panjang; perlu pendekatan berbasis konteks lokal ([ejournal.cvddabeeayla.com](#)).

Rekomendasi praktis:

- Kembangkan roadmap digital AI di level daerah, termasuk implementasi chatbot pelayanan publik (seperti JAKI di Jakarta) yang dapat meningkatkan efisiensi dan partisipasi ([ejournal.cvddabeeayla.com](#)).
- Sediakan panduan kebijakan adaptif yang memudahkan adopsi teknologi di berbagai daerah.

Tingkatkan Literasi AI Publik untuk Resiliensi Informasi

Studi menunjukkan hanya 32% masyarakat Indonesia memiliki literasi digital untuk mengevaluasi konten AI, padahal pemberitaan media optimis terhadap AI mencapai 76%—mengindikasikan ketidaksejajaran antara narasi dan pemahaman publik ([mdpi.com](#)).

Rekomendasi praktis:

- Jalankan kampanye literasi kritis mengenai AI melalui media massa dan komunitas, menyoroti bias, misinformation, dan batas kemampuan AI.
- Integrasikan pemahaman framing media tentang AI dalam silabus komunikasi dan jurnalistik.

Adopsi Best Practices Internasional dalam Literasi Organisasi

EU AI Act (Artikel 4) menekankan bahwa organisasi harus menjamin literasi AI di seluruh pihak terkait, dengan praktik seperti dukungan pimpinan, AI ambassador, inventaris sistem

AI, dan evaluasi berkelanjutan ([Centre for Information Policy Leadership](#)).

Rekomendasi praktis:

- Institusi (kampus dan pemerintahan) sebaiknya menerapkan struktur seperti “AI champion”, menyusun inventaris AI, dan merancang pelatihan berkelanjutan.
- Dokumentasikan dan publikasikan praktik literasi agar menjadi contoh akuntabel dan transparan.

Ringkasan

Aspek Kebijakan	Rekomendasi Inti
Pembiayaan AI Nasional	Sovereign AI Fund, insentif fiskal, dukung literasi dan riset
Roadmap Nasional	Penyusunan inklusif + dialog multistakeholder, regulasi adaptif dan local-minded
Pendidikan SD–PT	Literasi AI dari sekolah dasar hingga perguruan tinggi, curriculum inklusif
Etika Akademik	Kebijakan anti-plagiarisme AI, komite etika digital, regulasi kampus
SDM & Sertifikasi	Kolaborasi industri-akademik, sertifikasi dosen/ASN, pelatihan lanjut
Ekosistem Daerah	Roadmap digital daerah, chatbot pelayanan, pelatihan kebijakan lokal
Literasi Publik	Edukasi media, pemahaman framing AI, kampanye kritis publik
Praktik Organisasi	AI champions, inventaris use-case, pelatihan organisasi berkelanjutan

Bab 9: Rekomendasi dan Roadmap

Roadmap pengembangan kompetensi SDM Ilmu Komunikasi 2025–2030

Landasan Strategis: Momentum dan Tantangan

Indonesia tengah menyelesaikan **Roadmap AI Nasional** yang dikembangkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika. Dokumen strategis ini dirancang untuk memetakan adopsi AI dengan tujuan menarik investasi, memperkuat infrastruktur digital, dan memperluas talenta berkemampuan AI hingga 2030 ([Reuters](#), [OpenGov Asia](#)).

Selain itu, pembukaan konsultasi publik terhadap draft white paper dan pedoman etika AI menunjukkan komitmen kuat terhadap governance yang partisipatif, inklusif, dan berkelanjutan — mencakup partisipasi dari akademisi, industri, masyarakat sipil, hingga media sebanyak 443 perwakilan ([OpenGov Asia](#)).

Investasi infrastruktur dan pelatihan juga ditunjang oleh komitmen global: **Microsoft** akan mengucurkan **US\$ 1,7 miliar** untuk infrastruktur cloud dan AI di Indonesia dalam beberapa tahun ke depan, termasuk program pelatihan bagi **840.000** orang ([Reuters](#)).

Pilar Utama Roadmap Kompetensi (2025–2030)

Berikut adalah delapan fase strategis yang menyajikan jalur penguatan kompetensi SDM Ilmu Komunikasi berbasis AI:

Tahun	Fokus Strategis	Aksi Praktis & Outcome yang Diharapkan
2025	Fondasi Literasi Digital & AI	
2026	Blended Skillset: Technical–Ethical–Creative	(Tech in Asia , arXiv).- Integrasikan ukuran capaian (AICOS) sebagai tolok ukur awal (arXiv).
2027	Skala Nasional & Aliansi Industri	- Manfaatkan investasi Microsoft untuk pelatihan dan pusat riset kolaboratif. - Jalin aliansi antara kampus, industri media, dan penyedia teknologi AI.
2028	Sertifikasi Kompetensi & Penghargaan	- Luncurkan sertifikasi AI Communication Specialist. - Kenalkan penghargaan inovasi AI dalam komunikasi kreatif dan etis.
2029	Evaluasi Dampak & Penyesuaian Kurikulum	- Gunakan AICOS untuk menilai capaian inkubasi kompetensi. - Perbaiki modul berdasarkan hasil evaluasi dan benchmark global.
2030	Keberlanjutan & Regenerasi Talenta	- Bentuk tim alumni AI Communication Ambassadors. - Manfaatkan mereka sebagai pelatih dan mentor di prodi junior dan kampus mitra.

Narasi Praktikal Tiap Tahun

- **2025:** Mulai dengan membumikan literasi AI ke jurusan Ilmu Komunikasi. Gunakan pendekatan fleksibel—baik digital maupun "unplugged"—sesuai kondisi kampus, termasuk laboratorium multimedia atau paket literasi berbasis permainan edukatif seperti Lego ([govinsider.asia](#)).
- **2026:** Adopsi kerangka kompetensi generatif AI; mulai dari dasar literasi hingga rekayasa prompt dan penerapan etika—memberikan basis yang kokoh untuk modul komunikatif. Skala awal pengukuran literasi bisa menggunakan AICOS, yang diluncurkan secara internasional pada 2025 ([arXiv](#)).
- **2027:** Kolaborasi dengan sektor industri tidak hanya memperkaya kurikulum tetapi juga membuka peluang riset dan magang. Microsoft dan investor AI lainnya membuka peluang inkubator dan laboratorium digital untuk mahasiswa dan dosen.
- **2028:** Bosan dengan teori—kritik dan validasi nyata dibutuhkan. Sertifikasi formal dan kompetisi inovasi mendorong mahasiswa dan dosen berpameran prestasi AI ethical-driven.

- **2029:** Ajak dosen dan mahasiswa melakukan evaluasi kritis: apakah modul menghasilkan kompetensi yang relevan? Apakah mereka siap menghadapi tantangan komunikasi di era AI? Hasil survei literasi dan penilaian AICOS jadi tolok ukur penyesuaian.
- **2030:** Implementasi konsep regenerasi. Alumni serta AI Ambassadors menjadi garda depan transformasi berkelanjutan—melatih adik angkatan, mempublikasikan praktik baik, dan memvalidasi dampak program.

Penekanan Kontekstual dan Relevansi Data

- Roadmap ini berpijak pada momentum kebijakan nasional: Indonesia mempercepat adopsi AI melalui peningkatan infrastruktur, pengembangan talenta, dan moral governance—pasca-konsultasi publik dan sedang menyempurnakan dokumen final nasional ([OpenGov Asia](#), [Reuters](#)).
- Intervensi literasi AI dan kolaborasi global didukung oleh investasi besar seperti Microsoft, menjadikannya peluang strategis untuk memfokuskan program pendidikan dan penguatan SDM komunikasi.

Panduan adopsi kurikulum dan modul AI di prodi Komunikasi

Konteks Strategis & Isu Terkini

- **Kolaborasi lintas sektor menjadi fondasi keberhasilan adopsi AI**
Pemerintah, melalui Kementerian Komunikasi dan Digital, menekankan pentingnya kerja sama lintas sektor—pemerintah, perguruan tinggi, industri, dan internasional—dengan fokus pada transfer teknologi dan pengetahuan (ejournal.warmadewa.ac.id, [ANTARA News](#)). Sinergi ini mendorong agar Indonesia tidak sekadar menjadi pengguna, tetapi juga aktif berkontribusi dalam ekosistem AI global.
- **Jejak awal: duta kurikulum AI lewat jejaring global**
Upaya preliminary mencakup peninjauan pengembangan kurikulum AI bersama Universitas Tokyo—menitikberatkan pada digital knowledge dan digital skill, serta contoh penerapan AI dalam solusi bisnis nyata ([ANTARA News](#), portal.komdigi.go.id).
- **Pengembangan kapasitas akademik melalui pelatihan kontekstual**
UGM sebagai contoh nyata meluncurkan pelatihan satu-hari bagi akademisi komunikasi dengan metode interaktif (diskusi kelompok, praktik AI, simulasi tools). Rencana lanjutan meliputi modul khusus seperti AI untuk publikasi akademik, literasi digital, serta literatur praktis bagi mahasiswa ([Dikom FISIPOL UGM](#)).
- **Model kurikulum ideal lintas disiplin dan etika**
Berdasarkan rembuk antara AJI Indonesia dan Google News Initiative, disusun model struktur mata kuliah seperti “Kecerdasan Artificial untuk Inovasi Multidisiplin”, “Etika dan AI”, serta “Literasi AI”. Ketiganya mencakup dimensi: pengetahuan, keterampilan, dan etika ([AJI](#)).
- **Kampus pelopor integrasi AI**
Sejumlah universitas terkemuka telah memulai: ITB (program steered di STEI dan pusat riset AI), UI (S1/S2 AI & Big Data Analytics), UGM (digital transformation learning serta riset kolaboratif), BINUS (CS with AI Track & kolaborasi industri besar), dan Telkom University (mata kuliah AI untuk IoT, sistem cerdas, dengan fasilitas lab riset) ([Enclave](#)).

Rekomendasi Praktis untuk Prodi Komunikasi

Ember Strategi Kurikulum

1. **Terapkan kursus AI lintas disiplin:** Misalnya, “AI untuk Inovasi Komunikasi” (3 SKS), “Etika AI dalam Media” (3 SKS), dan “Analisis Komunikasi Berbasis AI” (3 SKS). Kurikulum harus menggabungkan teori, praktik, dan implikasi etis seperti dirumuskan oleh komunitas akademik ([AJI](#)).
2. **Kolaborasi intensif dengan industri dan pemerintah:** Sertakan program magang, proyek kolaboratif, dan pelatihan dosen bersama platform kampus merdeka dan startup edutech (sevima.com).
3. **Pelatihan dan sertifikasi dosen:** Pilihlah format blended, dengan workshop intensif—sebagaimana dilakukan UGM—disertai panduan konkret untuk mahasiswa dan staf pengajar ([Dikom FISIPOL UGM](#)).

Pemanfaatan Modul Praktis

- **Struktur modul ideal:**
 - **Pengantar:** Sejarah AI, konteks komunikasi, dasar NLP dan analisis data.
 - **Materi utama:** Studi kasus (chatbot layanan, rekomendasi konten, analisis big data).
 - **Etika & implikasi:** Privasi data, bias algoritma, transparansi.
 - **Tugas praktis/proyek akhir:** Misalnya membuat prototype chatbot untuk layanan pelanggan atau platform listening sosial media.
- **Metode pembelajaran:** Gunakan pendekatan blended learning — perpaduan kuliah daring interaktif, lab praktikum AI, dan project-based learning. Tambahkan microcredentials untuk sertifikasi digital.

Infrastruktur & Evaluasi

- **Ketersediaan infrastruktur:** Perlu upaya peningkatan akses teknologi dan pelatihan, terutama jika kampus berada di luar pusat kota—tantangan umum di Indonesia ([ResearchGate](#), fkip.univetbantara.ac.id, [Universitas Multimedia Nusantara](#)).
- **Indikator keberhasilan:**
 - Jumlah dosen terlatih berbasis AI.
 - Modul aktif digunakan dan dievaluasi efektivitasnya.
 - Respons mahasiswa terhadap konten (survei kualitas dan keterampilan)
 - Kolaborasi riset atau magang yang relevan.
- **Evaluasi dan iterasi:** Buatlah loop umpan balik—modul diuji coba dan dikembangkan berkelanjutan dengan masukan dari mahasiswa, dosen, dan praktisi.

Kritik Konstruktif & Arah Ke Depan

- **Ketimpangan sumber daya:** Integrasi AI di prodi komunikasi bisa tertahan di kampus-kampus terkendala infrastruktur—solusinya adalah model modular daring, kolaborasi antar kampus, dan dukungan pemerintah regional.
- **Kurangnya konsistensi nasional:** Belum ada standar nasional resmi untuk kurikulum literasi AI di bidang komunikasi. Perlu inisiasi forum nasional yang menyatukan perguruan tinggi, industri, dan regulator.
- **Etika sebagai “jendela utama”:** Prodi komunikasi harus menempatkan dimensi etika bukan sebagai pelengkap, melainkan sebagai komponen pusat—mengingat dampak AI terhadap informasi, opini publik, dan diseminasi pesan.

Kesimpulan: Narasi Panduan Praktis & Kritis

Adopsi kurikulum dan modul AI di prodi Komunikasi harus didesain sistematis, berdasarkan data dan praktik terkini:

- **Solid foundation** lewat kolaborasi (pemerintah–industri–global).
- **Kurikulum dibangun atas tiga pilar:** pengetahuan, keterampilan, dan etika.
- **Pembelajaran bersifat adaptif dan blended:** pengantar, studi kasus, tugas nyata, evaluasi berkelanjutan.

- **Perlu dukungan infrastruktur** dan penguatan SDM, serta modul evaluasi yang konkret.
- **Etika menjadi pijakan integratif** dalam segala desain modul dan implementasi.

Indikator keberhasilan dan pengukuran dampak

Indikator yang jelas dan sistematis sangat krusial untuk memastikan bahwa program literasi AI dan pengembangan kompetensi SDM Ilmu Komunikasi tidak hanya berjalan, tetapi **efektif, relevan, dan berkelanjutan**. Mereka juga mendukung *continuous improvement*, serta pertanggungjawaban akademis dan kebijakan.

Indikator Keberhasilan (Outcome dan Output)

Pemahaman Konsep & Kompetensi AI

- **Pre-test dan post-test** terhadap dosen dan mahasiswa menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman konsep AI, penerapan, kreativitas digital, dan etika penggunaan AI (ejurnal.ulbi.ac.id, researchhub.id).
- Dalam pelatihan guru, keberhasilan diukur dengan:
 - Persentase peserta yang menunjukkan pemahaman konsep dasar AI.
 - Skor peningkatan dari pre-test ke post-test.
 - Kemampuan menjelaskan aplikasi AI dalam konteks pendidikan (ejurnal.ulbi.ac.id, researchhub.id).

Motivasi dan Prestasi Akademik

- Penelitian di SMA menunjukkan bahwa literasi AI positif berdampak pada prestasi akademik dan motivasi belajar (signifikansi $p < 0,05$), hubungan positif ini penting sebagai indikator outcome siswa ([ResearchGate](https://www.researchgate.net)).

Persepsi dan Kepuasan Pengguna

- Sebanyak 88,9% siswa menggunakan ChatGPT dalam tugas, namun hanya 26,4% membuktikan “sering puas” dengan jawaban AI—indikator penting tentang kualitas dan relevansi alat AI bagi pengguna ([Jurnal UKSW](http://jurnal.uksw.ac.id)).

Pengukuran Dampak (Scale Validity & Tools Terkini)

Skala Literasi AI Terstruktur

- Riset internasional menggunakan pendekatan multidimensional:
 - AI Literacy mencakup awareness, aplikasi teknologi, inovasi praktis, dan pemikiran kritis ([ScienceDirect](https://www.sciencedirect.com)).
 - Skala AI literacy yang valid secara ilmiah mencakup: technological understanding, critical appraisal, practical application, AI ethics—dengan validitas ril dari Rasch Model ([Nature](https://www.nature.com)).

Alat & Instrumen Terkini

- **AICOS (AI Competency Objective Scale)**: dikembangkan Maret 2025, mengukur literasi AI secara objektif dengan integrasi Generative AI Literacy, dan cocok untuk institusi akademik dan profesional ([arXiv](https://arxiv.org)).

- **GLAT (Generative AI Literacy Assessment Test):** instrument 20-item multiple-choice untuk literasi Generative AI, memiliki reliabilitas tinggi (Cronbach's $\alpha = 0,80$) dan terbukti memprediksi kinerja di tugas berbasis AI ([arXiv](#)).
- **A-Factor Framework:** mengukur literasi AI melalui empat dimensi—komunikasi efektif, kreativitas, evaluasi konten, kolaborasi step-by-step. Instrumen 18-item yang terbukti valid dan memprediksi kinerja kreatif kompleks berbasis bahasa ([arXiv](#)).
- **MAILS (Meta AI Literacy Scale):** mencakup penggunaan, pemahaman, deteksi, etika AI, plus aspek psikologis seperti self-efficacy dan manajemen diri—berguna untuk pengukuran holistik ([arXiv](#)).

Inisiatif Global: OECD & PISA

- OECD meluncurkan tes literasi Media & AI sebagai bagian dari PISA 2029, memberi pendekatan global untuk mendefinisikan dan membandingkan kompetensi literasi AI siswa di berbagai negara ([National Education Policy Center](#)).
- Indikator keberhasilan dapat diselaraskan dengan kerangka OECD ini agar hasil lokal dapat dibandingkan secara internasional.

Rekomendasi Praktis Pengukuran di Prodi Ilmu Komunikasi

Tahap	Rekomendasi Praktis
Desain Indikator	Rumuskan indikator spesifik: pengetahuan AI, penggunaan alat AI, evaluasi kritis, etika, kreativitas. Gunakan referensi seperti AICOS, GLAT, A-Factor, MAILS sebagai acuan struktur.
Penggunaan Instrumen	Lakukan pre-test dan post-test berbasis skala yang valid.- Analisis peningkatan kuantitatif (% meningkat, skor rata-rata, signifikansi statistik).
Kombinasi Kuantitatif & Kualitatif	Tambahkan survei persepsi pengguna (misalnya: kepuasan penggunaan, tantangan, kebutuhan). Refleksi dan umpan balik (focus groups, open-ended questions) memperkaya pemahaman dampak.
Benchmark & Perbandingan	Bandungkan hasil antar kelas, tahun akademik, atau antar institusi menggunakan standar seperti OECD/PISA (jika tersedia).
Revisi Modul Berdasarkan Data	Jika aspek tertentu (misal etika atau kreativitas) kurang berkembang, perkuat modul pembelajaran atau tambahkan kegiatan eksperiensial (blended/experiential learning).
Monitoring Jangka Panjang	Lakukan evaluasi berkala (mis. tiap semester) untuk melihat kestabilan dan tren perkembangan literasi AI. Jadikan data awal sebagai baseline untuk roadmap 2025–2030.

Kesimpulan Narasi

Subbab “Indikator Keberhasilan dan Pengukuran Dampak” menjadi *jantung evaluasi capaian program literasi AI*. Dengan memanfaatkan instrumen valid terbaru seperti AICOS, GLAT, A-Factor, dan MAILS (beserta referensi penelitian pengaruh literasi AI terhadap prestasi/motivasi), prodi Ilmu Komunikasi dapat:

1. Mendefinisikan indikator yang **terukur, relevan, dan komprehensif**.
2. Melaksanakan **evaluasi berbasis data** (quant + qual) yang efektif.
3. Memetakan perbaikan kurikulum dan strategi implementasi secara **data-driven**.
4. Membentuk *benchmark* yang bahkan bisa diikuti dan dibandingkan secara internasional (OECD/PISA).
5. Menghasilkan roadmap capaian dan peningkatan SDM berbasis AI yang **terstruktur dan adaptif**.

Referensi

Kshetri, N., & Voas, J. (2024). Adapting to generative artificial intelligence: Approaches in higher education institutions. *Computer*, 57(9), 128-133.

Maslej, N., Fattorini, L., Perrault, R., Gil, Y., Parli, V., Kariuki, N., ... & Oak, S. (2025). Artificial intelligence index report 2025. arXiv preprint arXiv:2504.07139.

Angin, T. G. P., & Mukhlisiana, L. (2024). The Use of AI In Digital Transformation Ethics and Public Relations Strategies. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 5(11).

Bećirović, S., Polz, E., & Tinkel, I. (2025). Exploring students' AI literacy and its effects on their AI output quality, self-efficacy, and academic performance. *Smart Learning Environments*, 12(1), 29.

Hidayat, T., Nugraha, H. D., & Ramzi, M. N. (2025). PENGGUNAAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE DALAM MEDIA DAN LITERASI DIGITAL: PELUANG DAN TANTANGAN. *Jurnal Inteltek Insan Cendikia*, 2(6), 11831-11840.

Seth, N. (2025). *Human Edge in the AI Age: Eight Timeless Mantras for Success*. Penguin Random House India Private Limited.

Videnovik, M., Vlahu-Gjorgievska, E., & Trajkovik, V. (2021). To code or not to code: Introducing coding in primary schools. *Computer applications in engineering education*, 29(5), 1132-1145.

Tanjung, A. Q., Suciptaningsih, O. A., & Asikin, N. (2024). Urgensi etika dalam literasi digital di era globalisasi. *WASIS: Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 5(1), 32-41.

Omol, E. J. (2024). Organizational digital transformation: from evolution to future trends. *Digital Transformation and Society*, 3(3), 240-256.

Lo, M. W. H. (2025). Should journalists be able to rely upon a general public interest defence to defend the criminal legal actions arising from their newsgathering activities?. *LSE Law Review*, 10(2).

Verma, A., Lamsal, K., & Verma, P. (2022). An investigation of skill requirements in artificial intelligence and machine learning job advertisements. *Industry and Higher Education*, 36(1), 63-73.

Business Insider. (2025, August). *Colleges should teach how to use AI rather than skills a 'machine' can do better, a leading economist says*.
<https://www.businessinsider.com/economist-tyler-cowen-college-students-trained-jobs-ai-work-2025-8>

Business Insider. (2025, July). *Robots can't schmooze. Why extroverts may thrive in an AI-filled workplace*. Geerling, W., Mateer, G. D., Wooten, J., & Damodaran, N. (2023). ChatGPT has aced the test of understanding in college economics: Now what?. The

American Economist, 68(2), 233-245. <https://www.businessinsider.com/personality-hire-introvert-extrovert-ai-work-2025-7>

Campus Technology. (2025, March 31). *Digital Education Council defines 5 dimensions of AI literacy*.

<https://campustechnology.com/articles/2025/03/31/digital-education-council-defines-5-dimensions-of-ai-literacy.aspx>

Hussain, S., Sohail, T., Afzaal, R., & Khan, M. A. (2024). The Future of Artificial Intelligence in Communication. In *Future Communication Systems Using Artificial Intelligence, Internet of Things and Data Science* (pp. 57-72). CRC Press.

Bankins, S., & Formosa, P. (2023). The ethical implications of artificial intelligence (AI) for meaningful work. *Journal of Business Ethics*, 185(4), 725-740.

Kaukab, M. E. (2021). Pre-Pandemic and Post-Pandemic Outlook of Indonesian Digital Economic Future 2022. *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi*, 20(2), 230-240.

Chee, H., Ahn, S., & Lee, J. (2024). A competency framework for AI literacy: Variations by different learner groups and an implied learning pathway. *British Journal of Educational Technology*.

El Khayati, M., Courr, A., Kich, I., & Hibbi, F. Z. (2025). Integrating Artificial Intelligence into High-School Computer Science Curriculum: A Perspective Study in Morocco. *Journal of Curriculum Studies Research*, 7(1), 26-46.

Dhiman, B. (2023). Does artificial intelligence help journalists: a boon or bane?. *MISC*.

Türksoy, N. (2022). The future of public relations, advertising and journalism: how artificial intelligence may transform the communication profession and why society should care?. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, (40), 394-410.

Walters, H. D., & Hammond, R. M. (Eds.). (2025). *AI in Marketing: Applications, Insights, and Analysis*. Taylor & Francis.

Rachbini, W., & Evi, T. (2023). *Pengenalan Chatgpt Tips Dan Trik Bagi Pemula*. Cv. Aa. Rizky.

Columbia Journalism Review. (2025). *Artificial intelligence in the news: How AI retools, rationalizes, and reshapes journalism and the public arena*. <https://cjr.org>

Buhmann, A., & Gregory, A. (2023). Artificial intelligence: implications for corporate communication roles and responsibilities. *Handbook on digital corporate communication*.

Maslej, N., Fattorini, L., Perrault, R., Gil, Y., Parli, V., Kariuki, N., ... & Oak, S. (2025). Artificial intelligence index report 2025. arXiv preprint arXiv:2504.07139.

Kim, J., Giroux, M., & Lee, J. C. (2021). When do you trust AI? The effect of number presentation detail on consumer trust and acceptance of AI recommendations. *Psychology & Marketing*, 38(7), 1140-1155.

Dagrosa, D. (2025). Time for Some Progress: An Analysis of Policy Efforts in Urban School Districts (Doctoral dissertation, Franklin University).

Liao, Q. V., & Sundar, S. S. (2022, June). Designing for responsible trust in AI systems: A communication perspective. In *Proceedings of the 2022 ACM conference on fairness, accountability, and transparency* (pp. 1257-1268).

Detikcom. (2025, August 8). AI buat Career Plan hingga Simulasi Sidang, Begini Cerita Siswa-Dosen

<https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-8050099/ai-buat-career-plan-hingga-simulasi-sidang-begini-cerita-siswa-dosen>

Digital Citizenship Indonesia. (n.d.). *Literasi AI: Keterampilan penting dalam dunia serba digital*. <https://digitalcitizenship.id/pengetahuan-dasar/literasi-ai>

Digital Defynd. (2025). *Key skills professionals need to work with agentic AI* [2025]. <https://digitaldefynd.com/IQ/skills-professionals-need-work-agentic-ai/>

Digital Defynd. (2025). *Use of AI in schools [25 case studies]* [2025]. <https://digitaldefynd.com/IQ/ai-in-schools-case-studies/>

Digital Education Council. (2025). *Digital Education Council global AI student survey 2024*. <https://www.digitaleducationcouncil.com/post/digital-education-council-global-ai-student-survey-2024>

Digital Education Council. (2025). *Digital Education Council AI literacy framework*. <https://www.digitaleducationcouncil.com/post/digital-education-council-ai-literacy-framework>

Digital Marketing Institute. (2025). *8 universities leveraging AI to drive student success*. <https://digitalmarketinginstitute.com>

Digital Promise. (2025, July 21). *Hearing from students: How learners experience AI in education*. <https://digitalpromise.org/2025/07/21/hearing-from-students-how-learners-experience-ai-in-education/>

DKIS Cirebon Kota. (n.d.). *Perkembangan AI di Indonesia: Etika, tata kelola, dan regulasinya*. <https://dkis.cirebonkota.go.id>

DQ Institute. (n.d.). *DQ framework*. <https://live.dqinstitute.org/dq-framework/>

eCampus News. (2025). *The 5 dimensions of AI literacy*. <https://ecampusnews.com>

ECCU. (2025). *Crucial technical skills in-demand in 2025*. <https://eccu.edu>

Economic Times India. (2025, May 16). *Symbiosis launches new AI institute to democratize artificial intelligence education*. <https://economictimes.indiatimes.com>

ECU. (2025). *5 future-proof skills for the AI era*. <https://goodwin.edu>

EDUCAUSE. (2025). *Artificial intelligence (AI)*. <https://educause.edu>

EDUCAUSE. (2025). *AI literacy in teaching and learning: A durable framework*. <https://educause.edu>

Editverse. (2025). *AI dalam penelitian modern: Tren 2024-2025*. <https://editverse.com>

Elation Communications. (2025). *Emerging trends for AI and communications in 2025*. <https://elationcommunications.com>

Empathy First Media. (2025). *AI transforming media relations 2025*. <https://empathyfirstmedia.com>

EUPRERA. (2025). *COMM-AIT: The first AI competency test for communication professionals*. <https://euprera.org>

Exploding Topics. (2025). *50 new artificial intelligence statistics (July 2025)*. <https://explodingtopics.com>

Fahmi, I. (2025, July 8). *AI literacy bukan pilihan, tapi perlawanan* [Post]. X. <https://t.co/g7SDNTxOp8>

Fahmi, I. (2025, July 8). *Boleh pakai ChatGPT, tapi harus siap debat dengannya* [Post]. X. <https://t.co/boPBiMwKTf>

FF.co. (2025). *AI statistics 2024–2025: Global trends, market growth & adoption*. <https://ff.co>

Forbes. (2025). *17 ways AI is shaping the PR industry of tomorrow*. <https://www.forbes.com>

- Forbes. (2025). *How AI will shape communications in 2025*. <https://www.forbes.com>
- Forbes. (2025). *The 15 biggest risks of artificial intelligence*. <https://www.forbes.com>
- Forbes. (2025, March 19). *What are the most essential AI skills for non-tech professionals?* <https://www.forbes.com/sites/dianeahamilton/2025/03/19/what-are-the-most-essential-ai-skills-for-non-tech-professionals/>
- Frontiers. (2025). *The impact of AI as a mediator on effective communication*. <https://www.frontiersin.org>
- Frontiers. (2025). *Artificial intelligence training in media: Addressing technical and ethical challenges*. <https://www.frontiersin.org>
- Frontiers. (2025). *From assistance to integrity: Exploring the role of AI in academic communication*. <https://www.frontiersin.org>
- Frontiers. (2025). *Artificial intelligence literacy among university students—a cross-border perspective*. <https://www.frontiersin.org>
- Frontiers. (2025). *Digital transformation in journalism: Mini review on the impact of AI on journalistic practices*. <https://www.frontiersin.org>
- Gamelab ID. (2025). *Transformasi pendidikan: Peran dan strategi teknologi AI dalam implementasi kurikulum merdeka*. <https://www.gamelab.id/news/3390-transformasi-pendidikan-peran-dan-strategi-teknologi-ai-dalam-implementasi-kurikulum-merdeka>
- German University of Digital Science. (2025, April 14). *German University of Digital Science*. Wikipedia. https://en.wikipedia.org/wiki/German_University_of_Digital_Science
- Global Alliance PR. (2025). *Guiding principles for ethical and responsible artificial intelligence*. <https://globalalliancepr.org>
- Goodstats. (2025). *Peta persaingan AI global, negara mana yang paling siap pimpin?* <https://goodstats.id>
- Grepsr. (2025). *31 mind-blowing statistics about big data for businesses (2025)*. <https://grepsr.com>
- Guru Berdaya. (2025). *AI masuk kurikulum 2025, bagaimana dampaknya?* <https://guruberdaya.org>
- Harvard Professional & Executive Development. (2025). *AI will shape the future of marketing*. <https://professional.dce.harvard.edu>
- Hatchworks. (2025). *Generative AI statistics: Insights and emerging trends for 2025*. <https://hatchworks.com>

Heritage Education Network Belize. (2025). *UNESCO International Day of Education 2025: Artificial intelligence and education*. <https://heritagebelize.org>

HFTP. (2025). *Ten trends shaping corporate communications in 2025*. <https://hftp.org>

HiveMQ. (2025). *Predictions for 2025: The convergence of AI, IT, and OT*. <https://www.hivemq.com/blog/predictions-for-2025-convergence-of-ai-it-ot/>

Hootsuite. (2025). *Social media trends 2025*. <https://hootsuite.com>

Hostinger. (2025). *AI statistics and trends: New research for 2025*. <https://hostinger.com>

Hostinger. (2025). *47 key digital marketing statistics for strategic growth in 2025*. <https://hostinger.com>

Hussman School of Journalism and Media. (2025). *How generative AI is transforming strategic communication research*. <https://hussman.unc.edu>

IABC Toronto. (2025). *How AI can make us better professionals*. <https://toronto.iabc.to>

IACS. (n.d.). *Utilization of AI, big data, and Internet of Things (IoT) in sustainable innovation*. <https://iacis.org>

IBM. (n.d.). *Literasi AI: Menutup kesenjangan keterampilan kecerdasan buatan*. <https://ibm.com>

IBM. (2025). *AI in journalism*. <https://ibm.com>

IDCA. (2025). *Global artificial intelligence report (2025)*. <https://idc-a.org>

iDesignEDU. (2025, August 12). CHLOE 10 - from QMProgram, educause & EduventuresInc [Post]. X. <https://t.co/MxgE6wcnXN>

IJNet. (2025). *7 opportunities and challenges for journalists in 2025*. <https://ijn.net>

Innovando News. (2025). *UU AI: Literasi kecerdasan buatan yang wajib*. <https://id.innovando.news>

Innovature BPO. (2025). *Top 10 essential big data trends for 2025*. <https://innovatureinc.com>

Insight Dentsu. (2025). *Artificial intelligence actual impact - 2025 media trends*. <https://insight.dentsu.com>

Intelliarts. (2025). *Automation and AI in marketing statistics of 2025*. <https://intelliarts.com>

Interdependence. (2025). *The future of PR: How AI is revolutionizing media outreach in 2025*. <https://interdependence.com>

Introl. (2025). *Indonesia AI revolution: \$10.88B market attracts global tech giants*. <https://introl.com>

IoT Analytics. (2025). *Number of connected IoT devices growing 13% to 18.8 billion globally*. <https://iot-analytics.com/number-connected-iot-devices/>

IoT Now News & Reports. (2025). *The dynamic convergence of 5G, IoT and AI*. <https://iot-now.com>

IoT Tech Expo. (2025). *Why the convergence of the IoT, big data and AI will drive the next technological revolution*. <https://iottechexpo.com>

IPRAHUMAS Indonesia. (2025, April 17). *Sebagai upaya memperkuat kapasitas pengelolaan media sosial instansi pemerintah* [Post]. <https://iprahumas.id>

Ironhack. (2025). *AI skills EVERY professional needs in 2025*. <https://medium.com>

IT Pro. (2025). *These are the top 'soft skills' your business needs to succeed with AI*. <https://www.itpro.com/business/business-strategy/these-are-the-top-soft-skills-your-business-needs-to-succeed-with-ai>

Ithaka S+R. (2025). *Making AI generative for higher education*. <https://sr.ithaka.org>

JCOM. (2025). *Science communication in the age of artificial intelligence*. <https://jcom.sissa.it>

Jin, Y., Yan, L., Echeverria, V., Gašević, D., & Martinez, R. (2024). *Generative AI in higher education: A global perspective of institutional adoption policies and guidelines*. arXiv. <https://arxiv.org/abs/2405.12202>

Joki Tugas. (2025, August 8). *Menambahkan materi skripsi ilmu komunikasi* [Post]. X. <https://t.co/uwwcAPs4mC>

Journal of Communication. (2025). *Artificial intelligence and the future of media between opportunities and challenges*. <https://trendsresearch.org>

Journal.uhamka.ac.id. (2025). *Penyusunan standar kompetensi dasar human-machine interaction*. <https://journal.uhamka.ac.id/index.php/solma/article/view/18755>

Jurnal Peneliti. (2025). *Hubungan antara literasi digital dan persepsi mahasiswa*. <https://www.jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/download/12159/8510>

Jurnal Univ45sby. (2025). *Transformasi pengembangan sumber daya manusia di era AI*. <https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/Inisiatif/article/download/3525/3167/12045>

Jurnalteknodik Kemdikbud. (n.d.). *Artificial intelligence, literasi digital, evaluasi pembelajaran*. <https://jurnalteknodik.kemdikbud.go.id>

Kalantzis, M. (2025). *Literacy in the time of artificial intelligence*. *Journal of the International Literacy Association*. <https://ila.onlinelibrary.wiley.com>

Kemenag Nambas. (n.d.). *Artificial intelligence (AI) dalam pendidikan*. <https://kemenaganambas.id>

- KPMG International. (2025). *Trust, attitudes and use of artificial intelligence*. <https://assets.kpmg.com>
- Komdigi. (2025). *Membangun ekosistem AI di Indonesia untuk 2030*. <https://komdigi.go.id>
- Komdigi. (2025). *Pemerintah perkuat sinergi dengan kampus optimalkan AI*. <https://komdigi.go.id>
- Kompasiana. (2025). *Artificial intelligence (AI) di kalangan mahasiswa: Antara tantangan dan peluang*. <https://www.kompasiana.com/cindyckp2249/6842985dc925c446f67116b2/artificial-intelligence-ai-di-kalangan-mahasiswa-antara-tantangan-dan-peluang>
- Kumparan. (2025). *Apa itu literasi AI? Pengertian dan fungsi pentingnya*. <https://kumparan.com/berita-terkini/apa-itu-literasi-ai-pengertian-dan-fungsi-pentingnya-250gBve8uBA>
- Kumparan. (2025). *Sinergi dosen dan teknologi: Peran AI dalam pengembangan kompetensi profesional*. <https://kumparan.com/onlinesyafa/sinergi-dosen-dan-teknologi-peran-ai-dalam-pengembangan-kompetensi-profesional-25dM8F5MjSB>
- Kurikulum Kemdikbud. (2025). *Naskah akademik pembelajaran koding dan kecerdasan artifisial pada pendidikan dasar dan menengah*. https://kurikulum.kemdikbud.go.id/file/1741766787_manage_file.pdf
- LeewayHertz. (2025). *AI in media and entertainment: Use cases, benefits and solution*. <https://leewayhertz.com>
- LinkedIn. (2025). *Discover thousands of collaborative articles on 2500+ skills*. <https://linkedin.com>
- LinkedIn. (2025). *AI literacy 2025: Building an inclusive and ethical AI future for Indonesia*. <https://linkedin.com>
- Lo, L. (2025). *AI literacy: A guide for academic libraries*. *College & Research Libraries News*. <https://crln.acrl.org>
- Luminous PR. (2025). *AI's impact on the media and the sacred client-PR-journalist relationship*. <https://luminouspr.com>
- M1-Project. (2025). *The best AI marketing solutions for 2025*. <https://m1-project.com>
- Marketing AI Institute. (2025). *The World Economic Forum's Future of Jobs Report just dropped—and it's sending a worrying message about AI*. <https://marketingaiinstitute.com>
- McKinsey. (2025). *AI in the workplace: A report for 2025*. <https://mckinsey.com>
- McKinsey. (2025). *The state of AI: Global survey*. <https://mckinsey.com>

- McKinsey. (2025). *McKinsey technology trends outlook 2025*. <https://mckinsey.com>
- MDPI. (2025). *Integration of AI, big data, and ICT into emerging technologies*. <https://mdpi.com>
- MDPI. (2025). *The impact of artificial intelligence on communication dynamics*. <https://mdpi.com>
- MDPI. (2025). *From sensors to data intelligence: Leveraging IoT, cloud, and edge computing*. <https://mdpi.com>
- MDPI. (2025). *AI literacy in achieving sustainable development goals*. <https://doi.org>
- MDPI. (2025). *Artificial intelligence and journalism education in higher education*. <https://mdpi.com>
- Media Akademik. (2025). *Dampak kecerdasan buatan terhadap digitalisasi dan kinerja sumber daya manusia*. <https://jurnal.mediaakademik.com/index.php/jma/article/download/777/722/2315>
- Medium. (2025). *AI and journalism in the Global South: Key challenges and risks*. <https://medium.com>
- Medium. (2025). *Indonesia in the AI surge: What the 2025 global trends mean for Indonesia*. <https://medium.com>
- Meltwater. (2025). *How does AI in public relations work?* <https://meltwater.com>
- Miami University. (2025). *The science of connection: How AI, data, and communications are converging*. <https://sites.miamioh.edu>
- Mohamed bin Zayed University of Artificial Intelligence. (2025). *Mohamed bin Zayed University of Artificial Intelligence*. Wikipedia. https://en.wikipedia.org/wiki/Mohamed_bin_Zayed_University_of_Artificial_Intelligence
- Nasscom Insights. (2025, August 26). *AI skills are in high demand* [Post]. X. <https://t.co/kcOnzqj4aV>
- National University. (2025). *131 AI statistics and trends for (2024)*. <https://nu.edu>
- Nature. (2025). *Artificial intelligence in communication impacts language and social relationships*. <https://nature.com>
- Nature. (2025). *Navigating the perils of artificial intelligence: A focused review on ChatGPT*. <https://nature.com>
- Nature. (2025). *Impact of artificial intelligence on human loss in decision making, laziness, and privacy concerns*. <https://nature.com>

New America. (2025). *The landscape of existing frameworks*. <https://www.newamerica.org/oti/reports/exploring-paths-to-a-us-digital-skills-framework/the-landscape-of-existing-frameworks/>

NVIDIA. (2025). *State of AI in telecom 2025 survey report*. <https://nvidia.com>

NUJ. (2025). *Artificial intelligence: Journalism before algorithms*. <https://nuj.org.uk>

Observer. (2025). *The future of tech PR: Navigating AI, ethics and digital disruption*. <https://observer.com>

OECD. (2025). *Artificial intelligence and education and skills*. <https://oecd.org>

OECD. (2025). *Trends shaping education 2025*. <https://oecd.org>

Online UC. (2025). *9 benefits of artificial intelligence (AI) in 2025*. <https://online.uc.edu>

Open Government Asia. (2025). *Indonesia: Public input, digital literacy to empower AI future*. <https://opengovasia.com>

Opened Culture. (2025). *Dimensions of AI literacies*. <https://openedculture.org>

Paradigma Nasional. (2025). *Kompetensi SDM di era AI: Pilar keunggulan bersaing di tengah disrupsi teknologi*. <https://paradigmanasional.id/kompetensi-sdm-di-era-ai-pilar-keunggulan-bersaing-di-tengah-disrupsi-teknologi/>

Pasartrainer. (2025). *Sertifikasi di era AI*. <https://pasartrainer.com/blog/sertifikasi-di-era-ai>

Penerbit Yaguwipa. (2025). *Pendidikan di era AI: Literasi digital sebagai kunci keberhasilan*. <https://penerbityaguwipa.id>

Pew Research Center. (2025). *Views of risks, opportunities and regulation of AI*. <https://pewresearch.org>

Pew Research Center. (2025). *Improvements ahead: How humans and AI might evolve together*. <https://pewresearch.org>

Pew Research Center. (2025). *US public and AI experts survey*. <https://pewresearch.org>

PPG Dikdasmen. (n.d.). *Peranan kecerdasan buatan (artificial intelligence) dalam pendidikan*. <https://ppg.dikdasmen.go.id>

PR Daily. (2025). *These were communicators' biggest surprises of 2025 so far*. <https://www.prdaily.com/these-were-communicators-biggest-surprises-of-2025-so-far/>

Precedenceresearch. (2025). *AI in IoT market size to surpass USD 161.93 billion by 2034*. <https://precedenceresearch.com>

PRlab. (2025). *150+ PR statistics you need to understand the industry in 2025*. <https://prlab.co>

- PRlab. (2025). *PR and AI: 21 ways artificial intelligence is changing the PR game*. <https://prlab.co>
- PRSA. (2025). *Creative collaborators: How AI is driving PR innovation*. <https://prsa.org>
- PRSA. (2025). *How AI will revolutionize comms in 2025*. <https://www.prsa.org/article/how-ai-will-revolutionize-comms-in-2025-ST-JAN25>
- PubMed Central. (2025). *The dual nature of AI in information dissemination*. <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov>
- Pusdikra Publishing. (2025). *Evaluasi literasi kecerdasan buatan definisi*. <https://pusdikra-publishing.com/index.php/jrss/article/download/683/593/2191>
- PwC. (2025). *Perspectives: Global E&M outlook 2025–2029*. <https://www.pwc.com/gx/en/issues/business-model-reinvention/outlook/insights-and-perspectives.html>
- PwC. (2025). *The fearless future: 2025 global AI jobs barometer*. <https://pwc.com>
- Ragan. (2025). *Comms professionals' predictions for AI in 2025*. <https://ragan.com>
- REFO Indonesia. (2025). *Keterampilan AI non-teknis yang wajib dikuasai*. <https://www.refoindonesia.com/en/keterampilan-ai-non-teknis-yang-wajib-dikuasai-2/>
- REFO Indonesia. (n.d.). *AI for learning archives*. <https://refoindonesia.com>
- Research AIMultiple. (2025). *100+ AI use cases with real life examples in 2025*. <https://research.aimultiple.com>
- Research AIMultiple. (2025). *Generative AI ethics in 2025: Top 6 concerns*. <https://research.aimultiple.com>
- ResearchGate. (2025). *Persepsi mahasiswa terhadap penggunaan kecerdasan buatan (AI) dalam pengembangan kompetensi MSDM*. <https://www.researchgate.net/publication/392185154> Persepsi Mahasiswa terhadap Penggunaan Kecerdasan Buatan AI dalam Pengembangan Kompetensi MSDM
- ResearchGate. (2025). *Strategi pembelajaran perguruan tinggi di era artificial intelligence (AI)*. <https://www.researchgate.net/publication/383958493> Strategi Pembelajaran Perguruan Tinggi di Era Artificial Intelligence AI
- ResearchGate. (2025). *Analisis pemanfaatan artificial intelligence (AI) menggunakan Chat GPT terhadap kualitas akademik mahasiswa*. <https://www.researchgate.net/publication/385683361> Analisis Pemanfaatan Artificial Intelligence AI Menggunakan Chat GPT Terhadap Kualitas Akademik Mahasiswa

Türksoy, N. (2022). The future of public relations, advertising and journalism: how artificial intelligence may transform the communication profession and why society should care?. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, (40), 394-410.

Ramarajan, M., Dinesh, A., Muthuraman, C., Rajini, J., Anand, T., & Segar, B. (2024). AI-driven job displacement and economic impacts: ethics and strategies for implementation. In *Cases on AI ethics in business* (pp. 216-238). IGI Global Scientific Publishing.

Prasad, Ramya & Makesh, Deepa. (2024). Impact of AI on Media & Entertainment Industry. https://www.researchgate.net/publication/381654818_Impact_of_AI_on_Media_Entertainment_Industry

Paul, Joel. (2024). AI, 5G, and IoT: How These Technologies Are Creating the Perfect Storm for Smart Systems. https://www.researchgate.net/publication/385855348_AI_5G_and_IoT_How_These_Technologies_Are_Creating_the_Perfect_Storm_for_Smart_Systems

Reuters. (2025, June 9). *WPP media cuts 2025 global advertising revenue growth forecast to 6% on trade concerns*. <https://www.reuters.com/business/media-telecom/wpp-media-cuts-2025-global-advertising-revenue-growth-forecast-6-trade-concerns-2025-06-09/>

Reuters Institute. (2025). *AI and the future of news*. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk>

Reuters Institute. (2025). *Journalism, media, and technology trends and predictions 2025*. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk>

Reuters Institute. (2025). *Journalism, media, and technology trends and predictions 2024*. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk>

RIGGS. (n.d.). *Literasi AI sebagai keterampilan abad 21*. <https://journal.ilmudata.co.id>

RingCentral. (2025). *The state of AI in business communications*. <https://www.ringcentral.com/us/en/blog/the-state-of-ai-in-business-communications-key-insights-from-ringcentrals-2025-trends-report/>

Ronntorossian. (2025). *The changing landscape of media relations in 2025: Adapting to the digital age*. <https://ronntorossian.com/the-changing-landscape-of-media-relations-in-2025-adapting-to-the-digital-age/>

Ronntorossian. (2025). *Corporate communications trends in 2025: Navigating a future of AI and hyper-personalization*. <https://ronntorossian.com>

Ronntorossian. (2025). *How AI and automation will shape public relations in 2025*. <https://ronntorossian.medium.com>

RRI. (2025). *Integrasi AI dalam pendidikan, kebutuhan mendesak*. <https://rri.co.id/ipitek/1699457/integrasi-ai-dalam-pendidikan-kebutuhan-mendesak>

Ruepoint. (2025). *Communication in 2025: Expert predictions and best practices*.
<https://ruepoint.com>

S3pendains FMIPA Unesa. (n.d.). *Literasi AI: Bukan sekadar pilihan, tapi tindakan kritis di era digital*. <https://s3pendains.fmipa.unesa.ac.id/post/literasi-ai-bukan-sekadar-pilihan-tapi-tindakan-kritis-di-era-digital>

Sandtech. (2025). *AI and the future of work: Insights from the World Economic Forum's Future of Jobs Report 2025*. <https://sandtech.com>

ScienceDirect. (2025). *Revisiting PR professionalism and ethics in the generative AI era*.
<https://sciencedirect.com>

ScienceDirect. (2025). *Navigating the nexus of AI and IoT: A comprehensive review of data*.
<https://sciencedirect.com>

ScienceDirect. (2025). *Integration of data science with the intelligent IoT (IIoT)*.
<https://sciencedirect.com>

ScienceDirect. (2025). *AI revolutionizing industries worldwide: A comprehensive overview*.
<https://sciencedirect.com>

ScienceDirect. (2025). *A multinational assessment of AI literacy among university students*.
<https://sciencedirect.com>

ScienceDirect. (2025). *Conceptualizing AI literacy: An exploratory review*.
<https://sciencedirect.com>

ScienceDirect. (2025). *Academic communication with AI-powered language tools in higher education*. <https://sciencedirect.com>

ScienceDirect. (2025). *Generative AI in higher education: A global perspective of institutional adoption*. <https://sciencedirect.com>

ScienceDirect. (2025). *AI and contemporary challenges: The good, bad and the scary*.
<https://sciencedirect.com>

ScienceDirect. (2025). *"If it can be done, it will be done:" AI ethical standards and a dual challenge*. <https://sciencedirect.com>

Sequencr AI. (2025). *Essential skills for 2025: Staying ahead in the generative AI-driven workplace*. <https://sequencr.ai>

Sequencr AI. (2025). *Key generative AI statistics and trends for 2025*. <https://sequencr.ai>

SevenLetter. (2025). *Must know AI tools for communicators in 2025*. <https://sevenletter.com>

SFS Georgetown. (2025). *Five key issues to watch in AI in 2025*. <https://sfs.georgetown.edu>

Siberkreasi. (2025). *Apa itu kecerdasan buatan? Inilah pengertian dan penjelasannya*. <https://gnld.siberkreasi.id/apa-itu-kecerdasan-buatan-inilah-pengertian-dan-penjasannya/>

Sinch. (2025). *97% of businesses to use AI in customer communications in 2025, but are consumers ready for it?* <https://sinch.com/news/97-of-businesses-to-use-ai-in-customer-communications-in-2025-but-are-consumers-ready-for-it/>

SmartDev. (2025). *The convergence of AI and IoT in 2025*. <https://smartdev.com>

SmartOSC. (2025). *10 real-life AI in marketing examples and use cases*. <https://smartosc.com>

Solveo. (2025). *AI-powered marketing in 2024: A benchmarking report for 2025*. <https://solveo.co>

SPD Tech. (2025). *Innovative impact of AI and IoT on businesses in 2025*. <https://spd.tech>

Sprout Social. (2025). *80+ must-know social media marketing statistics for 2025*. <https://sproutsocial.com>

Stanford HAI. (2025). *The 2025 AI index report*. <https://hai.stanford.edu>

Statista. (2025). *Social media and artificial intelligence (AI) - statistics & facts*. <https://statista.com>

Statista. (2025). *Artificial intelligence - Indonesia | Market forecast*. <https://statista.com>

Stephen's Lighthouse. (2025). *The 5 dimensions of AI literacy*. <https://stephenslighthouse.com>

SUNY New Paltz. (2025). *2025 articles & resources*. <https://hawksites.newpaltz.edu>

SurveyMonkey. (2025). *28 AI marketing statistics you need to know in 2025*. <https://surveymonkey.com>

Taldio. (2025). *AI untuk dosen: Solusi untuk pendidikan tinggi yang efisien*. <https://taldio.com/blog/ai-untuk-dosen/>

Tandfonline. (2025). *The application of artificial intelligence in health communication*. <https://tandfonline.com>

Tandfonline. (2025). *Defining, enhancing, and assessing artificial intelligence literacy and competency in K-12 education from a systematic review*. <https://tandfonline.com>

Tandfonline. (2025). *Uses of generative AI in the newsroom: Mapping journalists' perceptions of perils and possibilities*. <https://tandfonline.com>

Tandfonline. (2025). *How journalism researchers navigate the AI hype*. <https://tandfonline.com>

Lampiran: Contoh RPS Mata Kuliah AI untuk Ilmu Komunikasi

Identitas Mata Kuliah

- **Nama Mata Kuliah:** Artificial Intelligence untuk Ilmu Komunikasi
- **Kode Mata Kuliah:** KOM-XXX
- **Bobot SKS:** 3 SKS
- **Semester:** 5
- **Mata Kuliah Prasyarat:** Dasar-dasar Ilmu Komunikasi, Literasi Digital

Deskripsi Singkat

Mata kuliah ini membekali mahasiswa Ilmu Komunikasi dengan keterampilan praktis dan pemahaman kritis tentang penerapan teknologi Artificial Intelligence (AI) dalam bidang komunikasi. Mahasiswa akan mempelajari konsep dasar AI, Natural Language Processing (NLP), analisis data, hingga implementasi AI dalam pembuatan konten, analisis sentimen, dan monitoring isu media. Pendekatan pembelajaran bersifat **pragmatis**, dengan fokus pada interaksi langsung mahasiswa dengan alat dan platform AI.

Capaian Pembelajaran

Capaian Lulusan

Mahasiswa mampu:

1. Menjelaskan konsep dan prinsip dasar AI serta relevansinya dengan komunikasi.
2. Mengoperasikan alat AI untuk analisis teks, pembuatan konten, dan monitoring media.
3. Mengkritisi implikasi etis dan sosial dari penggunaan AI dalam komunikasi.
4. Menghasilkan proyek komunikasi berbasis AI yang aplikatif.

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)

1. **Pengetahuan:** Memahami definisi, sejarah, dan perkembangan AI dalam konteks komunikasi.
2. **Keterampilan Umum:** Mampu menggunakan metode blended learning untuk menguasai perangkat AI.
3. **Keterampilan Khusus:** Mengembangkan kampanye komunikasi berbasis data menggunakan teknologi AI.
4. **Sikap:** Menunjukkan sikap kritis, etis, dan kolaboratif dalam proyek komunikasi berbasis AI.

Materi Pembelajaran

Minggu	Topik	Subtopik	Metode
1	Pengantar AI & Ilmu Komunikasi	Definisi, sejarah, tren AI	Ceramah, diskusi
2–3	NLP untuk Komunikasi	Sentiment analysis, text classification	Praktikum
4–5	AI Content Generation	Teks, gambar, video dengan AI	Workshop
6	Analisis Data Komunikasi	Big data, visualisasi, media analytics	Praktikum
7–8	Studi Kasus	PR crisis monitoring, brand sentiment	Studi kasus kolaboratif
9–10	Etika & Regulasi AI	Bias, privasi, transparansi	Diskusi kritis
11–12	Microcredentials Project	Platform AI tertentu (mis. ChatGPT, MidJourney)	Mandiri & supervisi
13–14	Proyek Akhir	Kampanye komunikasi berbasis AI	Bimbingan proyek
15	Presentasi Proyek	Penilaian dan refleksi	Presentasi
16	Ujian Akhir Semester	Evaluasi teori & praktik	Tes & laporan

Metode Pembelajaran

- **Blended Learning:** Perpaduan pertemuan tatap muka dan pembelajaran daring.
- **Experiential Learning:** Praktik langsung penggunaan alat AI.
- **Project-Based Learning:** Tugas kolaboratif membangun kampanye komunikasi berbasis AI.
- **Microcredentials:** Sertifikasi keterampilan AI tertentu sebagai bagian dari penilaian.

Penilaian

Komponen	Bobot
Tugas & Praktikum	30%
Studi Kasus	20%
Proyek Akhir (Produk & Presentasi)	30%
UAS	20%

Tugas Besar/Proyek Akhir

Mahasiswa secara berkelompok membuat kampanye komunikasi (misalnya kampanye PR atau pemasaran) menggunakan teknologi AI untuk pembuatan konten, analisis sentimen, dan monitoring media. Produk akhir mencakup laporan analisis, strategi kampanye, serta presentasi.

Lampiran: Daftar tools dan platform AI yang relevan

Adopsi AI di ranah komunikasi dan pendidikan telah meningkat tajam: misalnya, 75 % profesional PR telah mengintegrasikan AI dalam alur kerja mereka pada pertengahan 2025 — naik dari 28 % di 2023 ([Axios](#)). Keputusan memilih alat AI tidak sekadar tren, melainkan kebutuhan strategis: meningkatkan efisiensi, kreativitas, serta kapabilitas adaptif di era digital.

Meski demikian, sering muncul dilema—antara manfaat produktivitas dan risiko privasi/etika. Misalnya, penggunaan AI pendidikan gratis maupun consumer-grade (OpenAI, Google, startup kecil) menimbulkan kekhawatiran bahwa data siswa bisa digunakan sebagai data latih, serta rentan terhadap serangan siber ([Axios](#)). Maka, penting agar tools dan platform dipilih dengan mempertimbangkan aspek legal, keamanan, dan transparansi data.

Kategori Tools AI Utama yang Relevan untuk Ilmu Komunikasi

Berdasarkan tinjauan artikel dan analisis hingga Agustus 2025, berikut kategori tools yang paling relevan:

AI Chatbot dan Asisten Generatif

- **Claude (Anthropic)** – interaksi manusiawi, penulisan kode, integrasi context luas ([TechRadar](#), [Tom's Guide](#))
- **Google Gemini** – akses data real-time, dukungan multimodal, integrasi erat dengan ekosistem Google ([Tom's Guide](#))
- **Microsoft Copilot** – sinergi dengan Microsoft 365, voice & image generation via DALL-E ([Tom's Guide](#))
- **Perplexity** – pencarian berbasis AI dengan sumber referensi real-time ([Tom's Guide](#))
- **xAI's Grok** – model multimodal terbuka, pencarian real-time, fitur “spicy” namun kontroversial ([Tom's Guide](#))

Konten Visual, Video, dan Desain AI

- **Synthesia, DeepBrain** – generator video otomatis (avatar, narasi) ([TechRadar](#))
- **Canva Magic Studio, Midjourney, Imagen 3, Adobe Firefly** – desain grafis / visual content generation ([TechRadar](#))
- **Google Veo** – video generasi AI (8 detik dengan audio) tersedia untuk mahasiswa melalui rencana AI Pro ([Android Central](#))

Pembelajaran & Pendidikan AI-driven

- **MagicSchool AI, Education Co-Pilot** – solusi AI adaptif untuk K–12 ([TechRadar](#))
- **Khanmigo** (Khan Academy) – chatbot pendidikan berbasis GPT-4, dukungan menulis & bantuan guru, tersedia gratis untuk pendidik via Microsoft ([Wikipedia](#))

- **QANDA** – platform tutor matematika berbasis OCR dan LLM, digunakan luas (90 juta pengguna); record performa MathGPT ([Wikipedia](#))
- **Docebo Learn** – Learning Management System (LMS) berbasis AI, dengan roadmap “AI-first” dan akuisisi Edugo.AI ([Wikipedia](#))
- **Capacity, Coursebox** – AI untuk dukungan mahasiswa (chatbot, jadwal) dan konversi materi ke kursus interaktif ([Capacity](#))

Automasi dan Agensi Kreatif AI di Bidang Komunikasi

- **Omneky** – platform AI untuk generate dan optimasi iklan omnichannel secara otomatis; kini tersedia di AWS Marketplace ([Wikipedia](#))
- **Adobe Agent Orchestrator** – agent otomatis untuk analisis data, konten, dan saluran komunikasi; telah digunakan oleh brand besar ([theaustralian.com.au](#))

Produktivitas, Research & Knowledge Management

- **Notion AI** – drafting dokumen otomatis, meeting notes, personalisasi antarmuka modul dikenal; memperkuat kreativitas produktif ([theverge.com](#))
- **NotebookLM** – ringkasan materi panjang, ide riset, kini disertakan di paket AI Pro Google ([Android Central](#))
- **Fathom, Jamie** – pencatat meeting otomatis dan summarizer audio/video ([Synthesia](#))
- **Perplexity, Deep Research** – riset berbasis AI dan penelusuran pesan lebih kaya sumber ([Tom's Guide](#))

Rekomendasi Praktikal untuk Integrasi di SDM Ilmu Komunikasi

Tujuan Strategis	Alat AI Rekomendasi	Manfaat Praktis
Meningkatkan literasi dan interaksi AI teknis	Claude, Microsoft Copilot, Perplexity	Interaktivitas tinggi; riset dan pembuatan konten
Kreativitas visual dan storytelling multimedia	Canva Magic, Synthesia, Adobe Agents, Omneky	Automasi visual, video dan iklan efektif
Pembelajaran adaptif dan modul AI dalam kurikulum	Khanmigo, MagicSchool AI, Capacity	Personalisasi pembelajaran; efisiensi waktu dosen
Dokumentasi riset dan knowledge management	Notion AI, NotebookLM	Ringkasan otomatis, mempermudah drafting akademik
Operasional komunikasi kampus/fitur mahasiswa	Docebo, Coursebox	Otomatisasi materi dan manajemen kelas
Produksi konten dan kampanye digital	Omneky, Adobe Agents	Skala cepat; multiple channel orientated

Catatan Kritis Etis & Keamanan

- **Privasi dan perlindungan data:** AI consumer tools (ChatGPT, Gemini, dsb.) memiliki kebijakan yang kurang konsisten di bidang pendidikan; gunakan versi yang edukatif atau baca Terms of Service dengan saksama ([Tom's Guide](#), [Wikipedia](#), [Wikipedia](#), [eklavya.com](#), [theverge.com](#), [Android Central](#), [Business Insider](#)).
- **Moderasi konten:** Beberapa mode seperti "Spicy" di Grok dapat menghasilkan konten yang tidak diinginkan atau kontroversial—penting untuk menekan risiko reputasi dan etika ([indiatimes.com](#)).
- **Kewajiban kritis dan keaslian:** gunakan tools seperti Kialo untuk mengembangkan berpikir kritis dan diskusi terstruktur dalam literasi digital ([Wikipedia](#)).

Penutup: Strategi Implementasi dan Keberlanjutan

Untuk memanfaatkan tools AI di prodi Ilmu Komunikasi, pertimbangkan pendekatan berikut:

1. **Seleksi berbasis kebutuhan:** pilih tools dengan core capability—visualisasi, interaksi, pembelajaran, moderator konten, riset.
2. **Pilot dan evaluasi:** uji dalam modul kecil; kumpulkan feedback dari dosen dan mahasiswa.
3. **Pelatihan dan sertifikasi SDM:** gunakan program seperti Google's AI Pro gratis untuk mahasiswa dan dosen di Indonesia ([TechRadar](#)).
4. **Kolaborasi lintas sektor:** gandeng industri (Adobe, Google, Microsoft), pemerintah (MBKM) dan kampus untuk memperkuat adopsi AI literacy.
5. **Monitoring dampak dan etika:** tetapkan indikator, misalnya efektivitas pembelajaran atau perubahan sikap literasi digital, sambil terus mengevaluasi aspek privasi dan bias algoritmik.

Lampiran: Glosarium istilah AI dan Komunikasi

A

- **A-Factor** – Instrumen psikometrik yang mengukur efektivitas kolaborasi manusia–AI, meliputi *communication effectiveness*, *creative idea generation*, *content evaluation*, dan *step-by-step collaboration*.
- **AI Competency Objective Scale (AICOS)** – Skala pengukuran objektif literasi AI, termasuk dimensi AI generatif, untuk evaluasi kemampuan mahasiswa/dosen.
- **AI Ethics** – Prinsip etis dalam penggunaan AI, mencakup privasi, keadilan, transparansi, akuntabilitas, dan keamanan.
- **AI Generatif (Generative AI)** – Model AI yang menghasilkan konten baru (teks, gambar, video, audio) berdasarkan data latih, misalnya ChatGPT, Midjourney, DALL·E.
- **AI Literacy (Literasi AI)** – Pengetahuan, keterampilan, dan sikap kritis untuk memahami, menggunakan, mengevaluasi, dan mengawasi AI secara etis dan efektif.
- **AIoT (Artificial Intelligence of Things)** – Integrasi AI dengan Internet of Things (IoT) untuk analisis data dan pengambilan keputusan otomatis.

B

- **Bias Algoritmik** – Distorsi hasil AI akibat data latih yang tidak representatif atau berpola diskriminatif.
- **Big Data** – Kumpulan data berukuran besar, beragam, dan cepat berubah yang memerlukan teknologi khusus untuk penyimpanan, pemrosesan, dan analisis.

C

- **Chatbot** – Sistem percakapan berbasis AI yang dapat berinteraksi secara otomatis dengan pengguna melalui teks atau suara.
- **Communication Data Analyst** – Profesi yang menganalisis data komunikasi menggunakan AI untuk mendapatkan wawasan strategis.

D

- **Deepfake** – Konten sintesis (video, audio, gambar) yang dimanipulasi dengan AI sehingga tampak autentik.
- **Digital Promise Framework** – Kerangka literasi AI yang fokus pada *understand*, *use*, dan *evaluate* untuk pendidikan digital.
- **Disinformasi** – Informasi palsu yang disebarkan dengan sengaja untuk menyesatkan, sering diperkuat oleh teknologi AI generatif.

E

- **Edge Computing** – Pemrosesan data dekat dengan sumbernya (misalnya perangkat IoT) untuk mengurangi latensi.

- **Explainable AI (XAI)** – Sistem AI yang dapat menjelaskan alasan di balik output atau prediksi yang dihasilkan.

F

- **Functional & Technical Dimension** – Dimensi literasi AI yang mencakup keterampilan teknis seperti produksi konten dan otomasi tugas.

G

- **Generative AI Literacy** – Kompetensi khusus dalam menggunakan AI generatif secara efektif dan etis, termasuk *prompt engineering*.

H

- **Hallucination (AI)** – Fenomena AI menghasilkan informasi yang salah atau tidak akurat namun terdengar meyakinkan.
- **Human–Machine Communication (HMC)** – Interaksi komunikasi antara manusia dan AI yang menggabungkan aspek teknis, kognitif, afektif, dan sosial.

I

- **Internet of Things (IoT)** – Jaringan perangkat yang terhubung ke internet untuk mengumpulkan dan bertukar data.
- **Integrasi AI dalam Kurikulum** – Proses memasukkan kompetensi literasi AI dalam pembelajaran formal untuk menyesuaikan dengan kebutuhan industri.

K

- **Keahlian Domain AI** – Kemampuan menggunakan AI untuk kebutuhan spesifik bidang tertentu, misalnya periklanan, PR, atau jurnalisme.
- **Kognitif Berorientasi Mesin** – Kompetensi berpikir kritis dan bernalar dalam memanfaatkan AI tanpa kehilangan esensi humanistik.

L

- **Large Language Model (LLM)** – Model AI berparameter besar yang dilatih untuk memproses dan menghasilkan bahasa alami, misalnya GPT-4.
- **Literasi AI Generatif** – (lihat Generative AI Literacy)

M

- **MAILS Framework** – Kerangka literasi AI yang mencakup *understand, use & apply, detect, create, ethics, dan self-efficacy*.
- **Machine Learning** – Cabang AI yang membuat sistem dapat belajar dari data tanpa diprogram secara eksplisit.
- **Mass Personalization** – Personalisasi konten atau komunikasi secara masif menggunakan AI dan big data.

N

- **Natural Language Processing (NLP)** – Cabang AI yang memproses, memahami, dan menghasilkan bahasa manusia.
- **News Automation** – Otomatisasi pembuatan berita menggunakan AI.

P

- **Prompt Engineering** – Teknik menyusun instruksi (prompt) agar AI menghasilkan output yang diinginkan.
- **Psikometrik AI** – Pengukuran kemampuan atau interaksi manusia dengan AI menggunakan metode psikometri.

R

- **Rekomendasi Konten** – Sistem berbasis AI yang menyarankan konten kepada pengguna berdasarkan perilaku dan preferensi mereka.
- **Roadmap Literasi AI** – Rencana strategis pengembangan kompetensi AI di suatu institusi atau negara.

S

- **Sentiment Analysis** – Analisis berbasis AI untuk mengidentifikasi emosi atau opini dalam teks.
- **Smart Signage** – Media informasi digital yang dapat menyesuaikan konten secara otomatis berdasarkan data AI.

T

- **Task Automation** – Penggunaan AI untuk mengotomatisasi tugas rutin.
- **Transparansi AI** – Upaya menjelaskan cara kerja dan keputusan yang diambil oleh AI kepada pengguna.

Tentang Penulis



Onno W. Purbo, saat ini bertugas sebagai rektor di Institut Teknologi Tangerang Selatan (ITTS). Onno memperoleh gelar Ph.D bidang Electrical Engineering dari University of Waterloo, Canada, adalah seorang copyleft, educator dan ICT evangelist. Dia sudah mempublikasikan 50++ buku, termasuk free ICT ebook untuk sekolah tahun 2008. Beberapa buku terakhirnya adalah "Internet-TCP/IP: Konsep Dan Implementasi", 2018; "Sistem Operasi, Konsep Dan Membuat Linux OpenWRT Dan ROM Android", 2019; "IPv6 Untuk Mendukung Operasi Jaringan Dan Domain Name System", 2019; "Kubernetes untuk Pemula", 2024 dan "Membuat Operator Seluler 5G Sendiri", 2024. Dia memimpin sambungan pertama Internet di Institut Teknologi Bandung, tahun 1993-2000, dan menggunakannya untuk membuat jaringan Internet pendidikan yang pertama di

Indonesia. Dia membebaskan frekuensi WiFi, memperkenalkan RT/RW-net, antenna Wajanbolic dan jaringan selular OpenBTS dan private 5G sendiri. Dia memimpin jaringan telepon pertama di atas Internet, VoIP Merdeka, yang kemudian hari dikenal sebagai VoIP Rakyat berbasis SIP dan menggunakan kode area +62520 dan +62521. Dia saat ini aktif memperkenalkan e-Learning, dan menjalankan server e-Learning di <http://lms.onnocenter.or.id/moodle/> 66,000++ siswa / mahasiswa dan <https://opencourse.itts.ac.id> 36.000+ mahasiswa secara gratis. Email: onno@indo.net.id