

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kajian Pustaka

2.1.1. *Review Penelitian Sejenis*

Review penelitian sejenis merupakan bagian penting dalam penelitian yang bertujuan untuk mengidentifikasi, mengkaji, dan membandingkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik yang sedang diteliti. Tujuan utama dari review penelitian sejenis untuk mengidentifikasi perkembangan penelitian yang relevan dengan topik yang diteliti, sekaligus menemukan celah penelitian (*research gap*) yang belum banyak dikaji. Melalui review ini, peneliti dapat memahami kecenderungan fokus penelitian sebelumnya, serta membangun landasan teoritis dan empiris yang mendukung penelitian. Selain itu, kajian ini juga berfungsi untuk menegaskan kebaruan penelitian dengan menunjukkan perbedaan antara penelitian yang dilakukan dengan penelitian terdahulu, sehingga kontribusi penelitian dalam bidang ilmu komunikasi dapat terlihat secara jelas.

Berikut adalah hasil penelitian terdahulu yang memiliki hubungan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti untuk mengkaji yang relevan dengan deepfake dan kontes video berbasis Artificial Intelligence (AI).

1. *Deepfakes and Disinformation: Exploring the Impact of Synthetic Political Video on Deception, Uncertainty, and Trust in News*. Penelitian dilakukan oleh (Vaccari & Chadwick, 2020). Penelitian ini menjelaskan dampak video sintesis terhadap persepsi audiens, berkontribusi dalam menjelaskan bagaimana konten

manipulatif dapat memengaruhi kepercayaan publik, namun lebih berfokus pada konteks politik dan belum mengkaji secara mendalam proses pemaknaan audiens terhadap konten tertentu. Hasil penelitiannya yaitu, paparan terhadap konten deepfake tidak selalu meningkatkan kepercayaan, melainkan justru menimbulkan ketidakpastian serta menurunkan tingkat kepercayaan terhadap berita digital.

2. *The Social Impact of Deepfake*. Penelitian ini dilakukan oleh (Hancock & Bailenson, 2021) penelitian ini menjelaskan dampak sosial dari penggunaan teknologi deepfake dalam komunikasi digital bahwa “*synthetic media can influence perceptions due to its realism.*” Meskipun demikian, penelitian ini lebih menekankan pada implikasi sosial secara umum dan belum secara spesifik membahas bagaimana audiens memaknai konten dalam konteks tertentu, seperti bencana di media sosial. Hasil penelitiannya yaitu, media sintetis memiliki kekuatan persuasif yang tinggi karena mampu menghadirkan visual yang realistis, sehingga berpotensi memengaruhi persepsi individu terhadap suatu realitas.
3. *Deep Fakes: A Looming Challenge for Privacy, Democracy, and National Security*. Penelitian ini dilakukan oleh (Chesney & Citron, 2019) penelitian ini menjelaskan mengenai implikasi hukum dan sosial dari deepfake “*deepfakes threaten to erode trust in visual evidence,*” yang mengindikasikan bahwa teknologi ini berpotensi menghilangkan batas antara fakta dan rekayasa. Hasil penelitiannya yaitu, perkembangan teknologi deepfake dapat mengancam kepercayaan terhadap bukti visual dan informasi digital, memberikan

kontribusi penting dalam memahami risiko disinformasi berbasis visual, namun masih berfokus pada aspek makro seperti regulasi dan dampak umum.

Tabel 2. 1 *Review Penelitian Sejenis*

No	Penelitian	
1	Penulis dan Tahun	Cristian Vaccari, Andrew Chadwick (2020)
	Judul Penelitian	Deepfakes and Disinformation: Exploring the Impact of Synthetic Political Video on Deception, Uncertainty, and Trust in News
	Metode Penelitian	Kuantitatif (Exsperimental Study)
	Hasil Penelitian	Paparan deepfake meningkatkan ketidakpastian dan menurunkan kepercayaan terhadap berita digital
	Persamaan	Sama-sama membahas AI/deepfake dan audiens
	Perbedaan	Fokus pada konteks politik, bukan persepsi spesifik di media sosial
2	Penulis dan Tahun	Jeffrey T. Hancock, PhD and Jeremy N. Bailenson, PhD (2021)
	Judul Penelitian	The Social Impact of Deepfakes
	Metode Penelitian	Kualitatif
	Hasil Penelitian	Deepfake memiliki dampak sosial kuat karena visual realistis mampu memengaruhi persepsi audiens
	Persamaan	Sama-sama membahas pengaruh AI terhadap persepsi
	Perbedaan	Tidak fokus pada konteks TikTok atau tema bencana
3	Penulis dan Tahun	Bobby Chesney, Danielle Citron (2019)
	Judul Penelitian	Deep Fakes: A Looming Challenge for Privacy, Democracy, and National Security
	Metode Penelitian	Kualitatif
	Hasil Penelitian	Deepfake mengancam kepercayaan terhadap bukti visual dan informasi digital.
	Persamaan	Sama-sama membahas dampak AI terhadap kepercayaan publik.
	Perbedaan	Fokus pada aspek hukum dan keamanan, bukan pemaknaan audiens.

2.2. Kerangka Konseptual

2.2.1. Komunikasi

2.2.1.1. Definisi Komunikasi

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dengan tujuan menciptakan kesamaan makna. Dalam perspektif ilmu komunikasi, komunikasi tidak hanya dipahami sebagai aktivitas menyampaikan informasi, tetapi juga sebagai proses pertukaran makna yang melibatkan pemahaman, penafsiran, serta respons dari pihak penerima pesan. Proses komunikasi berlangsung secara dinamis karena setiap individu memiliki latar belakang, pengalaman, pengetahuan, dan cara pandang yang berbeda dalam memahami pesan yang diterima. Oleh karena itu, komunikasi memiliki peran penting dalam membentuk hubungan sosial, memengaruhi pola pikir, serta menciptakan interaksi antarindividu di dalam kehidupan bermasyarakat.

Menurut (Effendy, 2011) komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media tertentu yang dapat menimbulkan efek tertentu. Pendapat tersebut menunjukkan bahwa komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian pesan, tetapi juga memiliki tujuan untuk memengaruhi sikap, perilaku, maupun cara berpikir penerima pesan. Sementara itu, (Mulyana, 2015) menjelaskan bahwa komunikasi merupakan proses berbagi makna melalui perilaku verbal maupun nonverbal yang dilakukan oleh dua orang atau lebih. Hal ini menegaskan bahwa komunikasi tidak selalu dilakukan melalui kata-kata, tetapi juga dapat melalui simbol, ekspresi, gerakan tubuh, maupun media visual yang memiliki makna tertentu.

Selain itu, (Carl I. Hovland) dalam (Effendy, 2011) menyatakan bahwa komunikasi merupakan upaya sistematis untuk merumuskan prinsip-prinsip penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap. Pendapat tersebut menunjukkan bahwa komunikasi memiliki pengaruh besar dalam membentuk opini dan persepsi individu terhadap suatu informasi. Dalam konteks media digital, komunikasi tidak lagi berlangsung secara langsung, tetapi juga melalui media sosial yang memungkinkan pesan tersebar dengan cepat kepada khalayak luas. Kehadiran media sosial menjadikan proses komunikasi semakin kompleks karena informasi yang diterima masyarakat dapat berasal dari berbagai sumber dengan tingkat kebenaran yang berbeda-beda.

Perkembangan teknologi digital, khususnya media sosial seperti TikTok, turut mengubah pola komunikasi masyarakat modern. Media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media penyebaran informasi, opini, dan pembentukan persepsi publik. Konten berbasis Artificial Intelligence (AI) yang tersebar di media sosial menjadi salah satu bentuk perkembangan komunikasi digital yang mampu menghadirkan visual, audio, dan narasi menyerupai kejadian nyata. Kondisi tersebut menyebabkan masyarakat perlu memiliki kemampuan berpikir kritis dan literasi digital agar tidak mudah terpengaruh oleh informasi yang belum tentu sesuai dengan fakta.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan proses dinamis yang melibatkan penyampaian, penerimaan, dan pemaknaan pesan dalam suatu konteks sosial tertentu. Komunikasi tidak hanya bertujuan menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk pemahaman, sikap, dan

persepsi individu terhadap suatu fenomena, penerimaan, serta pemaknaan pesan dalam suatu konteks sosial tertentu.

2.2.1.2. Unsur – Unsur Komunikasi

Setelah pembahasan definisi komunikasi maka terdapat unsur-unsur dalam komunikasi. Unsur-unsur dikemukakan oleh (Effendy, 2011) dalam buku Ilmu Komunikasi adalah sebagai berikut :

1. Pengirim yaitu komunikator merupakan pihak yang menyampaikan pesan kepada individu maupun kelompok tertentu. Komunikator memiliki peran penting dalam menentukan isi pesan, tujuan komunikasi, serta cara penyampaian pesan agar dapat dipahami oleh penerima. Dalam proses komunikasi, komunikator dapat berupa individu, kelompok, lembaga, maupun
2. Penyandian yaitu proses mengubah ide, gagasan, atau pikiran ke dalam bentuk simbol, bahasa, tulisan, gambar, maupun tanda tertentu yang memiliki makna. Melalui proses ini, pesan disusun agar dapat dipahami oleh penerima sesuai tujuan komunikasi yang ingin disampaikan oleh komunikator.
3. Media yaitu saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Media komunikasi dapat berupa media langsung, seperti percakapan tatap muka, maupun media tidak langsung seperti televisi, radio, internet, dan media sosial. Keberadaan media sangat memengaruhi efektivitas penyampaian pesan kepada audiens. Pengawasan sandian yaitu proses di mana komunikan menetapkan makna pada lambang yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.

4. Penerima yaitu komunikan adalah pihak yang menerima pesan dari komunikator. Komunikan dapat berupa individu, kelompok, maupun masyarakat luas yang menjadi sasaran komunikasi. Dalam proses komunikasi, komunikan tidak hanya menerima pesan secara pasif, tetapi juga memberikan makna terhadap informasi yang diterima.
5. Tanggapan merupakan reaksi yang muncul pada komunikan setelah menerima pesan dari komunikator. Reaksi tersebut dapat berupa perubahan sikap, pendapat, emosi, maupun perilaku sebagai bentuk respons terhadap pesan yang diterima.
6. Umpan balik yaitu respons yang diberikan komunikan kepada komunikator setelah proses komunikasi berlangsung. Umpan balik berfungsi untuk mengetahui apakah pesan yang disampaikan telah dipahami dengan baik atau justru menimbulkan kesalahpahaman. Dalam komunikasi dua arah, umpan balik menjadi unsur penting untuk menciptakan interaksi yang efektif.
7. Gangguan yaitu hambatan yang muncul dalam proses komunikasi sehingga pesan yang diterima komunikan berbeda dengan pesan yang dimaksud oleh komunikator. Gangguan dapat berupa gangguan teknis, perbedaan bahasa, kondisi psikologis, maupun informasi lain yang menghambat proses penyampaian dan pemahaman pesan.

Berdasarkan unsur-unsur tersebut, dapat dipahami bahwa komunikasi merupakan proses yang kompleks karena melibatkan penyampaian, penerimaan, serta pemaknaan pesan melalui berbagai tahapan. Setiap unsur dalam komunikasi

saling berkaitan dan memengaruhi keberhasilan proses komunikasi dalam menciptakan kesamaan makna antara komunikator dan komunikan.

2.2.1.3.Fungsi Komunikasi

Komunikasi memiliki berbagai fungsi dalam kehidupan manusia, baik dalam hubungan sosial, pendidikan, maupun penyebaran informasi. Fungsi komunikasi tidak hanya terbatas pada penyampaian pesan, tetapi juga berperan dalam membentuk pemahaman, memengaruhi sikap, serta menciptakan hubungan antarindividu di lingkungan sosial. Dalam proses komunikasi, komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan dengan tujuan tertentu agar tercipta respons atau efek sesuai yang diharapkan. Oleh sebab itu, komunikasi menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari karena hampir seluruh aktivitas manusia melibatkan proses komunikasi. Adapun fungsi komunikasi menurut (Mulyana, 2015) adalah sebagai berikut :

1. Fungsi informatif yaitu fungsi komunikasi sebagai sarana penyampaian pesan atau informasi kepada orang lain. Melalui komunikasi, individu dapat mengetahui berbagai peristiwa, keadaan, dan perkembangan yang terjadi di lingkungan sekitar maupun di luar jangkauan langsungnya. Dalam era digital, fungsi informatif semakin berkembang melalui media sosial yang memungkinkan informasi tersebar secara cepat kepada masyarakat luas. Namun, kemudahan penyebaran informasi tersebut juga menuntut masyarakat untuk lebih selektif dalam memahami dan memverifikasi informasi yang diterima.

2. Fungsi edukatif menunjukkan bahwa komunikasi dapat digunakan sebagai sarana pembelajaran dan penyampaian pengetahuan. Melalui proses komunikasi, individu dapat memperoleh pemahaman baru, nilai-nilai sosial, serta pengalaman yang bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari. Komunikasi edukatif tidak hanya berlangsung di lingkungan pendidikan formal, tetapi juga melalui media digital dan media sosial yang kini banyak digunakan sebagai sumber informasi dan pengetahuan oleh masyarakat.
3. Fungsi persuasif yaitu kemampuan komunikasi dalam memengaruhi sikap, pendapat, maupun perilaku individu atau kelompok tertentu. Dalam fungsi ini, pesan disampaikan dengan tujuan untuk mengajak, memengaruhi, atau membentuk cara pandang komunikasi terhadap suatu hal. Media sosial menjadi salah satu sarana komunikasi persuasif yang cukup kuat karena mampu membentuk opini publik melalui visual, audio, maupun narasi yang menarik perhatian audiens.
4. Fungsi hiburan merupakan fungsi komunikasi yang bertujuan memberikan kesenangan, relaksasi, dan hiburan bagi individu. Bentuk komunikasi hiburan dapat berupa video, cerita, musik, film, maupun konten kreatif yang disampaikan melalui berbagai media. Dalam perkembangan media digital saat ini, fungsi hiburan semakin dominan karena masyarakat banyak menggunakan media sosial sebagai sarana untuk mencari hiburan dan mengisi waktu luang.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikasi memiliki fungsi yang sangat luas dalam kehidupan manusia. Komunikasi tidak hanya digunakan untuk menyampaikan informasi, tetapi juga berperan dalam

proses pendidikan, pembentukan sikap, serta pemberian hiburan kepada masyarakat. Dalam konteks media sosial, fungsi komunikasi menjadi semakin kompleks karena pesan yang disampaikan dapat memengaruhi cara berpikir, persepsi, dan perilaku pengguna terhadap suatu informasi yang diterima.

2.2.1.4. Tujuan Komunikasi

Setiap individu yang melakukan proses komunikasi pada dasarnya memiliki tujuan tertentu yang ingin dicapai. Secara umum, tujuan komunikasi adalah menciptakan kesamaan makna antara pihak yang menyampaikan pesan (komunikator) dengan pihak yang menerima pesan (komunikan). Kesamaan makna tersebut penting agar pesan yang disampaikan dapat dipahami sesuai dengan maksud komunikator sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman dalam proses komunikasi. Dalam kehidupan sosial, komunikasi tidak hanya digunakan untuk menyampaikan informasi, tetapi juga berfungsi untuk memengaruhi cara berpikir, sikap, dan perilaku individu maupun kelompok. Oleh karena itu, komunikasi memiliki peran penting dalam membentuk hubungan sosial dan menciptakan interaksi yang efektif di masyarakat. Menurut (Effendy, 2011) tujuan komunikasi meliputi sebagai berikut :

1. Perubahan Sikap (*attitude change*)

Perubahan sikap merupakan tujuan komunikasi yang berkaitan dengan perubahan perasaan, kecenderungan, atau evaluasi individu terhadap suatu objek, baik menjadi lebih positif maupun negatif. Melalui komunikasi, seseorang dapat mengalami perubahan sikap setelah menerima pesan tertentu yang dianggap memengaruhi cara pandangnya. Dalam konteks media sosial,

pesan yang disampaikan melalui visual, audio, maupun narasi dapat membentuk respons emosional audiens sehingga memengaruhi sikap mereka terhadap suatu fenomena.

2. Perubahan pendapat (*opinion change*)

Perubahan pendapat proses komunikasi memungkinkan seseorang memperoleh sudut pandang baru yang dapat memengaruhi opini yang dimiliki sebelumnya. Perubahan pendapat sering terjadi ketika individu menerima informasi yang dianggap lebih meyakinkan, relevan, atau sesuai dengan kondisi yang sedang terjadi di lingkungan sosialnya.

3. Perubahan perilaku (*behavior change*)

Perubahan perilaku merupakan tujuan komunikasi yang berkaitan dengan tindakan nyata yang dilakukan individu sebagai hasil dari proses komunikasi. Pesan yang diterima seseorang dapat memengaruhi tindakan, kebiasaan, maupun keputusan yang diambil dalam kehidupan sehari-hari. Dalam media digital, komunikasi yang berlangsung secara terus-menerus dapat memengaruhi perilaku pengguna, seperti cara menyikapi informasi, kebiasaan menggunakan media sosial, hingga keputusan dalam mempercayai dan menyebarkan suatu konten.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa tujuan komunikasi tidak hanya terbatas pada penyampaian pesan, tetapi juga berkaitan dengan proses memengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku individu. Dalam konteks media sosial, tujuan komunikasi menjadi semakin kompleks karena pesan yang diterima pengguna dapat membentuk cara pandang dan respons mereka terhadap suatu

informasi, termasuk terhadap konten video Artificial Intelligence yang beredar di media sosial.

2.2.2. Persepsi

2.2.2.1. Pengertian Persepsi

Persepsi merupakan proses yang menjembatani individu dengan realitas disekitarnya. Persepsi tidak hanya sekedar menerima rangsangan, tetapi melibatkan proses mental dalam memilih, mengorganisasi, serta memberi makna terhadap informasi yang diperbolehkan melalui Indera, dengan begitu persepsi menjadi dasar bagi individu dalam memahami pesan yang disampaikan. Menurut (Desiderato, 1975:129) dalam (Komala & Rabathy, 2021) persepsi adalah proses pemberian makna terhadap stimulus yang diterima oleh Indera, yang tidak hanya melibatkan sensasi, tetapi juga perhatian, motivasi, serta pengalaman individu. Sementara itu, Rahmat, (2002) dan Walgito (2010) dalam (Kandi et al., 2023) menyatakan bahwa persepsi merupakan proses penafsiran terhadap suatu objek atau peristiwa melalui pengolahan informasi yang diterima, sehingga menghasilkan pemahaman tertentu.

Secara umum, persepsi dapat bersifat subjektif karena dipengaruhi oleh berbagai faktor proses dalam diri individu, seperti pengalaman, pengetahuan, serta kondisi psikologi. Hal ini menyebabkan stimulus yang sama tidak selalu menghasilkan pemahaman yang sama. dalam media digital, perbedaan ini semakin terlihat karena informasi yang diterima sering kali terkonsep.

2.2.2.2. Karakteristik Persepsi

Konsep persepsi menurut (Maryam & Paryonti, 2020) dalam buku Pengantar Psikologi Umum menjelaskan bahwa persepsi merupakan proses

individu dalam menerima, memahami, serta memberikan makna terhadap stimulus yang diterima melalui pancaindra. Persepsi tidak hanya berkaitan dengan bagaimana seseorang melihat atau mendengar suatu objek, tetapi juga bagaimana individu menafsirkan informasi tersebut berdasarkan pengalaman, pengetahuan, dan kondisi psikologis yang dimiliki. Oleh karena itu, persepsi bersifat subjektif karena setiap individu dapat memberikan penilaian dan makna yang berbeda terhadap objek atau peristiwa yang sama.

Perbedaan persepsi antarindividu dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berasal dari dalam diri maupun lingkungan sekitar. Dalam proses persepsi, individu tidak secara langsung menerima informasi secara utuh, tetapi melakukan proses seleksi, pengorganisasian, dan interpretasi terhadap stimulus yang diterima. Hal tersebut menyebabkan persepsi seseorang dapat berubah sesuai dengan pengalaman, latar belakang sosial, serta kondisi psikologis yang dimiliki. Dengan demikian, persepsi menjadi bagian penting dalam memahami bagaimana individu membentuk pandangan terhadap suatu realitas sosial.

Selain itu, persepsi dipengaruhi oleh beberapa faktor, meliputi :

1. Faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar diri individu dan berkaitan dengan karakteristik stimulus yang diterima, faktor eksternal meliputi dua hal berikut:
 - a. Gerakan, Stimulus yang bergerak cenderung lebih mudah menarik perhatian individu dibandingkan objek yang diam. Dalam komunikasi visual, gerakan menjadi unsur penting karena dapat meningkatkan fokus perhatian seseorang terhadap suatu objek atau informasi tertentu.

- b. Intensitas stimulus, Individu cenderung lebih memperhatikan stimulus yang memiliki kekuatan lebih besar dibandingkan stimulus lainnya. Intensitas stimulus dapat berupa suara yang keras, warna yang mencolok, visual yang dramatis, maupun informasi yang dianggap penting sehingga lebih mudah menarik perhatian individu.
 - c. Kebaruan, hal-hal yang bersifat baru, unik, atau berbeda dari biasanya cenderung lebih mudah menarik perhatian individu. Kebaruan suatu informasi dapat memunculkan rasa penasaran sehingga individu terdorong untuk memperhatikan dan memahami stimulus tersebut lebih lanjut.
 - d. Perulangan, stimulus yang disampaikan secara berulang akan lebih mudah diingat dan diperhatikan oleh individu. Perulangan informasi, terutama jika disertai variasi tertentu, dapat memperkuat perhatian dan membentuk pemahaman individu terhadap suatu pesan atau objek tertentu.
2. Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari dalam diri individu dan berkaitan dengan kondisi biologis maupun psikologis seseorang. Faktor internal meliputi:
- a. Biologis, Kondisi biologis individu dapat memengaruhi proses penerimaan stimulus. Faktor seperti kondisi kesehatan, fungsi pancaindra, dan tingkat konsentrasi akan memengaruhi bagaimana individu memberikan perhatian terhadap suatu objek atau informasi tertentu.
 - b. Sosiopsikologi, Kondisi sosiopsikologis berkaitan dengan sikap, kebiasaan, pengalaman, motivasi, serta kebutuhan individu. Faktor ini memengaruhi cara seseorang memahami dan memberikan makna terhadap stimulus yang diterima. Pengalaman dan lingkungan sosial yang berbeda

menyebabkan setiap individu memiliki cara pandang yang tidak selalu sama terhadap suatu informasi atau peristiwa.

Dengan demikian, proses ini tidak hanya menentukan bagaimana individu menerima informasi, tetapi bagaimana menafsirkan dan memberikan makna terhadap stimulus. Persepsi dapat dipahami dalam bentuk proses yang melibatkan berbagai faktor internal dan eksternal untuk membentuk pemahaman individu terhadap suatu realitas.

2.2.3. *Artificial Intelligence*

2.2.3.1. Definisi *Artificial Intelligence*

Artificial Intelligence atau kecerdasan buatan merupakan suatu teknologi yang dirancang untuk meniru kemampuan intelektual manusia dalam menjalankan berbagai aktivitas, seperti berfikir, belajar, serta mengambil keputusan. AI bekerja dengan memungkinkan sistem untuk menghasilkan respons secara otomatis. (Azizah et al., 2021) menjelaskan *Artificial Intelligence* adalah cabang Ilmu Komputer yang mempelajari otomatis tingkah kecerdasan. Sejalan dengan pendapat tersebut kecerdasan buatan adalah hal-hal yang memungkinkan mesin untuk belajar dari pengalaman, dengan cara menyesuaikan input-input baru, serta melaksanakan tugas yang biasa dikerjakan oleh manusia.

Artificial Intelligence atau kecerdasan buatan adalah sistem yang di buat seanggih mungkin seperti kecerdasan manusia lalu ditanamkan kepada sistem teknologi yang bisa menghasilkan kecerdasan buatan (Mutaqin et al., 2023). AI sebagai sistem yang mampu melakukan analisis data secara cepat dan juga akurat, bahkan mampu menyelesaikan tugas yang sulit dilakukan oleh manusia dalam

waktu singkat. Dengan demikian, Artificial Intelligence dapat dipahami sebagai teknologi yang mengintegrasikan kemampuan komputasi dan kecerdasan buatan untuk meniru proses kognitif manusia dalam mengolah informasi dan menghasilkan keputusan.

2.2.3.2. Jenis-Jenis *Artificial Intelligence*

Artificial Intelligence memiliki tingkat kemampuan dan fungsinya dalam beberapa jenis yang dikemukakan oleh (Tascarella, 2006) dalam (Azizah et al., 2021) :

1. Symbol-manipulating Artificial Intelligence

Jenis AI ini merupakan jenis yang jumlah eksperimennya paling banyak. Kecerdasan buatan yang bekerja dengan memproses simbol-simbol atau aturan logika yang telah di program sebelumnya. Sistem ini nantinya di gunakan pendekatan berbasis aturan (*rule-based system*) untuk menarik kesimpulan dan menyelesaikan masalah secara sistematis.

2. Neural Artificial Intelligence

Jenis AI ini adalah pendekatan kecerdasan buatan yang meniru cara kerja otak manusia dalam memproses informasi. Sistem ini mengandalkan pembelajaran dari data melalui pola-pola yang terbentuk secara otomatis.

3. Neural Networks Artificial Intelligence

Jenis AI ini adalah jaringan saraf tiruan merupakan model komputasi yang menjadi dasar Neural AI, yang terdiri dari kumpulan unit pemrosesan (neuron) yang saling terhubung. Model ini biasanya di gunakan untuk mengenali pola kompleks dalam data, seperti gambar, suara, dan teks, sehingga banyak diterapkan dalam berbagai teknologi AI Modern.

2.2.3.3. Karakteristik *Artificial Intelligence*

Artificial Intelligence menunjukkan kemampuan yang semakin kompleks, mulai dari pengolahan data dalam skala besar hingga kemampuan adaptasi terhadap perubahan informasi. Oleh karena itu, karakteristik *Artificial Intelligence* dapat diidentifikasi melalui beberapa aspek utama yang menjelaskan cara kerja dan keunggulan teknologi, yaitu :

1. Kemampuan Pengolahan Data (*Data Processing Capability*)

Artificial Intelligence memiliki kemampuan dalam mengolah data dalam jumlah besar secara cepat dan sistematis. *Artificial Intelligence* mampu mengolah data dalam jumlah besar secara cepat dan efisien (Hartanto et al., 2020). Kemampuan karakteristik ini memungkinkan sistem menghasilkan informasi yang akurat dalam waktu singkat.

2. Kemampuan Pembelajaran (*Learning Ability*)

Artificial Intelligence memiliki kemampuan untuk mempelajari pola dari data melalui proses *machine learning*, sehingga dapat meningkatkan kinerja berdasarkan pengalaman sebelumnya. Sistem AI dapat belajar dari data dan meningkatkan performa tanpa pemrograman ulang secara eksplisit (Fajri et al., 2025).

3. Kemampuan Otomatisasi (*Automation Capability*)

AI mampu menjalankan berbagai tugas secara otomatis tanpa keterlibatan manusia secara langsung. *Artificial Intelligence* memungkinkan otomatisasi proses kerja yang sebelumnya dilakukan secara manual (Sari & Subroto, 2025).

4. Kemampuan Analisis dan Pengambilan Keputusan (*Reasoning Capability*)

AI juga memiliki kemampuan dalam melakukan analisis dan memnentukan Keputusan berdasarkan data yang tersedia. AI mampu melakukan analisis data untuk mendukung pengambilan keputusan secara rasional, kemampuan ini memungkinkan pengolahan informasi kompleks secara efektif (Susanti, 2026).

2.2.4. Tiktok

2.2.4.1. Definisi TikTok

Tiktok merupakan platform media sosial berbasis video pendek yang memungkinkan pengguna untuk membuat, mengedit, serta membagikan konten audio-visual secara kreatif. Aplikasi ini menenkankan pada kemudahan produksi konten serta distribusi yang cepat melalui sistem algoritma yang mampu menyesuaikan preferensi pengguna. Tiktok adalah sebuah aplikasi yang muncul seiring dengan kemajuan pesat di era digital. Aplikasi tersebut berasal dari Tiongkok dan di perkenalkan pada awal bulan September 2016 oleh seorang pengusaha terkemuka bernama Zhang Yiming, yang merupakan pendiri dari Perusahaan teknologi ByteDance.

Gambar 2. 1 Gambar Logo Tiktok



Sumber: TikTok

Tiktok merupakan platform berbagai video pendek yang memberikan ruang bagi pengguna untuk mengekspresikan kreativitas serta berinteraksi secara luas

melalui konten digital. Tiktok dapat dipahami sebagai media yang tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga penyebaran informasi dan ekspresi diri (Sinaga et al., 2024). Seiring dengan perkembangan teknologi digital, platform TikTok tidak hanya menjadi media hiburan dan komunikasi, tetapi juga mengalami transformasi sebagai ruang produksi konten berbasis AI. Pemanfaat pada AI pembuatan konten video memungkinkan terciptanya visual yang semakin realistis, bahkan mampu merekonstruksi peristiwa tertentu secara digital. Dalam konteks ini, muncul fenomena video bertema bencana yang di hasilkan melalui teknologi Ai dan di sebarakan melalui TikTok.

Dengan demikian, integrasi antara ai dan platform TikTok dalam prosduksi video bertema bencana menjadi fenomena yang penting untuk dikaji, khususnya dalam melihat bagaimana audiens membentuk persepsi terhadap konten yang tidak sepenuhnya merepresentasikan realitas yang sebenarnya.

2.2.4.2. Fitur TikTok

Aplikasi TikTok memiliki berbagai fitur yang mendukung proses produksi, distribusi, dan penyebaran konten digital secara luas. Kehadiran fitur-fitur tersebut menjadikan TikTok tidak hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana komunikasi digital yang mampu membentuk interaksi dan penyebaran informasi secara cepat kepada masyarakat. Berikut beberapa fitur utama yang terdapat pada aplikasi TikTok.

1. For You Page (FYP)

Fitur *For You Page* atau FYP merupakan halaman utama yang menampilkan rekomendasi video berdasarkan algoritma TikTok. Algoritma tersebut bekerja

dengan menyesuaikan konten sesuai minat, aktivitas, dan interaksi pengguna di dalam aplikasi. Melalui fitur ini, sebuah video dapat dengan mudah menjangkau audiens yang lebih luas meskipun pemilik akun tidak memiliki jumlah pengikut yang besar. Keberadaan FYP menjadi faktor penting dalam mempercepat penyebaran informasi dan meningkatkan potensi viralitas suatu konten di media sosial.

2. Editing Tools (Efek dan Filter)

TikTok menyediakan berbagai fitur pengeditan yang memungkinkan pengguna membuat konten secara lebih kreatif dan menarik. Fitur tersebut meliputi filter visual, efek khusus, musik latar, pengaturan kecepatan video, serta transisi yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pengguna. Kehadiran fitur editing tools mempermudah pengguna dalam menghasilkan konten yang menarik secara visual maupun audio sehingga pesan yang disampaikan menjadi lebih efektif dan mudah menarik perhatian audiens.

3. Duet dan Stitch

Fitur *Duet* dan *Stitch* memungkinkan pengguna untuk berinteraksi secara langsung dengan konten milik pengguna lain. Fitur duet digunakan untuk membuat video berdampingan dengan video asli, sedangkan stitch memungkinkan pengguna mengambil bagian tertentu dari video orang lain untuk dikombinasikan dengan konten baru. Kedua fitur tersebut menunjukkan karakteristik TikTok sebagai media sosial yang bersifat partisipatif karena pengguna tidak hanya berperan sebagai penonton, tetapi juga sebagai kreator yang aktif dalam proses komunikasi digital.

4. Live Streaming

Fitur *live streaming* memungkinkan pengguna melakukan siaran langsung dan berinteraksi secara real-time dengan audiens. Melalui fitur ini, kreator dapat menyampaikan pesan secara langsung, menerima tanggapan dari penonton, serta membangun kedekatan dengan pengikutnya. Fitur *live streaming* memperkuat interaktivitas dalam komunikasi digital karena memungkinkan terjadinya pertukaran pesan secara langsung dan simultan antara komunikator dan komunikan.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti menyimpulkan bahwa bahwa fitur-fitur yang terdapat pada aplikasi TikTok, seperti FYP, editing tools, duet dan stitch, serta *live streaming*, memiliki peran penting dalam perkembangan komunikasi digital. Fitur-fitur tersebut mendukung proses penyebaran informasi, interaksi sosial, dan produksi konten kreatif yang dapat memengaruhi cara masyarakat menerima serta memaknai informasi di media sosial.

2.2.4.3. Manfaat TikTok

Penggunaan aplikasi media sosial sering kali menimbulkan pro dan kontra terkait dampaknya. Namun demikian, perlu di akui bahwa pengguna TikTok dapat memberikan manfaat, tidak hanya media hiburan, tetapi juga dalam aspek edukasi, komunikasi, serta pengembangan diri.

Menurut (Pebrimireni, 2024) dalam penelitiannya menyatakan bahwa TikTok dapat dimanfaatkan sebagai media pembelajaran yang meningkatkan motivasi dan penguasaan pengguna. Dengan itu, TikTok dapat beberapa manfaat dari menggunakan aplikasi tersebut.

1. Sebagai Media Hiburan / Sarana Hiburan

Manfaat TikTok sarana hiburan merupakan sarana melalui konten video pendek yang bersifat kreatif dan menarik perhatian. Namun, platform ini juga menjadi ruang bagi individu untuk mengekspresikan diri, melalui visual, audio, serta narasi yang dibangun dalam bentuk konten.

2. **Sebagai *Personal Branding***

Personal branding sebagai penggunaan dapat membangun identitas diri, citra, serta eksistensi ruang digital.

3. **Sebagai Media Informasi**

Media informasi sebagai media yang memungkinkan penyebaran pesan secara cepat dan luas kepada audiens.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti menyimpulkan bahwa manfaat media sosial TikTok secara singkatnya adalah peran yang signifikan dalam mendukung aktivitas komunikasi digital melalui media hiburan, personal branding, media informasi. Maka dengan begitu, manfaat yang ditawarkan TikTok tidak hanya mencakup aspek hiburan dan kreativitas, tetapi sebagai media berbagai manfaatnya.

2.2.5. Konten Video

2.2.5.1. Pengertian Konten Video

Konten video merupakan bentuk pesan audiovisual yang disajikan melalui media digital dengan menggabungkan unsur gambar bergerak, suara, serta teks untuk menyampaikan informasi, hiburan, maupun persuasi kepada audiens. Konten video tidak hanya berfungsi sebagai media pencapaian pesan, sebagai alat komunikasi yang mampu memengaruhi cara audiens memahami dan memaknai suatu informasi. Hal ini disebabkan oleh kekuatan visual dan audio yang mampu membangun kesan realistis serta meningkatkan daya tarik pesan.

Konten video merupakan muatan gambar yang berisikan cerita yang dihasilkan sebagai gambar yang bergerak dengan dibarengi audio. Dengan demikian, konten video sebagai media komunikasi yang sangat efektif dalam menyampaikan pesan komunikasi dengan unsur visual dan audio.

2.2.5.2. Elemen Utama Konten Video

Berdasarkan definisi di atas konten video terdapat beberapa elemen utama dalam (Iskandar & Zarkasi, 2024) yang saling mendukung dalam membentuk pesan yang utuh dan bermakna,

1. Elemen Visual

Elemen visual merupakan tampilan gambar yang disajikan dalam video. Tampilan gambar video yang digunakan dalam video dinilai memiliki kualitas yang baik, seperti “tidak buram dan pecah”. Visual ini penting untuk menarik perhatian serta memberikan visual nyata terhadap pesan yang disampaikan. Dengan demikian, visual menjadi elemen utama dalam membangun ketertarikan dan kejelasan informasi dalam konten video.

2. Elemen Audio

Elemen audio yang mencakup suara, narasi, maupun music latar. Elemen ini berfungsi untuk memperkuat makna pesan serta menciptakan suasana tertentu dalam video. Dalam jurnal tersebut menjelaskan bahwa penggunaan *soundtrack* atau music latar yang sesuai dengan isi konten dapat mendukung penyampaian pesan tanpa mengganggu kejelasan narasi.

3. Elemen alur atau narasi

Elemen narasi berfungsi sebagai mengatur aliran informasi agar mudah dipahami oleh audiens. Video yang efektif memiliki struktur caritas yang logis, yaitu terdiri dari bagian awal, tengah, akhir.

4. Elemen *teks* atau *caption*

Elemen ini merupakan tulisan yang mendukung pemahaman audiens terhadap isi video. Penggunaan teks atau subtitle dinilai membantu audiens dalam memahami isi narasi, meskipun terdapat perbedaan kejelasan dalam tampilan huruf. Elemen ini sebagai pelengkap informasi.

Dengan yang sudah di uraikan di atas elemen-elemen tersebut memungkinkan pesan yang disampaikan secara lebih efektif serta meningkatkan kemampuan audiens dalam memahami dan memaknai informasi yang diterima.

2.2.5.3. Jenis-Jenis Konten Video

Konten video berdasarkan tujuan pembuatannya, yang memiliki fungsi komunikasi yang ingin di dapatkan dalam penyampian pesan kepada audiens. Jenis konten ini menurut (Yuniar & Fajri, 2022) menunjukkan bahwa video tidak hanya berperan sebagai media penyampian informasi.

1. Konten Informatif

Konten Informatif merupakan penyampian fakta atau pengetahuan yang dapat meningkatkan pemahaman audiens, video yang bertujuan untuk menyampaikan informasi atau pengetahuan kepada audiens, seperti berita, edukasi, maupun tutorial.

2. Konten Hiburan

Konten ini merupakan konten yang dirancang untuk memberikan kesenangan, relaksas, serta pengalaman emosiaonal positif bagi audiens.

3. **Konten Persuasif**

Konten video yang bertujuan untuk memengaruhi sikap, opini, atau perilaku audiens, seperti iklan, kampanye sosial, maupun promosi produk.

Selain itu, dalam perkembangan media sosial, konten video digunakan sebagai sarana ekspresi diri, di mana individu dapat menyampaikan ide, perasaan, serta kreativitas melalui konten. Hal ini menghasilkan bahwa konten video tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian pesan, namun sebagai ruang ekspresi yang memperluas fungsi di era digital.

2.2.6. Usia Dewasa

2.2.6.1. Pengertian Usia Dewasa

Usia dewasa merupakan tahap perkembangan manusia yang ditandai dengan peralihan dari masa remaja menuju kematangan secara fisik, psikologis, dan sosial. Pada tahap ini, individu mulai memikul tanggung jawab yang lebih besar serta memiliki kemampuan dalam mengambil keputusan. Sebagaimana dikemukakan oleh (Mutyah et al., 2020) bahwa usia dewasa merupakan tahapan perkembangan psikososial di mana individu mulai memikul tanggung jawab yang lebih besar. Masa dewasa ditandai dengan kemampuan individu dalam menjadi hubungan sosial yang lebih matang serta kesiapan dalam menjalani peran-peran kehidupan. Berdasarkan uraian definisi di atas usia dewasa tidak hanya ditentukan oleh faktor usia kronologis, namun oleh tingkat kematangan individu dalam berfikir, bersikap, serta bertindak dalam kehidupan sehari—hari.

2.2.6.2. Klasifikasi Usia Dewasa

Dalam psikologi perkembangan, usia dewasa pada umumnya ada beberapa tahapan berdasarkan rentang usia dan karakteristik perkembangan individu.

1. Dewasa Awal (*early adulthood*)

Menurut (Fadli et al., 2023) dalam penelitiannya yaitu, periode transisi dari remaja ke dewasa yang biasanya berlangsung pada usia 10-25 tahun. Pada fase ini, individu mulai membangun identitas diri serta mengembangkan kemampuan sosial dan emosional.

2. Dewasa Madya (*middle adulthood*)

Dewasa madya merupakan fase yang berkisar antara 35-55 tahun, di mana umumnya individu telah mencapai stabilitas dalam karier dan kehidupan sosial serta mulai berfokus pada pengembangan diri.

Selain itu, adapun disebutkan bahwa masa dewasa madya juga dapat berada pada rentang usia 40-60 tahun dengan karakteristik perkembangan fisik. Dengan demikian, klasifikasi usia dewasa menunjukkan bahwa setiap tahap memiliki karakteristik perkembangan yang berbeda.

Berdasarkan uraian mengenai karakteristik dan perkembangan usia dewasa, dapat disimpulkan bahwa individu pada tahap ini memiliki Tingkat kematangan kognitif, emosional, serta sosial yang relatif lebih stabil dibandingkan fase sebelumnya. Kematangan tersebut justru memengaruhi cara individu dalam menerima, mengolah, serta menafsirkan informasi yang diperoleh dari lingkungan, termasuk media sosial. Dalam konteks pengguna media sosial, khususnya TikTok, pengguna usia dewasa tidak hanya berperan sebagai konsumen konten, tetapi juga sebagai individu yang aktif dalam memaknai pesan yang diterima. Hal ini

menunjukkan bahwa pengalaman, pengetahuan, serta tingkat literasi digital yang dimiliki oleh individu dewasa berpotensi memengaruhi bagaimana mereka menilai dan memahami konten video, termasuk konten berbasis Artificial Intelligence. Kesimpulannya, keterkaitan antara karakteristik usia dewasa dan penggunaan TikTok menjadi penting untuk dikaji, karena perbedaan Tingkat perkembangan individu dapat menghasilkan variasi persepsi dalam memaknai konten yang sama, terutama pada konten video bertema bencana yang bersifat emosional dan visual.

2.2.6.3.Ciri-Ciri Perkembangan Masa Dewasa

Berdasarkan klasifikasi usia dewasa diatas yang memiliki beberapa karakteristik, perkembangan pada masa dewasa juga ditandai oleh berbagai perubahan yang memiliki beberapa ciri-ciri seperti aspek, psikologis, dan sosial. Pada fase ini individu cenderung mengalami peningkatan tanggung jawab serta perubahan dalam cara berpikir dan bertindak. Menurut (Nasution et al., 2025) yang dikemukakan dalam penelitiannya, individu dewasa mengalami perubahan fisik, psikologis, dan sosial, seperti peningkatan tanggung jawab dan pencarian makna hidup. Namun secara umum, ciri-ciri perkembangan dewasa, sebagai berikut:

- 1.) Kematangan Emosional
- 2.) Kemandirian
- 3.) Tanggung Jawab Sosial
- 4.) Pemikiran Realistis
- 5.) Pencarian Makna Hidup

Dengan berdasarkan yang di uraikan diatas, penulis menunjukkan bahwa ciri-ciri tersebut merupakan bahwa masa dewasa fase kompleks, di mana individu

tidak hanya mengalami perubahan biologis dan sosial yang memengaruhi cara mereka memaknai realitas kehidupan.

2.3. Kerangka Teoritis

2.3.1. Persepsi

Persepsi merupakan pengalaman mengenai suatu objek, peristiwa, atau hubungan yang diperoleh dari menyimpulkan suatu informasi dan menafsirkan sebuah pesan. Persepsi merupakan salah satu konsep penting dalam kajian komunikasi dan psikologi, karena berkaitan dengan bagaimana individu memahami dan memaknai informasi yang diterima dari lingkungannya.

Menurut Stephen P. Robbins dalam (Nisa et al., 2023), persepsi sebagai suatu proses yang ditempuh individu untuk mengorganisasikan dan menafsirkan atau menginterpretasikan kesan-kesan indra mereka agar memberikan makna bagi lingkungan mereka. Adapun menurut Kinichi dan Kreitne, persepsi adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap orang dalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan dan penciuman. Selain itu, dalam psikologi disebutkan bahwa persepsi merupakan proses mental yang tidak hanya dipengaruhi oleh stimulus eksternal, namun juga oleh kondisi internal individu. Dengan demikian, persepsi merupakan proses dinamis yang melibatkan interaksi antara stimulus dan pengalaman individu, sehingga menghasilkan makna yang berbeda terhadap objek yang sama.

2.3.2. Persepsi Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken (1975)

Proses terbentuknya persepsi menurut Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken dalam bukunya yang berjudul *Trans-Per: Understanding Human*

Communication (1975), adalah timbulnya suatu persepsi dapat terjadi melalui tiga tahapan yang berkaitan. Ketiga tahapan tersebut, yaitu sensasi, atensi, dan interpretasi, yang bekerja secara berurutan namun saling memengaruhi. Berikut adalah penjelasan dari ketiga tahapan proses terbentuknya persepsi:

- a. Sensasi, merupakan tahap pertama ketika individu menerimastimulus dari lingkungan melalui alat Indera, seperti penglihatan dan pendengaran. Dalam konteks media digital, sensasi terjadi ketika seseorang melihat gambar, warna, Gerakan, atau mendengar suara dalam sebuah video. Pada tahap awal ini, informasi masih bersifat mentah dan belum memiliki makna tertentu.
- b. Atensi, individu tidak serta-merta memproses seluruh informasi, tahap kedua ini setelah stimulus diterima, melakukan seleksi terhadap stimulus yang dianggap paling menarik atau relevan. Proses ini pemusatan perhatian disebut atensi. Pada tahap ini, individu mulai memfokuskan perhatian pada bagian tertentu dari stimulus, misalnya visual yang mencolok atau suara yang menarik dalam suatu video. Atensi berperan penting karena menentukan informasi mana yang akan diproses lebih lanjut.
- c. Interpretasi (*interpretation*), pada tahap ini merupakan proses pemberian makna terhadap stimulus yang telah dipilih melalui atensi.pada tahap ketiga ini, ndividu menghubungkan informasi yang diterima dengan pengalaman, pengetahuan, serta nilai yang dimiliki. Hasil dari proses ini adalah terbentuknya pemahaman atau makna tertentu terhadap stimulus tersebut. Oleh karena itu, interpretasi dapat berbeda antara individu satu dengan yang lain.

2.4. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan dasar pemikiran dari suatu penelitian untuk memperjelas alur penelitian demi memecahkan masalah penelitian. Melalui kerangka penelitian, peneliti akan menjelaskan konsep dan kaitan antara masalah yang akan diteliti dengan teori yang akan digunakan dalam penelitian.

Penelitian ini dilatarbelakangi dari fenomena meningkatnya penyebaran konten video berbasis artificial Intelligence bertema bencana di media sosial, khususnya di TikTok, yang memunculkan beragam pemaknaan audiens. Fokus penelitian ini terletak pada bagaimana pengguna TikTok usia dewasa memahami dan menafsirkan konten tersebut. Dengan demikian, perhatian utama tidak hanya diarahkan pada karakteristik teknologi atau konten, tetapi lebih proses individu dalam memaknai informasi yang diterima.

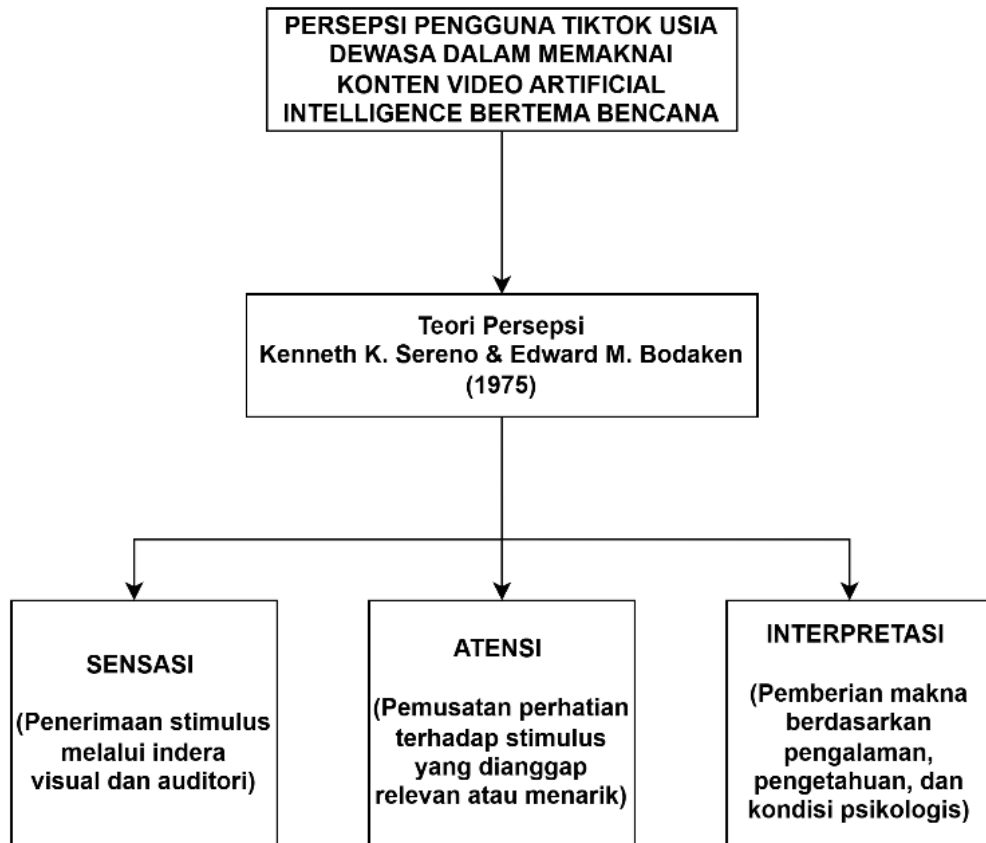
Penelitian ini menggunakan teori persepsi oleh Kenneth S. Sereno dan Edward M. Bodaken (1975) sebagai acuan dalam penelitian ini. Teori ini memandang persepsi sebagai proses bertahap yang melibatkan penerimaan stimulus, pemusatan perhatian, serta penafsiran makna. Dalam teori ini terdapat tiga aspek, yaitu sensasi, atensi, interpretasi.

1. Sensasi merupakan tahap awal untuk menerima stimulus melalui Indera, terutama penglihatan dan pendengaran. Dalam konteks penelitian ini, sensasi terjadi ketika pengguna TikTok terpapar konten video AI bertema bencana. Karakter visual yang realistis serta dukungan audio menjadi faktor penting dalam memicu proses persepsi. Oleh karena itu, tahap awal ini perlu dikaji untuk mengetahui bagaimana stimulus awal diterima audiens.

2. Atensi merupakan proses seleksi informasi berfokus kepada perhatian pada stimulus tertentu yang dianggap relevan atau menarik. Tidak seluruh informasi yang diterima akan diproses lebih lanjut, melainkan hanya sebagian yang memiliki daya tarik tertentu. Dalam konteks video AI, elemen visual yang dramatis atau narasi yang emosional berpotensi menarik perhatian pengguna. Oleh karena itu, tahap atensi ini menjadi penting untuk memahami bagaimana individu memilih informasi yang akan diproses lebih lanjut.
3. Interpretasi merupakan tahap ketiga proses pemberian makna terhadap stimulus yang diterima dan dipilih. Pada tahap ini, individu mengaitkan informasi dengan pengalaman, pengetahuan, serta kondisi psikologis yang dimiliki. Proses ini memungkinkan terjadinya perbedaan pemaknaan terhadap stimulus yang sama. Dengan demikian, tahap interpretasi menjadi fokus utama dalam penelitian ini untuk mengkaji bagaimana pengguna TikTok usia dewasa memaknai konten video AI bertema bencana.

Maka dari itu, peneliti menggunakan ketiga tahapan tersebut menunjukkan bahwa persepsi merupakan proses yang terkonsep. Oleh karena itu, penggunaan teori persepsi dalam penelitian yang berjudul *Persepsi Pengguna TikTok Usia Dewasa dalam Memaknai Konten Video Artificial Intelligence Bertema Bencana*, diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai dinamika penerimaan serta proses pemaknaan audiens terhadap konten digital di era perkembangan teknologi Artificial Intelligence.

Gambar 2. 2 Bagan Kerangka Pemikiran



Sumber: Modifikasi Peneliti (2026)

BAB III

SUBJEK, OBJEK, DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan pihak yang menjadi sumber utama dalam memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan peneliti. Dalam penelitian kualitatif, subjek penelitian berperan penting karena menjadi sumber data yang memberikan pemahaman mendalam mengenai fenomena yang diteliti. Menurut (Sugiyono, 2023) Sampel dalam penelitian kualitatif bukan dinamakan responden, tetapi sebagai nara sumber, atau partisipan, informan, teman dan guru dalam penelitian. Dengan kata lain, subjek penelitian merupakan pihak yang menjadi sumber utama dalam memperoleh data yang relevan dengan fokus penelitian. Dalam penelitian ini, subjek yang dipilih adalah pengguna TikTok usia dewasa yang pernah terpengaruh oleh konten video AI bertema bencana. Untuk menemukan informasi penelitian ini peneliti menggunakan Teknik *purposive sampling*.

Penelitian fenomenologi biasanya melibatkan 3 sampai 10 partisipan, namun menurut Polkinghorne (1989) dalam (W & Creswell, 2018) merekomendasikan agar peneliti mewawancarai 5 sampai 25 individu yang telah mengalami fenomena tersebut. Berdasarkan kutipan tersebut, jumlah informan dalam penelitian kualitatif dapat disesuaikan dengan karakteristik penelitian dan kedalaman data yang dibutuhkan. Penggunaan 5 sampai 25 informan bertujuan agar peneliti memperoleh data yang mendalam, kaya makna, dan mampu menggambarkan pengalaman subjek secara mendalam. Teknik *purposive sampling*