

Hiperealitas *Virtual Influencer* Lentari Pagi di Instagram

Jihan Azzahra¹, Maylanny Christin^{2,*}

^{1,2} Universitas Telkom, Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Kota Bandung, Indonesia.

*Correspondence Author: maylannychristin@telkomuniversity.ac.id

ABSTRACT

The development of technology in the Industry 4.0 era has given rise to artificial intelligence (AI), one example of which is virtual influencers. Virtual influencers are an advancement from real human influencers, supported by technological developments. This study discusses how artificial intelligence produces content that creates experiences nearly indistinguishable from reality in the world of social media, specifically Instagram. The objective of this research is to understand how artificial intelligence generates content that increasingly blurs the line between reality and virtual experiences on Instagram. The research method employed is descriptive qualitative, with data collection techniques including literature studies, interviews, and observations of the Instagram account of the virtual influencer Lentari Pagi. The findings of this study indicate that the virtual influencer Lentari Pagi can create experiences that are hard to distinguish from reality through AI-generated content. Lentari Pagi portrays herself as a real individual and convinces her followers that she can perform activities typically done by humans, thus creating a representation that mimics real-world processes and systems.

Keywords: Hyperreality, Artificial Intelligence, Virtual Influencer Lentari Pagi

ABSTRAK

Perkembangan teknologi di era industri 4.0 menciptakan kecerdasan buatan atau *Artificial Intelligence* (AI) yang salah satu contohnya adalah *virtual influencer*. *Virtual influencer* merupakan hasil kemajuan dari *influencer* manusia nyata yang didukung melalui perkembangan teknologi. Penelitian ini membahas bagaimana kecerdasan buatan menghasilkan konten yang menciptakan pengalaman yang sulit dibedakan dari kenyataan dalam dunia media sosial Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana kecerdasan buatan menghasilkan konten yang menciptakan pengalaman yang semakin sulit untuk dibedakan dari kenyataan dalam dunia media sosial Instagram. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui studi literatur, wawancara, dan observasi terhadap akun Instagram *virtual influencer* Lentari Pagi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *virtual influencer* Lentari Pagi dapat menciptakan pengalaman yang sulit dibedakan dari kenyataan melalui konten yang dihasilkan oleh kecerdasan buatan. Lentari Pagi menggambarkan dirinya sebagai individu yang sebenarnya dan memberikan keyakinan kepada pengikutnya bahwa ia mampu melakukan hal-hal yang biasa dilakukan oleh manusia, sehingga menciptakan representasi, meniru proses dan sistem yang ada di dunia nyata.

Kata Kunci: Hiperealitas, *Artificial Intelligence*, *Virtual Influencer* Lentari Pagi

Pendahuluan

Teknologi menghadirkan salah satu bentuk media baru yang dapat digunakan kapanpun dan dimanapun secara gratis yaitu Instagram. Instagram memberikan beberapa manfaat yang akan dirasakan oleh pengguna

akun, seperti menjadi media hiburan, media bertukar informasi, media berkreasi, dan dapat menambah lingkup pertemanan secara luas. Dengan adanya Instagram, masyarakat terutama anak muda bisa mengekspresikan diri nya sesuai dengan kemampuan serta

kegemarannya. Menariknya kini dari Instagram dapat menjadi pusat pekerjaan atau adanya profesi baru yang disebut dengan “Selebgram”. Dalam media Instagram, semua khalayak dapat menjadi seorang *influencer* atau *content creator* yang bisa meluapkan kreativitas nya sesuai dengan kegemaran seperti membuat konten kecantikan, konten masak, dan lain-lain.

Perkembangan teknologi di era *industry* 4.0 menciptakan kemampuan yang serupa dengan manusia, yaitu kecerdasan buatan atau *Artificial Intelligence* (AI). Salah satu contoh AI yaitu *virtual influencer*. *Virtual influencer* merupakan hasil kemajuan dari *influencer* manusia secara nyata yang didukung melalui proses perkembangan teknologi. *Virtual influencer* dianggap asli dalam peran mereka sebagai *influencer* di *platform* media sosial meskipun mereka tidak ada di dunia nyata (Robinson, 2020 dalam Nugraha & Saidi, 2022). Selain itu, keputusan pembelian dan preferensi masyarakat dapat dipengaruhi oleh Tindakan mereka dan tingkat keterlibatan mereka.

Virtual influencer dapat diciptakan dalam berbagai bentuk, gaya, atau ukuran. Mereka juga dapat mengambil berbagai kepribadian. Seperti yang dijelaskan oleh Casarotto (Nugraha & Saidi, 2022) meskipun *virtual influencer* seringkali dibuat menggunakan AI, masih ada tim produksi yang bertanggung jawab atas konten yang diunggah oleh *virtual influencer* dan

bagaimana mereka berinteraksi dengan pengikut mereka, namun untuk membuat masyarakat menerima karakter *virtual* membutuhkan waktu dan usaha. Proses penerimaan ini sangat dipengaruhi oleh berbagai komponen budaya digital yang ada di masyarakat. Dunia saat ini sedang mencari cara untuk mengakui dan merangkul kemajuan teknologi dan inovasi yang membawa hal-hal baru. Armando Kirwin, seorang pakar teknologi *virtual* dan avatar, mengatakan, “Teknologi terus berkembang dengan lebih baik, sementara budaya juga mengalami pergeseran sehingga orang semakin antusias untuk terlibat dalam dunia *virtual* atau untuk membuat karakter favorit mereka hidup dalam dunia nyata.”.

Gambar 1. Lentera Pagi Selebgram AI Pertama di Indonesia



Sumber: hotdetik.com

Berdasarkan artikel hotdetik.com terdapat *influencer* AI pertama yang muncul di Indonesia bernama Lentari Van Lorainne atau yang akrab disebut Lentari Pagi. Ia muncul di media sosial Instagram pada tahun 2023, terlihat dari unggahan pertamanya pada tanggal 4 Mei 2023. Dalam bio pada aplikasi

tersebut, wanita dengan akun Instagram @lentaripagi menyatakan bahwa dia memiliki keturunan Belanda dan Indonesia.

Pada akun Instagramnya, Lentari Pagi sering membagikan gambar dan video yang menunjukkan aktivitas sehari-harinya, seperti berolahraga, berlibur, dan bersantai. Selain itu, ia sering berbagi konten edukatif tentang teknologi dan AI. Sebagai *influencer* media sosial, Lentari tersedia untuk berkolaborasi dalam promosi beragam produk mulai dari pakaian, makanan dan minuman, serta perlengkapan olahraga. Lentari Pagi menggambarkan dirinya sebagai individu yang sebenarnya dan memberikan keyakinan kepada pengikutnya bahwa ia mampu melakukan hal-hal yang biasa dilakukan oleh manusia. Dengan kata lain, ia menciptakan representasi, meniru proses dan sistem yang ada di dunia nyata, termasuk sistem organ tubuh manusia dan sistem emosi manusia.

Penelitian ini mencakup pemahaman tentang bagaimana kecerdasan buatan menghasilkan konten yang menciptakan pengalaman yang semakin sulit untuk dibedakan dari kenyataan. Dalam dunia media sosial Instagram, terdapat *influencer*. *Influencer* di media sosial dapat didefinisikan sebagai orang biasa yang memimpin opini di media sosial digital (Wietske Wolff, 2022). Selain itu, *influencer* dapat memberikan informasi, menghibur, dan mempengaruhi pikiran, sikap, dan perilaku mereka (Wietske Wolff, 2022). Hendranto (2022) menyatakan

bahwa dalam "gaya hidup Instagram", orang sering mencatat kehidupan sehari-hari mereka dan kemudian menampilkannya di akun Instagram mereka sendiri agar publik atau setidaknya *followers* mereka dapat melihatnya. Kini *virtual influencer* muncul seiring dengan perkembangan budaya di dunia *influencer*. Robinson (2020) dalam (Wolff (2022) berpendapat bahwa *virtual influencer* dianggap nyata dan otentik sebagai *influencer* di media sosial, dan tindakan dan keterlibatan mereka dapat memengaruhi perilaku pembelian dan pilihan masyarakat meskipun *virtual influencer* tidak ada dalam kehidupan nyata.

Hiperealitas tercipta melalui simulacra yang merupakan gambaran yang berfungsi sebagai representasi atau tiruan dari seseorang atau objek. Simbol, tanda, foto, video, lukisan, atau bentuk visual lainnya dapat menjadi simulacra. Di era media massa saat ini, sebagian besar pemahaman kita tentang dunia dibentuk oleh simulacra lebih banyak daripada pengalaman langsung yang kita alami. Dengan kesadaran bahwa media dapat menipu, simulacra mengatur pemahaman kita tentang apa yang terjadi di dunia nyata (Kawuryan et al., n.d.). Sebenarnya, kurangnya realisme Lentari membuatnya kurang hiperrealis dibandingkan dengan *influencer* manusia. Fitur animasinya mengingatkan kita pada kenyataan bahwa Lentari adalah model 3D yang berusaha meniru manusia. Akibatnya,

kita perlu mempertanyakan kebenarannya. Tidak seperti *influencer* manusia yang secara diam-diam berkontribusi pada hiperealitas kita melalui foto-foto Instagram yang menipu yang secara tidak langsung masuk ke dalam persepsi kita, dia mendorong kita untuk meragukan realitas dan mengevaluasi parameternya. Lentari berpendapat bahwa inilah sebabnya mengapa banyak pengguna Instagram tidak suka keberadaannya (Kawuryan et al., 2020).

Berdasarkan pemaparan yang telah dijabarkan diatas, dapat diartikan bahwa *virtual influencer* merupakan tren yang berpotensi menjadi alat adaptasi digital dalam penyebaran informasi di media sosial dengan identitas fiktif yang unik. Meskipun demikian, munculnya *virtual influencer*, seperti Lentari Pagi, menciptakan kontroversi karena dianggap bersaing dengan popularitas *influencer* manusia nyata, memicu debat tentang potensi penggantian dan dampak ekonomi. Meskipun membuka peluang bisnis baru, seperti pengembangan teknologi kecerdasan buatan untuk karakter yang semakin realistis, kehadiran *virtual influencer* juga mempertanyakan realitas dan autentisitas di mata audiens.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan teknik kualitatif deskriptif untuk menghadirkan data dalam bentuk aslinya tanpa perubahan atau perlakuan tambahan. Tujuannya adalah untuk

memberikan gambaran yang lengkap tentang suatu kejadian atau fenomena yang terjadi. Penelitian ini berkonsentrasi pada menjelaskan beberapa variabel yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Penelitian ini menginterpretasikan dan menjelaskan data yang berkaitan dengan keadaan saat ini, serta pendapat dan perspektif masyarakat (Rijal Fadli, 2021).

Metode penelitian kualitatif deskriptif dalam konteks hiperealitas *virtual influencer* memungkinkan kita untuk memahami secara mendalam fenomena yang berkaitan dengan kemunculan *virtual influencer* di dunia digital. Dalam penelitian ini, peneliti fokus pada pengumpulan data tanpa mengubahnya, yang memungkinkan mereka untuk memberikan gambaran yang komprehensif tentang bagaimana *virtual influencer* mempengaruhi dunia digital. Jenis penelitian ini sangat penting karena membantu mengungkap dinamika baru dalam era teknologi yang terus berkembang.

Teori yang dipergunakan dalam penelitian ini ialah teori hiperealitas yang diperkenalkan oleh Jean Baudrillard. Menurut Baudrillard, hiperealitas merujuk pada fenomena di mana model-model yang diciptakan secara semu menjadi lebih signifikan daripada realitas aslinya, tanpa jejak asal-usul atau referensi ke kenyataan yang sebenarnya.

Pemikiran Jean Baudrillard tentang hiperealitas dipengaruhi oleh dua konsep

utama, yaitu simulasi dan simulacra. Baudrillard mengamati bahwa pengalaman manusia saat ini lebih cenderung menjadi simulasi dari realitas daripada interaksi langsung dengan dunia nyata. Dalam konteks ini, simulacra yang disebutkan oleh Baudrillard merujuk pada struktur budaya dan media yang memainkan peran penting dalam pembentukan persepsi kolektif akan realitas. Melalui simbolisme yang disajikan oleh media massa dan budaya populer, masyarakat diarahkan untuk membentuk pandangan yang sering kali tergeser tentang dunia di sekitar mereka.

Analisis Baudrillard menyoroti bahwa masyarakat modern telah terjebak dalam keadaan yang diciptakan oleh media dan budaya sehingga tidak lagi merepresentasikan realitas, melainkan menciptakan realitas baru yang terus-menerus dipersepsikan dan diperbincangkan.

Dalam mendukung tahapan penelitian, pengumpulan data dilakukan melalui pengamatan dan wawancara oleh peneliti. Dalam situasi ini, pertanyaan terbuka merujuk pada pertanyaan yang memberi kesempatan kepada partisipan untuk menyampaikan jawaban secara lebih bebas dan mendalam, tanpa dibatasi oleh opsi jawaban yang sudah ditetapkan. Dengan pendekatan kualitatif, subjek pada penelitian ini adalah dua orang dosen yang paham mengenai hiperealitas dan *artificial intelligence* bernama Pak Ferry Arfiansyah,

S.S, M.M dan Dr. Andry serta dua mahasiswa Ramzy Fauza Setiawan dan Amatun Mardiyah yang mengenal sekaligus mengikuti keseharian *virtual influencer* Lentari Pagi di Instagram.

Hasil Penelitian dan Pembahasan Konsep Hiperealitas, *Artificial Intelligence*, dan *Virtual influencer* Lentari Pagi

Dalam hiperealitas dan *artificial intelligence*, diperlukan teknologi canggih yang mampu menjalin keterhubungan antara individu secara efektif dan efisien. Integrasi antara internet berkecepatan tinggi, metaverse, dan kecerdasan buatan menjadi kunci dalam membentuk suatu ekosistem yang mengoptimalkan interaksi dan pengalaman manusia di era saat ini. Teknologi yang telah mencapai tingkat kemajuan yang signifikan, seperti kecerdasan buatan (AI), memiliki kemampuan untuk menciptakan pengalaman di dunia maya yang seakan-akan nyata. Sebagai contoh, AI dapat menghasilkan simulasi yang sangat mirip dengan kenyataan, baik dari segi tampilan *visual* maupun detail seperti wajah, serta mampu menciptakan suara yang sangat realistis. Di masa mendatang, perkembangan teknologi kecerdasan buatan (AI) akan semakin inovatif, kreatif, dan canggih. Manusia perlu terus melakukan peningkatan diri agar dapat terus berkembang sejalan dengan perkembangan teknologi (Farwati et al, 2023).

Berawal tahun 2021, trend *virtual influencer* mengalami perkembangan pesat dengan permintaan yang tinggi, menjadi aset berharga dalam dunia *influencer* marketing. Kemajuan teknologi mempermudah proses pembuatan *virtual influencer*, yang kini dianggap sebagai pelopor metaverse yang tengah menjadi perbincangan hangat. Industri ini menawarkan sesuatu yang benar-benar baru dalam bentuk *virtual*. Dalam praktik komunikasi, *virtual influencer* seringkali terlibat dalam kegiatan membantu dalam mempromosikan merek yang bekerjasama dengan mereka. Hal ini terlihat dari unggahan para *virtual influencer* yang secara reguler menampilkan produk-produk dari merek tertentu (Muttamimah & Irwansyah, 2023).

Banyak dibicarakan mengenai manfaat kehadiran *virtual influencer*, khususnya dalam kemampuannya menciptakan persepsi positif terhadap merek, serupa dengan apa yang dilakukan oleh selebriti atau *influencer* manusia. Keuntungan utama dalam industri ini adalah kontrol penuh terhadap konten yang dibuat oleh *virtual influencer* dan biaya yang lebih terjangkau jika dibandingkan dengan kerjasama dengan selebriti. Oleh karena itu, bagi sejumlah perusahaan merek, penggunaan *virtual influencer* dapat dianggap sebagai alternatif yang efektif dalam mempromosikan produk, terutama bagi perusahaan dengan skala kecil dan sumber daya manusia yang terbatas (Muttamimah &

Irwansyah, 2023). Selain itu, keuntungan lain dari *virtual influencer* adalah kemampuannya melakukan koreksi dengan mudah menggunakan komputer, mengurangi tingkat stres dan keterbatasan fisik serta mental yang biasa dihadapi oleh selebriti dalam kehidupan nyata. Pada konteks ini, penggunaan *virtual influencer* mungkin lebih sesuai untuk kegiatan di mana tren yang relevan dapat muncul (Sookkaew & Saephoo, 2021).

Gambar 2. Lentari Pagi bekerja sama dengan brand Gojek



Sumber: Instagram Lentari Pagi

Salah satu contohnya *virtual influencer* Lentari Pagi yang cukup aktif di Instagram, seperti keaktifan *influencer* nyata pada umumnya, yang di mana postingan dari berbagai merek cukup mendominasi akunnya. Lentari Pagi melakukan kolaborasi dengan salah satu brand ternama yaitu Gojek yang baru-baru ini terlibat dalam kerja sama dengan *virtual influencer* Lentari Pagi, menunjukkan bagaimana peran mereka dalam mempromosikan berbagai produk dan layanan secara *online*. *Virtual influencer* memiliki kemampuan untuk berbagi berbagai konten di media sosial, termasuk kolaborasi

dengan produk. Meskipun hanya merupakan karakter *virtual*, namun dampaknya dapat dirasakan di dunia maya dan dapat menciptakan pengaruh yang mencapai kehidupan nyata kita. Hal ini serupa dengan peran *influencer* nyata yang memiliki kemampuan untuk mempengaruhi khalayak dan menciptakan efek yang dapat dirasakan dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, perbandingan antara pengaruh *virtual influencer* dengan realitas yang diciptakan oleh teknologi komputer dan pengaruh manusia dapat memberikan gambaran tentang kompleksitas dinamika media sosial dalam membentuk opini dan perilaku.

Secara keseluruhan, dalam pandangan Jean Baudrillard hiperealitas mengacu pada suatu kondisi di mana realitas dan representasi tidak lagi dapat dibedakan satu sama lain. Ia mengemukakan bahwa media massa, simulasi, dan reproduksi gambar-gambar telah menciptakan dunia di mana citra-citra yang direpresentasikan menjadi lebih penting daripada realitas asli. Dalam konteks kecerdasan buatan (AI) dan *virtual influencer*, teori hiperealitas Jean Baudrillard dapat diterapkan dengan melihat bagaimana representasi digital semakin menggantikan atau menciptakan gambaran yang lebih kuat daripada kenyataan itu sendiri. AI dan *virtual influencer* menciptakan citra yang tampak begitu nyata dan hidup, sehingga kadang-kadang sulit untuk membedakan antara apa

yang nyata dan apa yang direpresentasikan (Asharudin et al., 2023).

Interaksi *Virtual influencer* Lentari Pagi kepada *followers*

Dalam platform media sosial Instagram, interaksi antara pengikut dan *influencer* dapat diamati melalui tindakan pengikut yang memberikan "like" pada konten *influencer*, memberikan komentar, mengirim pesan secara pribadi kepada *influencer* melalui fitur *Direct Message*, serta melakukan tindakan "tag" pada unggahan atau berpartisipasi dalam interaksi pada fitur cerita Instagram. Semakin aktif interaksi yang terjadi, semakin menunjukkan sejauh mana pengaruh yang dimiliki *influencer* terhadap pengikutnya (Kurnia Hapsari dkk, 2023)

Setiap kali Lentari Pagi merilis konten, terutama yang tidak terkait dengan *brand*, ia mampu menghasilkan interaksi yang signifikan. Konten-kontennya menjadi panggung untuk memunculkan berbagai bentuk interaksi, menciptakan ruang dan waktu yang menyediakan kesempatan bagi kita sebagai penggemar dan pengikutnya untuk berinteraksi dengannya. Melalui kontennya, *virtual influencer* Lentari Pagi dapat menciptakan suatu keadaan di mana para pengikutnya dapat saling berkomunikasi, memberikan tanggapan, dan berbagi pengalaman. Oleh karena itu, konten *non-brand* yang dihasilkan oleh *virtual influencer* tidak hanya menjadi media

hiburan, tetapi juga menjadi sarana yang memfasilitasi keterlibatan aktif antara *virtual influencer* dan pengikutnya

Pendekatan interaktif yang diterapkan oleh Lentera Pagi dalam berinteraksi dengan para pengikutnya menciptakan suatu keterikatan yang hangat. Lentera Pagi secara keseluruhan berusaha untuk menjalin kedekatan dengan komunitas di dunia maya. Komunikasinya terasa sangat akrab dan ramah, sehingga memberikan kesan bahwa obrolan yang dijalankan tidak terasa mekanis seperti yang seringkali terjadi pada interaksi dengan entitas *virtual*. Dengan demikian, Lentera Pagi berhasil menciptakan suatu nuansa yang membuat para pengikutnya merasa lebih dekat dan nyaman, bukan hanya sebagai penggemar, tetapi juga sebagai bagian dari komunitas yang terlibat dalam dialog yang hangat dan manusiawi

Kemampuan *virtual influencer* untuk berbagi cerita, merespons komentar, dan berinteraksi dengan pengikut dalam cara yang mirip dengan orang nyata telah muncul sebagai hasil dari kemajuan pesat teknologi. Interaksi seperti ini mencakup aspek *visual* serta aspek verbal dan sosial, meningkatkan tingkat keterlibatan yang sulit dibedakan dari interaksi manusia yang sebenarnya. Saat ini, perbedaan antara dunia maya dan dunia nyata semakin tidak jelas, yang menghasilkan tantangan baru untuk membedakan antara dunia *virtual* dan realitas (Wibawa et al., 2022).

Dalam pandangan Jean Baudrillard interaksi dan komunikasi saat ini cenderung mengabaikan keadaan sebenarnya. Ia mengamati bahwa iklan, sebagai jenis komunikasi modern yang cenderung menghasilkan gambar yang ideal, dapat membuat orang tergoda dan berusaha meniru standar yang diusung oleh iklan. Dengan kata lain, komunikasi modern, terutama melalui media iklan, dapat menciptakan perbedaan antara realitas yang sebenarnya dengan gambar yang diidealkan atau digambarkan oleh iklan. Hal ini mendorong masyarakat untuk mengikuti norma-norma yang ditetapkan oleh iklan (Saumantri et al., 2020).

Dampak Penggunaan dan Dampak Etis Pada *Artificial Intelligence Virtual influencer*

Artificial Intelligence merupakan jenis kecerdasan yang ditanamkan dalam sistem sehingga dapat mengolah data dari sumber luar dan menghasilkan output yang menguntungkan. Etika penggunaan kecerdasan buatan dalam teknologi informasi sangat penting untuk kemajuan ini. Etika merujuk pada kumpulan pendapat tentang apa yang benar dan salah dalam suatu masyarakat. Ini membantu kita untuk memastikan bahwa penggunaan teknologi kecerdasan buatan dalam bidang teknologi informasi dilakukan dengan benar dan menghormati nilai-nilai yang dianggap penting oleh masyarakat.

Perusahaan harus mengikuti peraturan privasi yang ketat saat mengelola data pengguna dan memastikan bahwa setiap penggunaan data dilakukan dengan cara yang sah. Ini merupakan langkah penting untuk memastikan bahwa perusahaan mematuhi peraturan privasi untuk memberikan keamanan dan perlindungan kepada pengguna, menjaga integritas data, dan menciptakan lingkungan digital yang dapat dipercaya. Dengan mengikuti peraturan ini, perusahaan dapat memberikan keamanan dan perlindungan kepada pengguna (Muhammad, 2023).

Lembaga yang menerapkan AI dalam layanan publik harus bertanggung jawab atas dampak AI pada masyarakat. Layanan publik membutuhkan pengembangan dan penerapan AI secara bertanggung jawab, adil, dan berbasis nilai untuk mengurangi hasil negatif sambil meningkatkan keuntungan. Konsep ini memastikan bahwa AI dapat meningkatkan layanan publik, proses pengambilan keputusan, dan hubungan antara pemerintah dan masyarakat. Dua prinsip utama dalam pengembangan AI yang etis yaitu keterbukaan dan akuntabilitas. Sangat penting untuk menjelaskan cara sistem AI berfungsi dan mengapa keputusan dibuat. Transparansi ini memberikan kepercayaan kepada pengguna dan memungkinkan mereka untuk memahami dan memeriksa keputusan yang dibuat oleh AI.

Gambar 3. Profil Instagram Lentari Pagi



Sumber: Instagram Lentari Pagi

Selain itu, penting bagi seseorang untuk mempertimbangkan mekanisme tanggung jawab dalam pengembangan AI, termasuk mengidentifikasi dan mengatasi kesalahan atau konsekuensi yang mungkin terjadi (Nur Irwan, 2023).

Regulasi yang diterapkan pada *virtual influencer* Lentari Pagi tampak cukup transparan. Di dalam bio profil Instagramnya, terdapat informasi mengenai pembuat yang bertanggung jawab atas eksistensi Lentari Pagi dalam ranah media sosial. Pada gambar 4.3, secara terperinci tercantum bahwa Lentari Pagi merupakan hasil pengembangan dari Imagine8 Studio, sebuah perusahaan teknologi yang berbasis di Australia. Dengan adanya keterangan ini, terbentuklah tingkat kejelasan yang tinggi terkait asal-usul serta entitas yang mengelola Lentari Pagi, memberikan pemahaman yang baik kepada pengikutnya mengenai kepemilikan dan tanggung jawab di balik karakter *virtual* tersebut.

Dengan kemampuan kecerdasan buatan untuk memengaruhi kehidupan kita,

pertimbangan etika menjadi semakin penting. Dalam situasi ini, sangat krusial untuk menjaga keamanan dan privasi data serta memastikan bahwa penggunaan kecerdasan buatan tidak melanggar hak asasi manusia. Contohnya, kecerdasan buatan dapat digunakan untuk menganalisis risiko atau membuat keputusan investasi di sektor keuangan. Meskipun demikian, dapat muncul ketidakadilan yang tidak diinginkan jika algoritma yang digunakan tidak transparan atau memberikan keuntungan secara tidak adil kepada kelompok tertentu. Pendidikan juga memiliki peran yang sangat penting dalam hal ini, karena setiap individu harus diberi pemahaman tentang etika penggunaan kecerdasan buatan sejak dini. Mereka perlu memahami nilai menghormati privasi orang lain, memahami keadilan dalam keputusan yang dihasilkan oleh kecerdasan buatan, dan menyadari dampak sosial dari teknologi ini (Fathiro Cahyono & Mukaromah, 2023).

Secara keseluruhan, terdapat beberapa tantangan yang harus diperhatikan, seperti keamanan dan privasi karena data merupakan aset berharga dalam era AI. Salah satu masalah utama yaitu menjaga keamanan dan privasi data yang dikumpulkan dan digunakan oleh sistem AI. Ada kemungkinan kebocoran dan penggunaan data yang tidak etis. Untuk melindungi data pengguna, diperlukan langkah-langkah keamanan yang kuat dan kebijakan privasi yang ketat, lalu harus diperhatikan juga permasalahan

tanggung jawab dan akuntabilitas dibalik adanya *virtual influencer* yang muncul dan diperlukan kerangka hukum yang jelas, serta kepercayaan dan transparansi karena sangat penting untuk mengembangkan metode yang meningkatkan transparansi sistem AI, menjelaskan keputusan yang diambil, dan memungkinkan pengguna untuk memahami dan memverifikasi hasil yang dihasilkan oleh sistem AI karena sistem AI yang kompleks seringkali sulit untuk dipahami oleh pengguna atau bahkan oleh para ahli.

Pandangan Praktisi Dalam Penelitian Hiperealitas dan *Artificial Intelligence*

Pandangan praktisi Dr. Andry sebagai pakar *artificial intelligence* dalam penelitian mengenai hiperealitas, *artificial intelligence*, dan media sosial Instagram merupakan aspek yang perlu dipelajari dalam memahami kompleksitas interaksi manusia dengan teknologi di era digital ini. Memandang hiperealitas sebagai fenomena di mana batas antara realitas dan representasi semakin kabur, terutama dengan munculnya *virtual influencer* seperti Lentari Pagi. Penerapan kecerdasan buatan dalam konteks ini, seperti yang dilihat pada karakter *virtual* tersebut, membuka diskusi tentang bagaimana teknologi semakin meresapi kehidupan sehari-hari. Media sosial Instagram sebagai *platform* utama bagi pengembangan dan ekspresi hiperealitas dan kecerdasan buatan memberikan panggung untuk refleksi dan

interaksi digital yang semakin kompleks menurut pakar ahli AI Telkom *University*.

Pada masa yang akan datang, AI memiliki banyak potensi untuk berkembang dan membantu digitalisasi pendidikan. Siswa memerlukan metode pembelajaran yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Siswa dapat lebih terlibat dan termotivasi untuk belajar karena teknologi, terutama AI, dapat memberi mereka petunjuk dan interaksi yang unik (Nur Irwan, 2023). Dengan memperhatikan perkembangan teknologi saat ini, penelitian ini dapat menjadi sarana untuk mendidik mahasiswa dan akademisi mengenai pemanfaatan positif teknologi. Sebagai contoh, dalam sektor pendidikan, dapat dikembangkan konten edukatif yang inovatif, termasuk penggunaan *virtual influencer* sebagai alat pendidikan yang dapat memberikan pemahaman lebih efektif. Selain itu, penelitian ini membuka peluang untuk mengatasi tantangan dalam pembelajaran, seperti kesulitan anak-anak atau orang tua dalam memahami materi. Dengan pendekatan positif, teknologi dapat digunakan sebagai alat bantu untuk memfasilitasi pembelajaran.

Selain bermanfaat dalam dunia pendidikan, di masa depan, AI dapat digunakan untuk mendiagnosis penyakit dengan tepat dan mengembangkan perawatan yang lebih baik. disesuaikan dengan individu. Ini dapat membantu meningkatkan perawatan kesehatan secara keseluruhan, dan diagnosis dan pengobatan dapat menjadi lebih efektif

dan akurat (Nur Irwan, 2023). Selanjutnya, potensi penerapan teknologi ini juga mencakup edukasi terkait sosialisasi dengan masyarakat dan keagamaan. Sebagai contoh, mungkin terdapat kehadiran ustazah *virtual* yang memberikan ceramah atau nasihat keagamaan kepada masyarakat. Dengan demikian, penelitian ini membuka ruang untuk pemanfaatan teknologi dalam berbagai aspek positif dalam dunia pendidikan dan kehidupan sehari-hari.

Agar penelitian pengembangan, dan pemanfaatan kecerdasan buatan dilakukan dengan prinsip etika, terdapat peraturan dan batasan yang harus diikuti di tengah gejolak pengembangan kecerdasan buatan. Penelitian dan pengembangan yang signifikan diperlukan untuk menciptakan kecerdasan buatan yang aman dan bermoral. Saat ini, kecerdasan buatan menimbulkan berbagai ancaman, seperti kesenjangan, pengangguran, bias algoritma, berita palsu, video palsu, transparansi algoritma, privasi, dan otomatisasi. Para ahli kecerdasan buatan perlu bersedia menerima kritik dari berbagai bidang, terutama dalam konteks etika. Jika tujuannya adalah mencapai hasil yang bermanfaat bagi manusia sambil menjaga nilai kemanusiaan, maka pendekatan etika merupakan landasan yang harus diikuti dalam lingkup akademis. Kolaborasi antara ahli etika dan kecerdasan buatan adalah contoh baik bagaimana membuat program

pendidikan lintas disiplin dapat berhasil (Fathiro Cahyono & Mukaromah, 2023).

Pentingnya memahami hiperealitas untuk menilai bagaimana manusia berinteraksi dengan teknologi di era modern. Dengan munculnya entitas *virtual* seperti Lentari Pagi, yang menjadi contoh konkret bagaimana teknologi dapat menciptakan citra yang sulit dibedakan dari realitas sehari-hari, hiperealitas menjadi fenomena yang menarik untuk dipelajari karena menciptakan hal baru di mana batas antara realitas objektif dan representasinya semakin mengabur, seperti yang dijelaskan Jean Baudrillard, bahwa teknologi dan media digital memperkuat fenomena simulasi yang menyebabkan percampuran antara realitas dan imajinasi (Saumantri et al., 2020). Dalam perspektif Baudrillard, perubahan ini menciptakan dunia yang bertransformasi menjadi simulakrum, di mana representasi dan pengalaman yang dihasilkan oleh media massa menggantikan realitas itu sendiri (Asharudin et al., 2023).

Penutup

Fenomena hiperealitas yang tercermin dalam interaksi *Virtual Influencer* Lentari Pagi di *platform* media sosial Instagram menghasilkan lingkungan *virtual* yang semakin menyerupai dunia nyata, membuka potensi baru dalam berbagai bidang, termasuk hiburan, pendidikan, dan simulasi industri. Tren *virtual influencer* mengalami perkembangan pesat dengan permintaan yang

tinggi, menjadi aset berharga dalam dunia *influencer* marketing. Seperti halnya *virtual influencer* Lentari Pagi yang aktif di Instagram dan memposting berbagai merek dalam rangka berkolaborasi dengan salah satu *brand* ternama yang menunjukkan bagaimana peran *virtual influencer* dalam mempromosikan berbagai produk dan layanan secara *online*. Selain itu pendekatan interaktif yang diterapkan oleh Lentari Pagi dalam berhubungan dengan para pengikutnya menciptakan suatu keterikatan yang hangat. Lentari Pagi secara keseluruhan berusaha untuk menjalin kedekatan dengan komunitas di dunia maya. Komunikasinya terasa sangat akrab dan ramah, sehingga memberikan kesan bahwa obrolan yang dijalankan tidak terasa mekanis seperti yang seringkali terjadi pada interaksi dengan entitas *virtual*. Dengan demikian, Lentari Pagi berhasil menciptakan situasi yang membuat para pengikutnya merasa lebih dekat dan nyaman.

Selain itu, dampak dari penggunaan teknologi kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*) dalam menciptakan *Virtual Influencer* seperti Lentari Pagi terhadap persepsi pengguna media sosial Instagram perlu memperhatikan salah satu masalah utama yaitu menjaga keamanan dan privasi data yang dikumpulkan dan digunakan oleh sistem AI. Untuk melindungi data pengguna, diperlukan langkah-langkah keamanan yang kuat dan kebijakan privasi yang ketat, lalu harus diperhatikan juga permasalahan

tanggung jawab dan akuntabilitas dibalik adanya *virtual influencer* yang muncul serta kepercayaan dan transparansi karena sangat penting untuk mengembangkan metode yang meningkatkan transparansi sistem AI, menjelaskan keputusan yang diambil, dan memungkinkan pengguna untuk memahami dan memverifikasi hasil yang dihasilkan oleh sistem AI karena sistem AI yang kompleks seringkali sulit untuk dipahami oleh pengguna. Namun transparansi yang dilakukan pada *virtual influencer* Lentari Pagi tampak cukup transparan. Di dalam bio profil Instagramnya, terdapat informasi mengenai pembuat yang bertanggung jawab atas eksistensi Lentari Pagi dalam ranah media sosial. Secara terperinci tercantum bahwa Lentari Pagi merupakan hasil pengembangan dari Imagine8 Studio, sebuah perusahaan teknologi yang berbasis di Australia. Dengan adanya keterangan ini, terbentuklah tingkat kejelasan yang tinggi terkait asal-usul serta entitas yang mengelola Lentari Pagi, memberikan pemahaman yang baik kepada pengikutnya mengenai kepemilikan dan tanggung jawab di balik karakter *virtual* tersebut.

Daftar Pustaka

- Asharudin, R., Aqidah, J., Islam, F., Uin, U., Gunung, S., & Bandung, D. (2023). Analisis Pemikiran Jean Baudrillard tentang Simulasi dan Realitas dalam Konteks Era Digital. *Gunung Djati Conference Series*, 24.
- Farwati, M., Talitha Salsabila, I., Raihanun Navira, K., Sutabri, T., & Bina Darma Palembang, U. (n.d.). *Analisa Pengaruh Teknologi Artificial Intelligence (Ai) Dalam Kehidupan Sehari-Hari* (Vol. 11).
- Fathiro Cahyono, N., & Mukaromah, S. (2023). *Prosiding Seminar Nasional Teknologi dan Sistem Informasi (SITASI) 2023*. Surabaya.
- Kawuryan, K., Program, D., Magister, S., Seni, D.-F., Dan, R., & Itb, D. (n.d.). *Pembentukan Hiperrealitas Oleh Cgi Influencer (Studi Kasus: Akun Lil Miquela Pada Sosial Media Instagram)*.
- Kurnia Hapsari, D., Manalu, Sr., Ratri Rahmiaji, L., Studi, P. S., Komunikasi, I., Soedarto, J., & Tembalang Semarang Kotak, S. (n.d.). *Memahami Motivasi, Bentuk Interaksi, Dan Manfaat Bagi Follower Dalam Mengikuti Micro-Influencer Di Media Sosial Instagram*.
- Muhammad, F. (2023). *Artificial Intelligence Pada Digital Marketing: A Systematic Literature Review Based*.
- Muttamimah, L., & Irwansyah, I. (2023). Pemanfaatan Influencer Berbasis Virtual dalam Komunikasi Pemasaran. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 22(1), 31–42. <https://doi.org/10.32509/wacana.v22i1.2322>
- Nugraha, N., & Saidi, A. I. (2022). Kajian hipersemiotika terhadap Rozy sebagai virtual influencer Instagram. *Serat Rupa Journal of Design*, 6(2), 121–137. <https://doi.org/10.28932/srjd.v6i2.4767>
- Nur Irwan. (2023). *FullBook Implementasi Artificial Intelligence (AI) dalam Kehidupan*
- Penggunaan Kecerdasan Buatan Pada, E., Fathiro Cahyono, N., & Mukaromah, S. (2023). *Prosiding Seminar Nasional*

Teknologi dan Sistem Informasi (SITASI) 2023 Surabaya.

Rijal Fadli, M. (2021). *Memahami desain metode penelitian kualitatif*. 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>

Saumantri, T., Abdu Zikrillah, dan, Sejarah dan Kebudayaan Islam, J., Komunikasi dan Penyiaran Islam, J., & Syekh Nurjati Cirebon, I. (2020). Teori Simulacra Jean Baudrillard Dalam Dunia Komunikasi Media Massa Jean Baudrillard's Simulacra Theory In The Communication WORLD OF MASS MEDIA. In *Jurnal Dakwah dan Komunikasi* / (Vol. 11, Issue 2).

Sookkaew, J., & Saephoo, P. (n.d.). “Digital Influencer”: Development and Coexistence with Digital Social Groups. In *IJACSA) International Journal of*

Advanced Computer Science and Applications (Vol. 12, Issue 12). www.ijacsa.thesai.org

Wibawa, R. C., Pratiwi, C. P., Wahyono, E., Hidayat, D., & Adiasari, W. (2022). Virtual Influencers : Is The Persona Trustworthy? *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*, 12(1), 51–62. <https://doi.org/10.34010/jamika.v12i1.6706>

Widiyanti Hendranto Gaya Hidup Instagram dan Minum Kopi, D., Representasi Diri, K., Hibriditas, dan, & Widiyanti Hendranto, D. (2022). Gaya Hidup Instagram Dan Minum Kopi: Kajian Representasi Diri, Konsumerisme, Dan Hibriditas. *Serat Rupa Journal of Design*, 6(1), 14–23. <https://doi.org/10.28932/srjd.v4i.2673>