BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*/AI) telah membuka peluang baru bagi manusia untuk mengekspresikan diri, khususnya melalui pembentukan representasi digital yang semakin menyerupai dunia nyata. Salah satu fenomena menonjol di era digital saat ini adalah pemanfaatan *prompt* AI (berupa instruksi teks) untuk menghasilkan gambar, avatar, atau profil digital sesuai dengan imajinasi dan keinginan pengguna. Melalui berbagai platform seperti ChatGPT, Gemini, atau Character.AI, seseorang dapat menciptakan citra diri virtual yang dapat mencerminkan bahkan menggantikan identitas aslinya. Fenomena ini semakin menarik untuk dikaji ketika dikaitkan dengan Generasi Z (Gen Z), generasi yang tumbuh dalam lingkungan serba digital dan memiliki keterikatan emosional dengan teknologi, terutama dalam proses pembentukan identitas serta interaksi sosial di dunia maya (Prensky, 2001). *Prompt* AI tidak hanya berperan sebagai alat bantu pembuatan konten, tetapi juga menjadi medium bagi individu untuk mengeksplorasi dan membangun ulang representasi diri mereka di ranah virtual. Hal ini sejalan dengan pandangan Turkle (2011) yang menyatakan bahwa teknologi digital memungkinkan individu untuk bereksperimen dengan identitas diri, serta menurut Don Ihde (1990) yang menekankan peran teknologi sebagai mediator pengalaman manusia.

Kecerdasan buatan (AI) berpotensi menjadi sarana yang mendukung pengembangan kemampuan individu, khususnya dalam membantu generasi muda mengasah kreativitas, meningkatkan produktivitas, serta memperluas wawasan di era global yang saling terhubung. AI juga memungkinkan berbagai pekerjaan dilakukan dengan lebih efektif dan efisien (Wahyudi, 2023). Bagi Generasi Z, penggunaan AI tidak semata-mata dimanfaatkan untuk menciptakan profil yang ideal atau estetis, tetapi juga untuk memciptakan versi alternatif dari diri mereka yang mungkin lebih percaya diri, menarik, atau sesuai dengan citra diri yang

diinginkan. Proses ini membuka ruang refleksi mengenai bagaimana identitas virtual dikonstruksi, dipengaruhi, dan bahkan dibentuk secara berlebihan melalui interaksi dengan teknologi AI. Fenomena ini menegaskan bahwa batas antara dunia nyata dan dunia virtual semakin kabur, menjadikan identitas digital sebagai ruang eksperimentasi bagi Gen Z dalam memahami, membangun, serta menegosiasikan jati diri mereka di tengah dinamika sosial dan budaya yang terus berkembang.

Turkle (2011) mengungkapkan kekhawatiran bahwa teknologi digital (termasuk AI dan media sosial) membuat individu membangun *self-presentation* yang ideal, menjauh dari identitas autentik. Namun, di sisi lain, AI juga dapat dipandang sebagai sarana pemberdayaan diri yang membuka peluang eksplorasi identitas secara aman dan kreatif, sehingga berfungsi layaknya laboratorium identitas virtual. Melalui respons terhadap *prompt* pengguna, AI bertindak sebagai "cermin kreatif" yang mampu mengubah imajinasi dan deskripsi abstrak Gen Z menjadi bentuk nyata seperti profil avatar, *feed* media sosial yang terkurasi, atau persona dalam *role-playing*. Proses ini kemudian memunculkan pertanyaan penting, sejauh mana profil virtual yang diciptakan bersama AI masih mencerminkan keaslian diri, dan pada titik mana ia berubah menjadi *alter ego* yang sepenuhnya dimediasi oleh mesin.

Melalui pendekatan netnografi, penelitian ini berupaya memahami bagaimana Generasi Z menggunakan *prompt* AI dalam membentuk representasi diri dan *alter ego* mereka di ruang virtual. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengamati secara mendalam praktik digital, interaksi, dan makna yang dikonstruksi pengguna dalam komunitas daring. Kajian ini penting karena dapat mengungkap dinamika identitas di era teknologi generatif, sebuah fenomena yang tidak hanya merefleksikan perubahan perilaku individu, tetapi juga transformasi budaya digital secara luas. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman tentang bagaimana teknologi AI berperan dalam proses pembentukan identitas virtual Generasi Z, serta bagaimana praktik penggunaan *prompt* mencerminkan negosiasi antara realitas, fantasi, dan aspirasi diri di dunia digital.

Fenomena ini memunculkan beragam persoalan, mulai dari bagaimana Generasi Z memaknai serta mengelola perbedaan antara identitas asli dan identitas virtual mereka, hingga dampak jangka panjang dari perubahan representasi diri yang dipengaruhi oleh teknologi AI. Ini juga berkaitan dengan cara masyarakat global menilai dan menerima keberadaan entitas digital yang diciptakan melalui kecerdasan buatan, serta peran media sosial dan budaya digital dalam mendorong bahkan memperkuat pembentukan *alter ego* tersebut. Survei terhadap 2.000 orang oleh OnePoll untuk Lenovo menunjukkan bahwa 46% Gen Z merasa diri online mereka sangat berbeda dari diri offline. Meski survei ini tidak secara spesifik menyoroti penggunaan AI, temuan tersebut mengindikasikan adanya kebutuhan Gen Z untuk membentuk representasi diri yang berbeda di ruang digital. Salah satu alat yang kini banyak digunakan untuk keperluan ini adalah prompt AI generatif, sehingga penelitian mengenai representasi diri dan alter ego dalam konteks penggunaan prompt AI oleh Gen Z menjadi relevan untuk dikaji lebih lanjut.

Pemanfaatan AI sebagai sarana representasi diri turut memunculkan berbagai pertanyaan etis dan sosial terkait keaslian serta keberadaan identitas manusia di ranah digital. Apakah profil virtual yang dihasilkan melalui AI masih bisa dianggap sebagai refleksi autentik dari diri seseorang, atau justru menjadi bentuk pelarian dari realitas sosial yang menekan. Fenomena ini menunjukkan bagaimana teknologi berperan dalam membentuk cara individu memandang diri sendiri dan orang lain, sekaligus membuka ruang baru bagi proses konstruksi makna identitas di dunia maya. Pendekatan netnografi menjadi relevan untuk mendalami praktik budaya digital ini. Netnografi memungkinkan pengamatan dan analisis terhadap interaksi serta praktik penggunaan *AI prompting* secara mendalam dalam komunitas *online* Gen Z. Melalui studi ini, diharapkan dapat diungkap bagaimana representasi diri *alter ego* dibentuk, dimanifestasikan, dan dipersepsikan di dunia maya, khususnya dalam ranah pembuatan profil virtual.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dalam hasil survei internet APJII 2025. Dari 8.700 responden yang disurvei, 27,34 persen menyatakan telah menggunakan AI. Angka ini naik dari tahun sebelumnya, yakni 24,73 persen.

Kelompok usia yang paling banyak menggunakan AI adalah generasi Z, yakni 43,7 persen, dan milenial sebanyak 22,3 persen. Generasi yang berkembang hingga masa kini dikenal sebagai Generasi Z, yang memiliki karakteristik kecerdasan berbeda dibandingkan generasi-generasi sebelumnya. Pesatnya perkembangan kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*/AI) telah memberikan pengaruh besar terhadap berbagai aspek kehidupan, terutama bagi Gen Z. Namun, kemajuan AI juga membawa serta beragam tantangan etis dan moral yang perlu dicermati secara serius.

Lebih lanjut, data dari APJII (2025) mengungkap bahwa di antara berbagai keperluan penggunaan AI, sebesar 25,89 persen Gen Z memanfaatkan AI khusus untuk keperluan hiburan kreatif visual, yakni membuat video atau gambar. Angka ini menempatkan pembuatan konten visual sebagai kebutuhan terbesar kedua setelah pembelajaran (48,89 persen). Sejalan dengan riset internasional yang dilakukan oleh Adobe melalui survei pengguna AI image generator, di mana sebanyak 85 persen responden dari kalangan Gen Z termasuk dalam kategori pengguna awal (*early adopters*) alat pembuatan gambar berbasis AI (*Digital Information World*, 2024).

Data PhotoGPT (2025) mencatat bahwa sebanyak 67 persen Gen Z dan Milenial mengaku telah mencoba setidaknya satu alat foto berbasis AI dalam setahun terakhir, dengan platform seperti TikTok, Instagram Reels, dan Threads menjadi pendorong utama permintaan terhadap konten visual yang menarik dan personal. Tren ini diperkuat oleh laporan IDN *Research Institute* melalui Indonesia *Millennial and Gen Z Report (*IMGR) 2026, yang mencatat bahwa sekitar 58 persen Gen Z Indonesia telah aktif memanfaatkan AI dalam aktivitas sehari-hari mereka, termasuk untuk membuat desain sederhana dan konten visual. Peningkatan tersebut tidak terjadi secara tiba-tiba. Pasar global untuk generasi AI *image generation* tumbuh dengan *Compound Annual Growth Rate* (CAGR) sebesar 17,4 persen dan diproyeksikan melampaui nilai 900 juta dolar AS pada tahun 2024 (ArtSmart, 2024). Lonjakan ini mencerminkan bagaimana penggunaan prompt AI untuk menghasilkan foto atau gambar diri telah berkembang dari sekadar eksperimen

teknologi menjadi bagian dari praktik representasi diri sehari-hari Generasi Z di media sosial.

Penggunaan ChatGPT dan Gemini termasuk yang paling masif dibandingkan program *chat* AI lainnya. Tercatat dalam Similar Web, ChatGPT memiliki angka kunjungan bulanan sebesar 834,1 juta pengguna. Sementara itu, kunjungan bulanan Gemini hanya sekitar setengahnya yakni di angka 422,2 juta pengguna. Berikut adalah proporsi pengguna ChatGPT dan Gemini berdasarkan negaranya. Berdasarkan survei Jakpat yang dilakukan pada 6-9 Desember 2024 dengan melibatkan 1.155 responden berusia 15-27 tahun, sebagian besar dari mereka lebih banyak menghabiskan waktu luang dengan menjelajahi media sosial. Survei perusahaan riset dan analisis global, YouGov, menyebutkan, 81 persen masyarakat Indonesia aktif di media sosial. Pengguna medsos itu didominasi oleh generasi Z, kelahiran 1997-2012.

Media sosial menyediakan ruang yang fleksibel bagi Generasi Z untuk mengekspresikan diri, baik dalam membentuk citra diri maupun memilih aspek-aspek tertentu yang ingin mereka tampilkan. Generasi ini cenderung lebih leluasa mengekspresikan diri di dunia digital karena adanya kebutuhan akan validasi serta dukungan instan melalui respons langsung seperti *like*, komentar, dan *share*. Keberadaan media sosial juga membuat Gen Z merasa lebih nyaman berinteraksi dibandingkan komunikasi tatap muka, sehingga menjadi alternatif bagi mereka yang kerap merasakan kecanggungan dalam interaksi langsung. Rata-rata, Generasi Z menghabiskan sekitar tiga jam per hari di media sosial menurut laporan oleh Root Digital (2024), bahkan setengah dari mereka tercatat menggunakan platform tersebut selama empat jam atau lebih setiap harinya. Walaupun mereka tidak sepenuhnya terjebak dalam kebiasaan *doom-scrolling* atau menjadikan media sosial sebagai alat utama untuk bekerja, Gen Z tetap mengandalkannya sebagai sarana hiburan dan tempat untuk menjalin koneksi sosial.

Aplikasi berbagi video TikTok kini menjadi platform media sosial paling populer di Indonesia. Berdasarkan laporan terbaru Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) bertajuk “Survei Profil Internet Indonesia 2025”, temuan

ini diperoleh melalui wawancara tatap muka terhadap 8.700 responden WNI berusia minimal 13 tahun yang tersebar di 38 provinsi pada periode 10 April hingga 16 Juli 2025. Dari hasil survei tersebut, tercatat 35,17 persen responden menggunakan TikTok, meningkat signifikan dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya 18,61 persen. Platform ini terutama digemari oleh generasi muda, yakni Generasi Z (kelahiran 1997–2012) dan Generasi Milenial (kelahiran 1981–1996). Di antara Gen Z, 42,27 persen memilih TikTok sebagai platform utama, diikuti oleh Instagram (25,33 persen), YouTube (17,33 persen), dan Facebook (13,22 persen).

Kemajuan teknologi digital telah memunculkan bentuk baru dalam praktik representasi diri, terutama di kalangan Generasi Z yang hidup dan berkembang dalam ekosistem digital yang interaktif. Melalui platform seperti TikTok, Instagram, dll tidak hanya menampilkan identitas asli mereka, tetapi juga membangun sosok alternatif atau *alter ego* yang dianggap lebih ideal, kreatif, dan lepas dari batasan sosial di dunia nyata. Kehadiran kecerdasan buatan (AI), khususnya melalui penggunaan *prompt* AI, semakin memperluas praktik budaya digital tersebut dengan memungkinkan pengguna menciptakan citra diri yang terkonsep secara estetis dan naratif melalui dukungan algoritma. Fenomena ini menegaskan bahwa budaya digital kini berfungsi bukan hanya sebagai sarana ekspresi, tetapi juga sebagai ruang pembentukan identitas yang kompleks dan terus berubah. Pemanfaatan *prompt* AI oleh Gen Z di sosial media memperlihatkan proses antara realitas dan fantasi diri, sekaligus usaha untuk membentuk representasi diri yang sejalan dengan nilai, cita-cita, serta tuntutan sosial di dunia maya.

Bagi Generasi Z, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan atau pengisi waktu luang. Platform ini telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari mereka, berperan sebagai ruang untuk mengekspresikan diri, menjalin koneksi, serta berbagi informasi dengan orang lain. Generasi Z sangat memahami tren daring terbaru, mulai dari tantangan viral hingga penggunaan filter yang sedang populer. Mereka juga berupaya mempertahankan keaslian diri melalui hubungan yang tulus, yang mereka bangun dan pelihara di media sosial sering kali

bahkan sebelum hubungan tersebut berlanjut ke dunia nyata. Akun media sosial anonim atau terpisah berfungsi sebagai wadah bagi individu untuk menampilkan sisi lain dari identitas mereka yang berbeda dari akun utama. Melalui akun ini, mereka dapat mengekspresikan diri dengan lebih bebas, mengeksplorasi berbagai aspek identitas pribadi, serta menjaga privasi di ruang digital.

Alter ego dipahami sebagai identitas atau kepribadian kedua yang secara sadar diciptakan oleh seseorang, biasanya sebagai versi ideal dari dirinya yang sulit diwujudkan di dunia nyata. Konsep "persona" sebagai topeng sosial yang digunakan individu untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitar. Media sosial kini dapat dianggap sebagai ruang paling nyata di mana "topeng" tersebut dikenakan dan diekspresikan. Goffman (1959) dalam karyanya *The Presentation of Self in Everyday Life* menjelaskan bahwa dalam kehidupan sosial, manusia berperan layaknya aktor di atas panggung dengan dua sisi: *front stage* sebagai ruang publik yang penuh pencitraan, dan *back stage* sebagai area pribadi yang lebih jujur dan santai. Kehadiran media sosial kini membuat batas antara kedua "panggung" tersebut semakin samar.

Pemanfaatan *prompt* AI oleh Generasi Z kerap memberi mereka kesempatan untuk menciptakan *alter ego* yang berbeda dari gaya maupun identitas asli mereka. Melalui *prompt* AI, tersedia ruang kreativitas dan imajinasi tanpa batas, memungkinkan pengguna untuk bereksperimen dengan berbagai persona virtual yang lebih ekspresif, ideal, atau bahkan bersifat eksperimental dibandingkan dengan diri mereka dalam kehidupan nyata. Dengan dukungan teknologi AI, Gen Z mampu membentuk karakter digital dengan kepribadian, gaya, dan ekspresi yang bisa sangat berbeda dari identitas aslinya. Platform media *social* dirancang agar konten yang ditampilkan terasa sesuai atau *relate* dengan minat dan preferensi penggunanya. Sistem ini bekerja dengan menampilkan konten yang memiliki peluang terbesar untuk menarik perhatian pengguna berdasarkan berbagai *factor* tertentu, seperti aktivitas, interaksi, dan minat pribadi.

Munculnya *alter ego* karena *prompt* AI mampu menghasilkan respons yang tidak selalu mencerminkan kepribadian asli pengguna, melainkan menciptakan

konstruksi identitas yang diinginkan atau diidealkan. *Alter ego* yang terbentuk melalui interaksi dengan AI menjadi representasi dari sisi diri yang sulit ditunjukkan di dunia nyata seperti kepercayaan diri yang lebih tinggi, kreativitas yang menonjol, atau gaya komunikasi yang unik dan bebas dari norma sosial. Penggunaan *prompt* AI memberikan ruang luas bagi eksplorasi identitas, memungkinkan Gen Z untuk menguji batas-batas kepribadian mereka serta membangun persona alternatif yang berbeda secara signifikan dari identitas asli mereka. *Prompt* AI berperan sebagai sarana penting yang memungkinkan terbentuknya *alter ego* virtual dengan karakteristik yang mungkin tidak dapat diwujudkan dalam interaksi sosial langsung maupun kehidupan *offline* mereka.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana representasi diri dan *alter ego* generasi z dalam penggunaan *prompt* ai?

1.3 Tujuan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa representasi diri dan *alter ego* generasi z dalam penggunaan *prompt* ai.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan, baik secara teoretis maupun praktis, terutama dalam memahami dinamika identitas digital di era kecerdasan buatan.

1. Manfaat Teoretis (Akademis)

   Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan penting bagi pengembangan kajian ilmu komunikasi, budaya digital, dan studi identitas dengan menawarkan perspektif baru tentang representasi diri di era kecerdasan buatan. Temuan penelitian ini dapat memperluas pemahaman terhadap teori-teori mengenai identitas virtual, konstruksi diri, serta interaksi antara manusia dan AI, terutama melalui pendekatan netnografi yang menyoroti pengalaman subjektif pengguna. Penelitian ini juga dapat menjadi landasan bagi

pengembangan teori komunikasi kontemporer yang relevan dengan fenomena *prompt culture* dan *AI-mediated communication* di kalangan Generasi Z.

2. Manfaat Praktis

   Secara praktis, penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi Masyarakat, khususnya generasi muda mengenai bagaimana penggunaan teknologi AI memengaruhi cara individu memahami dan mengekspresikan identitasnya di ruang digital. Temuan penelitian ini juga berguna bagi pengembang platform AI dan media sosial untuk mengenali kebutuhan serta pola perilaku Gen Z dalam membangun identitas virtual, sehingga dapat merancang konten yang lebih etis, inklusif, dan berfokus pada kesejahteraan pengguna. Penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi pendidik, peneliti, dan praktisi komunikasi digital dalam menelaah keterkaitan antara teknologi, kreativitas, dan pembentukan identitas di era kecerdasan buatan.