BAB VI
KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa penggunaan *prompt* AI oleh Generasi Z merupakan praktik representasi diri yang dilakukan secara sadar, selektif, dan terarah. *Prompt* tidak hanya berfungsi sebagai perintah teknis untuk menghasilkan gambar, tetapi menjadi sarana bagi informan untuk menerjemahkan keinginan, selera visual, aspirasi, dan gambaran diri ideal ke dalam bentuk profil virtual. Hasil visual AI karena itu tidak muncul secara acak, melainkan dibentuk melalui pilihan kata, konsep, pose, pakaian, ekspresi, latar, serta kesan yang ditentukan atau dipilih oleh pengguna. Dalam proses tersebut, AI berperan sebagai mediator visual, sedangkan informan tetap menjadi pihak yang menentukan citra mana yang dianggap paling sesuai untuk mewakili dirinya di ruang digital.

Temuan penelitian memperkuat relevansi teori dramaturgi Erving Goffman dalam membaca praktik representasi diri di media sosial. *Front stage* terlihat pada visual AI, *caption*, pose, pakaian, ekspresi, dan suasana yang telah dipilih untuk ditampilkan kepada audiens melalui TikTo. *Back stage* mencakup kondisi asli informan, pengalaman sehari-hari, rasa percaya diri, alasan menggunakan AI, proses mencari atau menyusun *prompt*, mencoba beberapa hasil, melakukan *editing*, serta menyeleksi visual sebelum dipublikasikan. Hubungan antara kedua ruang tersebut berlangsung melalui *impression management*, yaitu upaya informan mengatur kesan agar tampil lebih rapi, estetik, dewasa, anggun, maskulin, profesional, percaya diri, atau sesuai dengan persona yang ingin dibangun. Media sosial menjadi panggung digital, sedangkan *prompt* dan proses pengolahan AI menjadi bagian dari persiapan penampilan di balik panggung.

Penelitian ini juga menemukan bahwa penggunaan *prompt* AI tidak selalu menghasilkan *alter ego* dengan tingkat perubahan yang sama. Yeremia dan Dira termasuk dalam representasi diri yang mendekati diri asli karena AI lebih banyak digunakan untuk merapikan visual, membantu kebutuhan teknis,

mengikuti tren, atau hiburan. Novan, Malik, Anna Yovela, dan Rafli menunjukkan representasi diri yang diidealkan karena hasil AI menampilkan versi yang lebih rapi, formal, *clean*, matang, berkelas, atau percaya diri, tetapi tetap mempertahankan identitas dasar mereka. Sementara itu, Vira, Ernel, Andre, Alifiah, dan Agas memperlihatkan representasi diri sebagai *alter ego* yang lebih kuat karena perubahan pada fisik, atribut, gaya hidup, suasana, atau persona tampak lebih jauh dari keseharian. Kategorisasi tersebut menunjukkan bahwa *alter ego* dalam penggunaan AI bukan hasil yang otomatis, melainkan terbentuk secara bertingkat sesuai jarak antara kondisi asli, citra yang diinginkan, dan visual yang dipilih untuk ditampilkan.

Alter ego yang ditemukan dalam penelitian ini tidak selalu berarti identitas palsu atau diri yang sepenuhnya terpisah dari pengguna. Persona alternatif tetap berangkat dari keinginan, imajinasi, pengalaman, rasa kurang percaya diri, selera, dan sisi diri yang ingin dieksplorasi oleh informan. Pada beberapa informan, AI hanya menyempurnakan bagian tertentu dari diri asli, sedangkan pada informan lain AI digunakan untuk memvisualisasikan sosok yang lebih berani, ideal, urban, formal, atau profesional. Hubungan antara representasi diri dan *alter ego* bersifat berkelanjutan, bukan dua kategori yang selalu terpisah secara tegas. Semakin besar perubahan pada fisik, atribut, suasana hidup, dan persona dibandingkan keseharian, semakin kuat pula fungsi profil virtual sebagai *alter ego*.

Profil virtual informan tidak berhenti pada proses pembuatan visual, tetapi masuk ke ruang sosial ketika dipublikasikan dan memperoleh respons audiens. *Likes* menunjukkan perhatian awal, komentar memperlihatkan cara audiens menilai dan memaknai visual, simpan menandai kemungkinan konten dianggap layak dilihat kembali, sedangkan *share* memperluas distribusi unggahan. Perbedaan *engagement* antarinforman menunjukkan bahwa profil virtual berbasis *prompt* AI memperoleh tingkat perhatian yang beragam. Namun, jumlah interaksi tidak dapat secara langsung disamakan dengan penerimaan positif, keberhasilan

impression management, atau kuatnya *alter ego* karena respons tersebut juga dapat dipengaruhi oleh tren, jumlah pengikut, waktu unggah, keaktifan akun, dan mekanisme distribusi platform. Dalam penelitian ini, *engagement* lebih tepat dipahami sebagai jejak netnografis yang memperlihatkan hubungan antara pengguna, teknologi AI, media sosial, dan audiens.

Secara keseluruhan, representasi diri dan *alter ego* Generasi Z dalam penggunaan *prompt* AI terbentuk melalui pertemuan antara kondisi asli, diri ideal, kemampuan teknologi, budaya visual media sosial, dan tanggapan audiens. AI memperluas kemungkinan bagi informan untuk menampilkan versi diri yang sulit diwujudkan melalui foto biasa, tetapi tidak sepenuhnya menghilangkan peran dan kendali pengguna. Keaslian identitas digital menjadi semakin kompleks karena visual AI tidak sepenuhnya sama dengan kondisi nyata, tetapi juga tidak dapat disebut sepenuhnya palsu ketika tetap berasal dari pilihan dan makna yang diberikan informan. *Prompt* AI berfungsi sebagai alat pembentukan representasi diri sekaligus ruang eksplorasi *alter ego*, sedangkan media sosial menjadi panggung tempat versi diri tersebut ditampilkan, dinilai, dan dinegosiasikan dalam budaya digital Generasi Z.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, saran yang diberikan diarahkan pada pengembangan kajian akademis dan penggunaan AI secara praktis agar teknologi tidak hanya dimanfaatkan untuk menghasilkan visual yang menarik, tetapi juga digunakan dengan kesadaran terhadap identitas, etika, dan konsekuensi sosialnya. Bagi peneliti selanjutnya, kajian mengenai representasi diri dan *alter ego* melalui *prompt* AI perlu dikembangkan dengan jumlah informan yang lebih luas serta latar sosial, gender, pekerjaan, dan tingkat penggunaan AI yang lebih beragam. Penelitian berikutnya juga dapat membandingkan TikTok dengan platform lain agar dapat diketahui apakah karakter platform memengaruhi cara pengguna menyusun *prompt*, memilih visual, dan mengelola kesan. Perbandingan

antara beberapa aplikasi AI generatif juga penting karena setiap sistem dapat menghasilkan karakter visual dan tingkat perubahan identitas yang berbeda.

Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pengamatan dalam jangka waktu yang lebih panjang untuk melihat perubahan representasi diri sebelum dan sesudah pengguna terbiasa memakai AI. Pendekatan longitudinal dapat membantu menjelaskan apakah persona digital hanya muncul ketika mengikuti tren atau berkembang menjadi pola presentasi diri yang lebih menetap. Data wawancara juga dapat diperdalam dengan membahas pengalaman emosional, rasa percaya diri, kepuasan terhadap tubuh, dan cara informan memaknai perbedaan antara diri asli dan hasil AI. Meskipun demikian, analisis psikologis perlu dilakukan dengan metode dan keahlian yang sesuai agar tidak menghasilkan kesimpulan yang melampaui data komunikasi dan netnografi.

Bagi Generasi Z sebagai pengguna AI dan media sosial, teknologi ini sebaiknya digunakan sebagai sarana kreativitas dan eksplorasi diri tanpa menjadikan visual ideal sebagai satu-satunya ukuran nilai diri. Pengguna perlu menyadari bahwa hasil AI merupakan citra yang telah dimediasi, diseleksi, dan disempurnakan sehingga tidak selalu menggambarkan keseluruhan kondisi kehidupan seseorang. Kesadaran terhadap jarak antara *front stage* dan *back stage* penting agar pengguna tidak merasa harus terus mempertahankan persona digital yang sulit diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari. Pengguna juga perlu mempertimbangkan privasi foto, keamanan data, serta keterbukaan mengenai penggunaan AI ketika kondisi unggahan dapat menimbulkan kesalahpahaman bagi audiens.

Bagi audiens media sosial, konten berbasis AI perlu dibaca secara kritis karena unggahan yang terlihat sempurna merupakan hasil kurasi dan tidak selalu menunjukkan kondisi asli pembuatnya. *Likes*, komentar, simpan, dan *share* juga tidak selalu berarti bahwa suatu identitas diterima secara utuh atau dianggap autentik oleh semua orang. Literasi digital diperlukan agar audiens mampu membedakan antara ekspresi kreatif, penyempurnaan visual, dan representasi yang

berpotensi menyesatkan. Sikap kritis tersebut dapat mengurangi budaya perbandingan sosial yang hanya didasarkan pada penampilan digital.

Bagi pengembang platform AI dan media sosial, diperlukan fitur yang mendukung transparansi serta penggunaan teknologi yang bertanggung jawab. Platform dapat menyediakan penanda konten berbasis AI, penjelasan mengenai penggunaan dan penyimpanan data, pengaturan privasi yang mudah dipahami, serta edukasi mengenai kemungkinan perubahan visual yang dihasilkan sistem. Platform juga perlu mendorong keberagaman bentuk tubuh, atribut, gaya, dan ekspresi agar standar visual yang muncul tidak hanya mengarah pada satu gambaran diri ideal. Langkah tersebut penting karena sistem AI dan algoritma media sosial ikut membentuk pilihan visual yang dianggap menarik, layak, dan populer.

Bagi akademisi, pendidik, dan praktisi komunikasi digital, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan literasi mengenai cara kerja presentasi diri pada era AI generatif. Pembelajaran tidak cukup hanya menjelaskan keterampilan menyusun *prompt*, tetapi juga perlu membahas penerapan dramaturgi di media sosial, pengelolaan kesan, profil virtual, etika visual, privasi, dan autentisitas. Dengan pemahaman tersebut, Generasi Z diharapkan mampu menggunakan AI secara kreatif sekaligus tetap menyadari bahwa identitas digital merupakan hasil negosiasi antara diri pengguna, teknologi, platform, dan audiens.