

# INDONESIA AI REPORT

2025



# KATA PENGANTAR

Kecerdasan buatan kini bukan lagi sekadar wacana masa depan. Ia hadir di tengah keseharian kita—dalam cara bekerja, mencari informasi, berinteraksi, dan menikmati hiburan. Teknologi ini mempermudah banyak hal, membuka peluang, sekaligus menantang kita untuk memahami arah perubahannya.

Sejak berdiri pada 2017, kumparan tumbuh dalam ekosistem digital yang terus berubah. AI kami manfaatkan di berbagai lini—dari pengumpulan data, penulisan berita, hingga inovasi teknologi di ruang redaksi dan organisasi. Dari pengalaman itulah muncul rasa ingin tahu: bagaimana masyarakat Indonesia memandang dan merasakan kehadiran AI dalam hidup mereka?

Pertanyaan itu membawa kami untuk melakukan riset ini. Harapannya sederhana namun penting: agar hasilnya dapat menjadi rujukan bagi pembuat kebijakan, akademisi, pelaku industri, dan publik dalam memahami dan mengadopsi AI.

Melalui laporan riset ini, kumparan menegaskan komitmennya untuk terus menghadirkan jurnalisme yang berdampak—jurnalisme yang tidak hanya mencatat perubahan, tetapi juga membantu masyarakat tumbuh bersama teknologi yang membentuk masa depan mereka.



**Arifin Asydhad**  
Pemimpin Redaksi kumparan

# DAFTAR ISI

## Bagian Awal

- 2 Kata Pengantar
- 3 Daftar Isi
- 4 Ringkasan Eksekutif
- 5 Tujuan & Cakupan Penelitian, Metodologi & Persiapan Studi
- 6 Partisipan Penelitian
- 7 Temuan Utama: Tingkat Literasi & Adopsi AI

## BAB 1

### Pemahaman dan Penggunaan AI di Publik

- 10 Bagaimana Publik Menggunakan AI dalam Keseharian
- 14 Seberapa Terampil Publik dalam Menggunakan AI
- 17 Sumber Publik Belajar dan Mengetahui AI

## BAB 2

### AI di Dunia Kerja dan Bisnis

- 19 Sikap Organisasi Terhadap Penggunaan AI
- 21 Peluang dan Tantangan yang Datang di Era AI
- 23 Kebijakan dan Arah Baru bagi Ekonomi

## BAB 3

### AI dan Kehidupan Sosial

- 25 Bagaimana AI Mengubah Cara Publik Berinteraksi
- 26 Etika dan Kebiasaan Publik dalam Menggunakan AI
- 29 Kepercayaan Publik terhadap Teknologi AI

## BAB 4

### AI di Dunia Hiburan dan Kreativitas

- 32 Pengaruh AI terhadap Cara Publik Menikmati Hiburan
- 33 Pandangan Publik soal Peran AI di Dunia Seni
- 34 Bagaimana AI Mendorong Perkembangan Seni dan Budaya

## BAB 5

### Aturan dan Tata Kelola AI

- 36 Pihak yang Bertanggung Jawab Mengatur AI
- 37 Privasi, Keamanan Data dan Kepastian Aturan
- 38 Aspek Prioritas dalam Pengaturan AI

## BAB 6

### Rekomendasi dalam Menghadapi Era AI

- 40 Rekomendasi dalam menghadapi Era Transformasi AI bagi Publik
- 41 Rekomendasi dalam menghadapi Era Transformasi AI bagi Bisnis
- 42 Rekomendasi dalam menghadapi Era Transformasi AI bagi Pemerintah

# RINGKASAN EKSEKUTIF

## Indonesia AI Report 2025

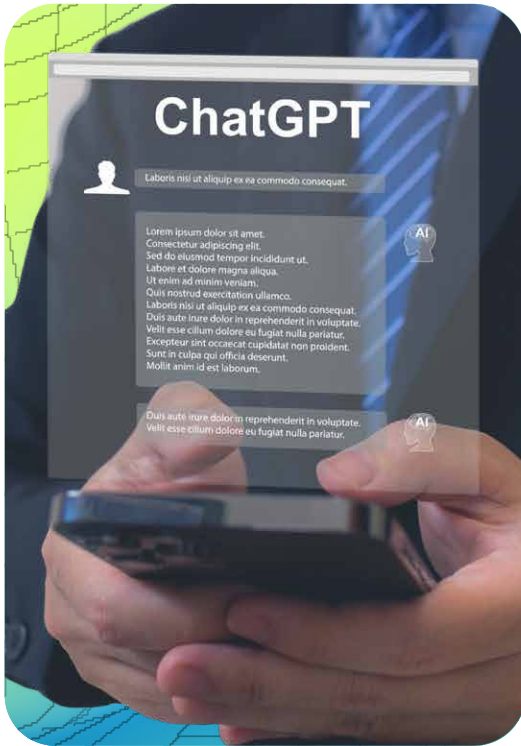
Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pesatnya perkembangan kecerdasan buatan yang telah mendorong dunia ke era transformasi AI. Tingginya tingkat adopsi AI di Indonesia diduga sudah mengubah cara publik dalam berbagai kebutuhan.

Hasil riset menunjukkan bahwa meskipun penggunaan AI telah meluas dan menjadi bagian dari keseharian, pemahaman publik terhadap cara kerja AI masih berada di tingkat permukaan. Publik memahami manfaatnya secara praktis, tetapi belum sepenuhnya memahami mekanisme dan potensi risikonya.

Menariknya, mayoritas publik tidak melihat AI sebagai ancaman yang akan menggantikan peran manusia, melainkan sebagai alat untuk memperkuat kemampuan dan efisiensi. Ini menandakan munculnya paradigma augmentasi AI, di mana teknologi diposisikan sebagai pelengkap manusia, bukan pengganti, ke berbagai bidang kehidupan manusia, baik itu sosial, ekonomi, dan budaya.

Implikasi strategis dari temuan ini diharapkan dapat membantu menentukan langkah strategis dari pemerintah, akademisi, dan industri untuk memastikan pemanfaatan AI berjalan secara inklusif, adil, dan berkelanjutan, serta penyusunan pedoman etika dan regulasi yang protektif terhadap penggunaan AI di Indonesia.





## Tujuan & Cakupan Penelitian

Penelitian ini berupaya memahami bagaimana publik Indonesia beradaptasi dengan kehadiran kecerdasan buatan (AI) yang semakin melekat dalam kehidupan sehari-hari. Lebih dari sekadar melihat tingkat pemahaman dan keterampilan teknis, penelitian ini menelusuri bagaimana AI memengaruhi cara publik yang bekerja, berinteraksi, dan menikmati budaya populer. Dari sisi ekonomi, riset ini menggali pandangan publik terhadap perubahan struktur lapangan kerja dan distribusi manfaat yang dihasilkan teknologi. Pada ranah sosial, penelitian menyoroti dampak AI terhadap relasi antarindividu, keamanan data, serta kepercayaan terhadap informasi digital. Sementara itu, pada dimensi budaya, penelitian menelaah bagaimana algoritma membentuk selera hiburan dan memengaruhi nilai orisinalitas karya seni. Seluruhnya bermuara pada satu hal penting: kebutuhan akan regulasi dan tata kelola yang mampu menjaga keseimbangan antara inovasi dan nilai kemanusiaan.

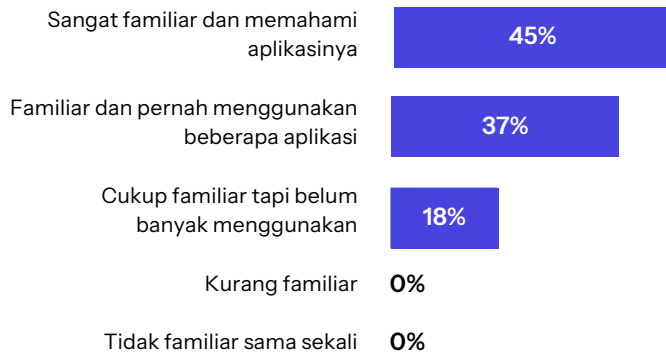
## Metodologi & Partisipan Studi

**Penelitian ini berfokus pada mereka yang sudah mencoba dan familiar dengan kehadiran AI.** Dilakukan menggunakan *mixed-method* dengan kombinasi survei kuantitatif dan wawancara kualitatif yang dilakukan secara online. Survei online melibatkan 1.000 responden, dengan distribusi lokasi 50% berasal dari Jabodetabek dan 50% dari kota-kota urban lainnya seperti Surabaya, Medan, Makassar, Denpasar, dan Balikpapan. Responden memiliki latar belakang pendidikan minimal SMA/SMK hingga S2, dengan proporsi gender 50:50. Dari segi usia, komposisi responden terdiri atas 50% Gen Z (18–28 tahun) dan 50% Milenial (29–44 tahun). Pengambilan sampel menggunakan toleransi kesalahan  $\pm 3\%$ , sehingga hasilnya tetap mewakili profil populasi target. Sementara partisipan kualitatif studi ini berlatar belakang kalangan praktisi dan akademisi, guna memperdalam pemahaman dan memberikan perspektif kontekstual.



# Partisipan Penelitian

## Familiaritas pada AI



## Gender



50% : 50%

## Kelompok Usia

**Gen Z** **Milenial**

50% : 50%

## Status Ekonomi Sosial

**Upper**

26%

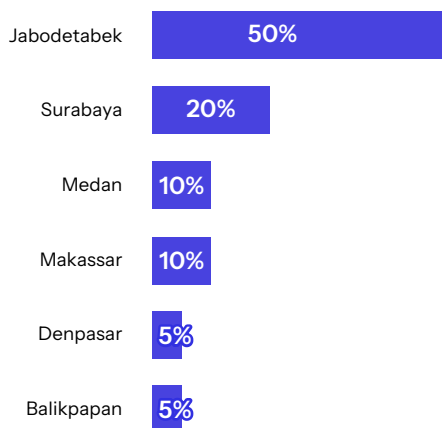
**Middle**

43%

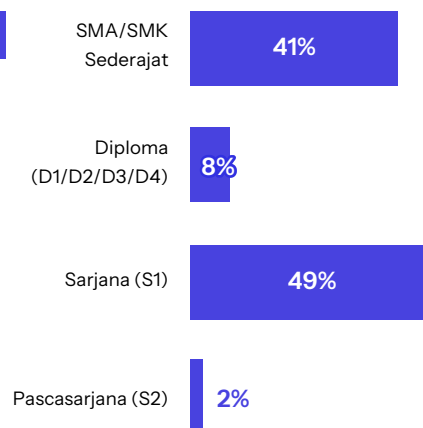
**Lower**

31%

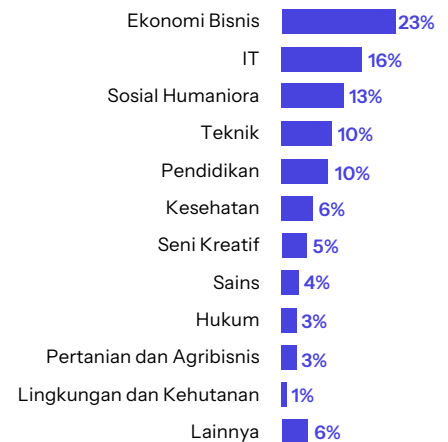
## Cakupan Wilayah



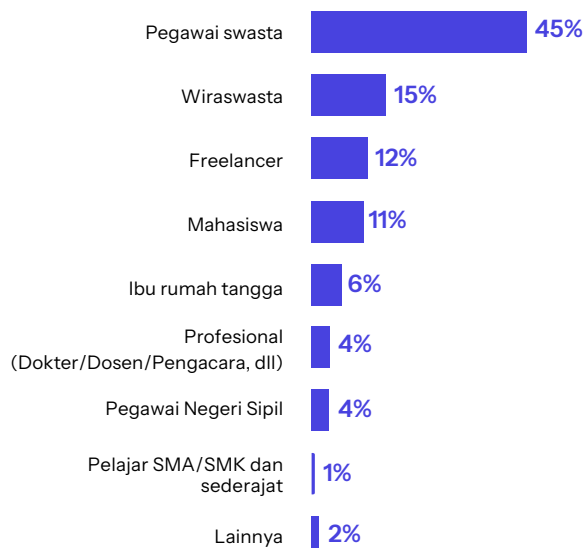
## Pendidikan Terakhir



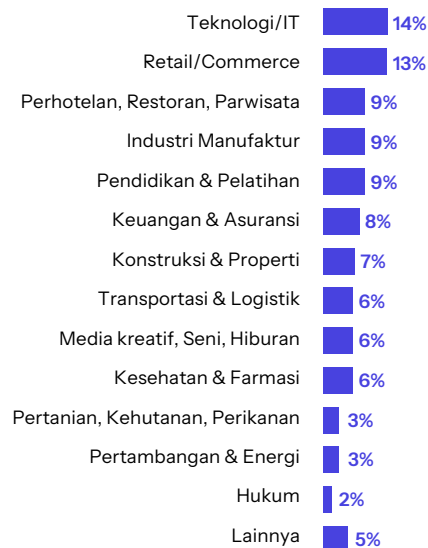
## Bidang Pendidikan



## Pekerjaan



## Bidang Pekerjaan



# Temuan Utama: Pandangan Publik Terhadap Artificial Intelligence (AI)



**Bagaimana publik memakai dan memahami penggunaan AI dalam kehidupan sehari-hari**

**97%**

Publik menyebutkan AI memiliki peran dalam kehidupan sehari-hari, terutama untuk mencari informasi, memperoleh jawaban cepat, serta menunjang kebutuhan belajar dan hiburan.

**Penggunaan AI masih dibayangi oleh berbagai tantangan teknis dan etis**

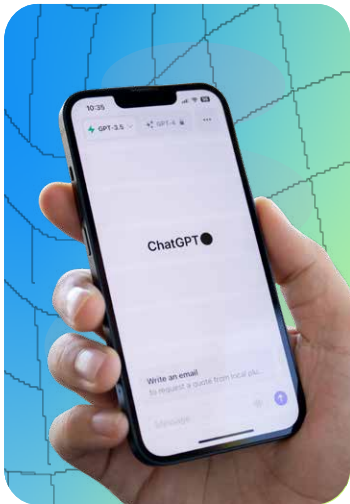
**55%**

Melihat keamanan data sebagai ancaman penggunaan AI. Temuan ini diikuti dengan akurasi hasil dari AI yang sangat dipengaruhi oleh sisi teknis dan etis penggunaan AI oleh publik.

**Sumber informasi dan literasi AI publik masih bergantung pada sumber informal**

**84%**

Menggunakan media sosial dan YouTube untuk memperoleh pengetahuan tentang AI, serta jalur-jalur informal lainnya.



**Publik terus meningkatkan kemampuan penggunaan AI di tengah ancaman transformasi**

**91%**

Publik meyakini keterampilan AI yang mereka miliki sudah sesuai dengan kebutuhan pekerjaan. Meskipun publik juga percaya jika transformasi AI akan mengubah cara kerja dan menghilangkan peran.

**Sebagian besar perusahaan/organisasi masih mengambil posisi netral dalam penggunaan AI**

**51%**

Karyawan merasa perusahaan mereka saat ini berada di posisi netral dalam penggunaan AI. Meski begitu, 57% di antaranya sudah menggunakan chatbot AI generatif. Namun terdapat asosiasi yang kuat antara sikap perusahaan dan kemampuan penggunaan AI karyawan.



**Publik memiliki optimisme tinggi pada penggunaan sekaligus percaya jika penerapan etika AI sudah memadai**

**87%**

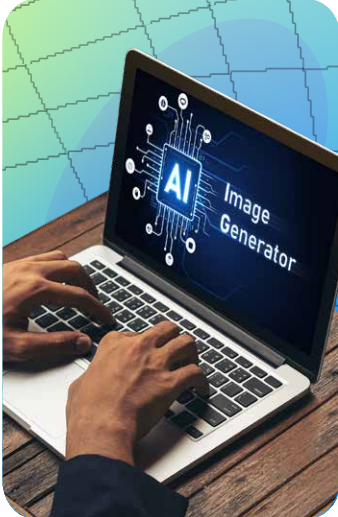
Publik percaya bahwa teknologi AI akan membawa perubahan signifikan pada interaksi sosial. 63% publik juga menilai penerapan etika penggunaan AI di Indonesia sudah memadai.

**Keamanan dan identitas diri menjadi kekhawatiran publik pada penggunaan AI yang melanggar etika**

**75%**

Responden khawatir AI digunakan untuk menyamar/meniru orang lain, diikuti dengan penyalahgunaan data pribadi (62%). Hal ini menandakan tingginya sensitivitas publik terhadap keamanan dan identitas digital.

# Temuan Utama: Pandangan Publik Terhadap Artificial Intelligence (AI)



## AI mengubah cara publik dalam mengonsumsi hiburan dan melihat budaya

**90%**

Menilai AI memengaruhi cara melihat budaya dan mengonsumsi konten. Di sisi lain, 63% publik merasa lebih sering mengonsumsi konten dari budaya mancanegara dibanding budaya lokal. Menguatkan dugaan AI mengancam keberlangsungan budaya di Indonesia.

## AI diyakini akan mengubah proses dan peran seniman dalam menghasilkan karya seni

**51%**

Menilai kreativitas AI sudah mampu menandingi karya yang dihasilkan manusia. Meski begitu, 74% memandang AI sebagai alat yang bisa memperkaya proses kreatif dan mengubah peran seniman.



## Publik memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap keamanan dan regulasi AI

**65%**

Setuju bahwa sudah ada regulasi yang memadai untuk mengatur penggunaan AI. Didukung dengan 75% merasa sudah cukup ada tata kelola untuk melindungi dari potensi masalah, dan 70% percaya bahwa penggunaan AI di aplikasi digital sudah cukup aman dalam menjaga privasi pengguna.

## Regulasi AI tidak lagi dipandang bersifat top-down, karena membutuhkan kolaborasi antara negara, industri, dan publik

**66%**

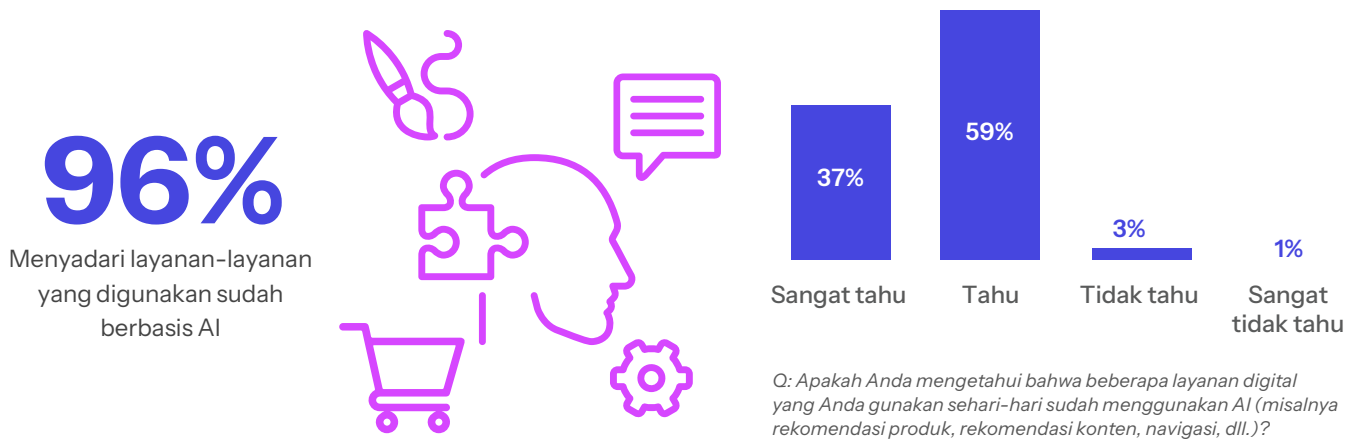
Meyakini jika perusahaan penyedia teknologi AI memiliki tanggung jawab atas tata kelola AI tertinggi diikuti oleh publik sendiri serta pemerintah pusat.

## BAB 1

# PEMAHAMAN DAN PENGUNAAN AI DI PUBLIK

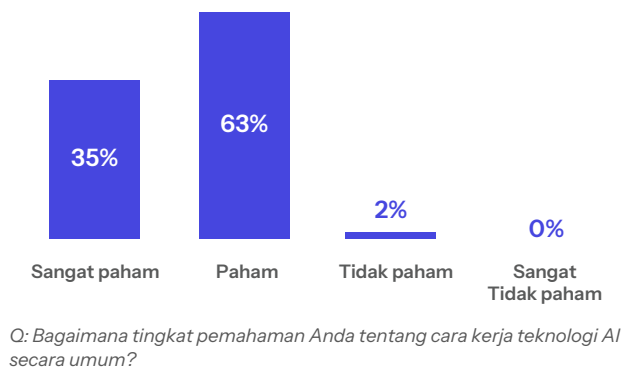
- 10 Bagaimana Publik Menggunakan AI dalam Keseharian
- 14 Seberapa Terampil Publik dalam Menggunakan AI
- 17 Sumber Publik Belajar dan Mengenal AI

# Bagaimana Publik Menggunakan AI dalam Keseharian



Dalam beberapa tahun terakhir, AI berkembang secara pesat menjadi bagian penting dalam keseharian. Di tengah perubahan ini, 96% publik yang sudah menggunakan AI memahami bahwa layanan digital yang mereka gunakan berbasis AI.

## Tingkat Pemahaman tentang Cara Kerja Teknologi AI

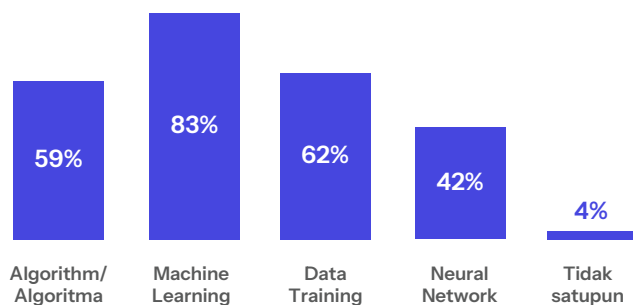


Tingginya pemahaman publik terhadap AI sejalan dengan meningkatnya kesadaran akan kehadirannya dalam kehidupan digital sehari-hari.

Meskipun istilah umum seperti algoritma dan *machine learning* sudah cukup dikenal, pemahaman terhadap konsep yang lebih teknis seperti *data training* dan *neural network* masih terbatas. Hal ini menunjukkan bahwa landasan pemahaman publik terhadap AI memang sudah terbentuk, tetapi masih berada di level dasar.

Kondisi ini mengindikasikan adanya fenomena “paham semu”, yakni pengguna merasa telah memahami AI, padahal belum sepenuhnya mengerti mekanisme inti yang mendasari cara kerja teknologi tersebut.

## Pengetahuan pada Konsep-konsep AI



**“Penting untuk mengetahui AI dari sisi foundational, sehingga kita bisa mengetahui kapan harus memakai model yang tepat supaya dapat memecahkan masalah yang ada dengan menggunakan prompt yang tepat.”**



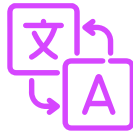
**Rama Mamuaya, S.Kom., M.A., EMBA.**  
Managing Partner Discovery Shift,  
Praktisi Transformasi Digital

Q: Di antara konsep-konsep berikut, mana saja yang Anda ketahui?

## Tujuan Penggunaan AI dalam Kehidupan Sehari-hari



Mencari informasi dan jawaban



Komunikasi dan terjemahan



Membantu pekerjaan/tugas



Hiburan dan kreativitas



Navigasi dan perjalanan



Belanja dan rekomendasi



Q: Untuk keperluan apa Anda menggunakan AI dalam 6 bulan terakhir?

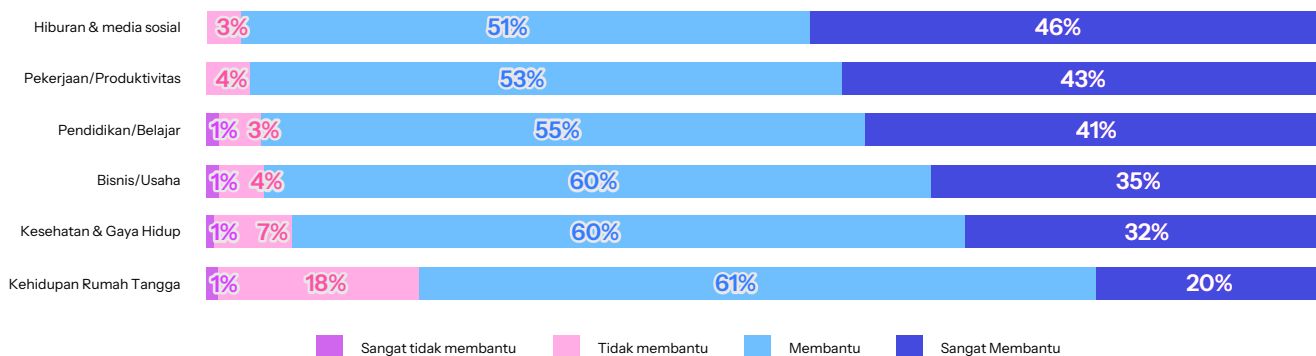
● Milenial ● Gen Z

Mayoritas publik mengungkapkan bahwa dalam 6 bulan terakhir, keperluan mereka menggunakan AI adalah untuk mencari informasi dan meringkas jawaban (80%). Pola penggunaan AI menunjukkan perbedaan yang jelas antargenerasi, mencerminkan prioritas dan kebiasaan mereka. Meskipun mencari dan meringkas informasi menjadi keperluan tertinggi bagi kedua generasi (81% Gen Z dan 79% Milenial), orientasi penggunaan mereka berbeda.

Gen Z cenderung menggunakan AI untuk kebutuhan yang bersifat produktif, seperti membantu pekerjaan dan tugas, serta mencari rekomendasi belanja yang lebih personal. Sementara itu, Milenial menunjukkan kecenderungan yang lebih praktis dan rekreatif, dengan tingkat penggunaan lebih tinggi untuk hiburan, navigasi, dan komunikasi sehari-hari.

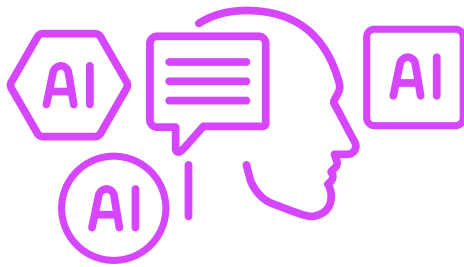
## Tingkat Kontribusi AI pada Aktivitas Harian

Q: Seberapa besar AI membantu Anda dalam bidang-bidang berikut?



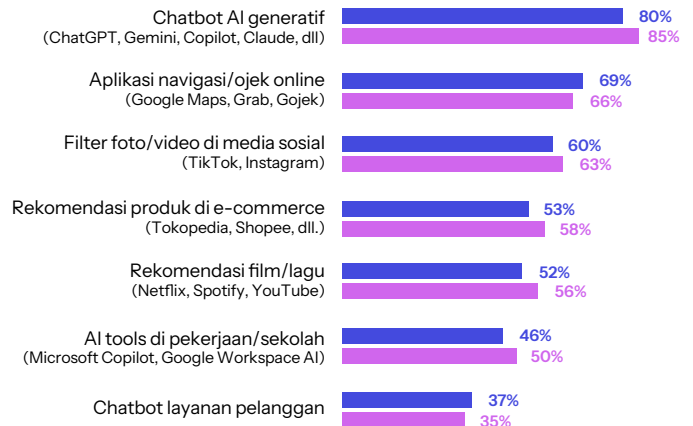
AI dinilai sangat membantu di berbagai aspek kehidupan. Mayoritas publik secara konsisten menyatakan AI membantu di semua bidang. AI dirasakan paling signifikan perannya di hiburan & media sosial (97%). Diikuti oleh bidang pendidikan & belajar (96%), pekerjaan & produktivitas (96%), bisnis & usaha (95%), dan kesehatan & gaya hidup (92%).

## Teknologi atau Aplikasi Artificial Intelligence (AI) yang Digunakan



**83%** Chatbot AI generatif menjadi teknologi AI yang paling banyak digunakan

Q: Dari daftar berikut, teknologi atau aplikasi Artificial Intelligence (AI) apa saja yang pernah Anda gunakan?

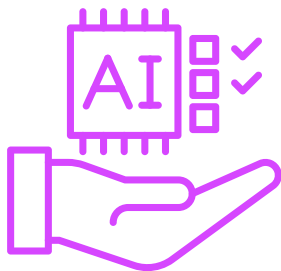


● Milenial ● Gen Z

Pola penggunaan AI antara Gen Z dan Milenial berbeda. Gen Z lebih banyak memanfaatkan chatbot generatif, sistem rekomendasi, dan filter media sosial. Hal ini merefleksikan dorongan untuk mengeksplorasi informasi, menyalurkan kreativitas, dan mencari pengalaman digital yang personal.

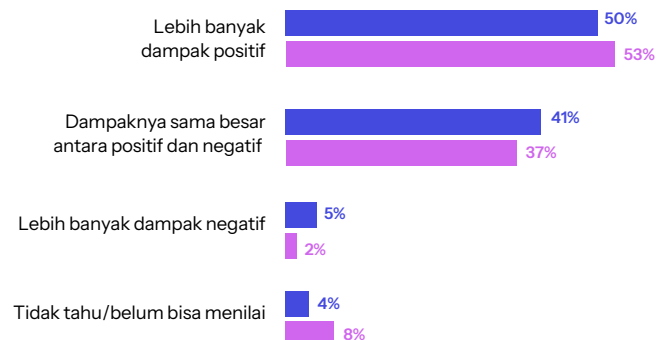
Sebaliknya, Milenial lebih banyak mengandalkan AI pada aplikasi navigasi/ojek online dan chatbot layanan pelanggan. Hal ini menunjukkan bagaimana AI hadir untuk mengoptimalkan tugas rutin, memangkas waktu kerja, dan memberikan solusi praktis di tengah kesibukan.

## Dampak Penggunaan AI



**51%** Melihat AI sebagai sesuatu yang memiliki dampak positif lebih besar dari negatif

Q: Bagaimana dampak penggunaan Artificial Intelligence (AI) yang Anda rasakan?



● Milenial ● Gen Z

Secara umum, pengalaman publik terhadap AI cenderung lebih banyak dirasakan positif dibanding negatif. Namun, hampir sepertiga menilai dampaknya seimbang antara positif dan negatif, sementara sebagian kecil merasa lebih banyak dampak negatif.

Gen Z menunjukkan pandangan yang lebih positif terhadap penggunaan AI, dengan 53% merasakan dampak baik dalam aktivitas mereka. Sementara itu, Milenial cenderung menilai dampaknya secara lebih seimbang, menunjukkan sikap yang lebih kritis terhadap penggunaan AI.

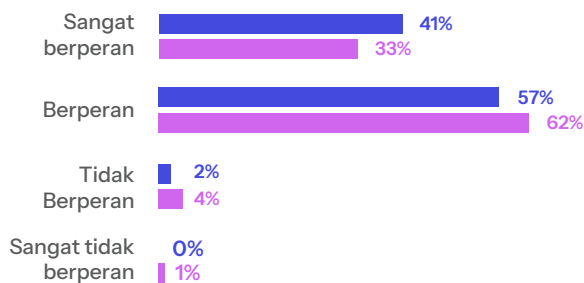
# 97%

Publik merasa AI memiliki peran di kesehariannya



AI bukan lagi sekadar teknologi, melainkan sesuatu yang sudah melekat dalam rutinitas mereka. Sebanyak 97% merasa keberadaan AI berperan nyata dalam aktivitas sehari-hari, membuat layanan yang mereka gunakan semakin relevan dan personal.

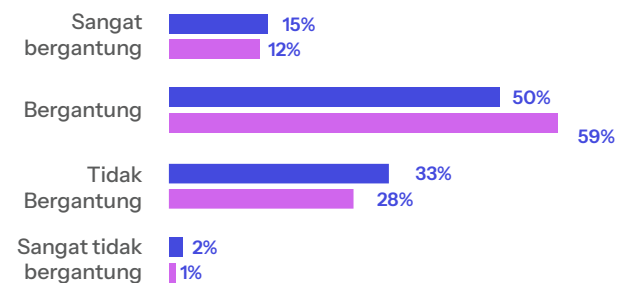
## Peran AI pada Kehidupan Sehari-hari



Q: Seberapa besar peran AI dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia saat ini?

● Milenial ● Gen Z

## Tingkat Ketergantungan Penggunaan AI



Q: Seberapa bergantung Anda pada penggunaan AI untuk mendukung aktivitas sehari-hari dalam 6 bulan terakhir?

Mayoritas publik mengakui besarnya peran AI dalam hidup mereka, dengan 60% menilai AI sudah berperan dan 37% bahkan menyebutnya sangat berperan. Hal ini sejalan dengan 68% publik yang menyatakan memiliki ketergantungan terhadap AI untuk mendukung aktivitas sehari-hari. Pola ini terlihat lebih kuat di kalangan Gen Z dengan 71% merasa bergantung.

Tingginya peran dan ketergantungan terhadap AI mampu membuat banyak hal menjadi lebih mudah, cepat, dan efisien. Hal ini turut membuktikan bahwa AI dapat mempercepat pekerjaan, mempermudah akses informasi, dan meningkatkan kualitas hidup.

Namun, ketika peran dan ketergantungan pada AI semakin tinggi, muncul potensi bias, kesalahan informasi, hingga risiko keamanan data yang bisa terjadi dalam penggunaan sehari-hari.

Pemahaman di tingkat dasar dapat dinilai sebagai kondisi yang tidak terhindarkan, karena publik cenderung berada pada level penggunaan praktis yang mempermudah hidup, mempercepat pekerjaan, atau menikmati hiburan.

**“AI kini bukan lagi sekadar teknologi, tapi sudah menjadi asisten digital yang melekat di keseharian kita. Dengan adanya AI, banyak pekerjaan yang dulu memakan waktu dan tenaga kini bisa dilakukan jauh lebih cepat.”**



**Dr. Sri Safitri, S.T., B.Eng (Hons), M.Eng.**  
Sekjen Partnership Kolaborasi Riset & Inovasi  
Kecerdasan Artificial Indonesia (KORIKA)

**“Untuk menggunakan AI secara efektif, publik perlu mempelajari teknik membuat prompt yang efektif disertai pemahaman tentang etika. Karena dalam teknik pembuatan prompt belum terdapat teknis etik yang dipahami oleh AI.”**



**Dr. Agus Sudibyo, S.I.Kom., M.Fil.**  
Penulis Buku Memahami AI: Sebuah Panduan  
Etik, Communication and Digital Analyst

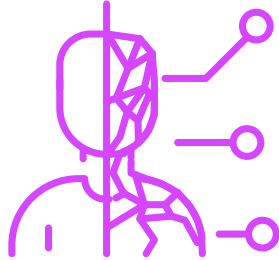
# Seberapa Terampil Publik dalam Menggunakan AI

## Keterampilan Penggunaan AI

Q: Menurut Anda bagaimana tingkat keterampilan Anda menggunakan AI?

# 35%

Publik menilai diri berada di tingkat mahir dan ahli dalam menggunakan AI.



4%

**Ahli**, menguasai dan mampu memodifikasi AI secara lebih lanjut

31%

**Mahir**, mampu optimalkan penggunaan AI untuk berbagai tujuan

43%

**Menengah**, menggunakan beberapa fitur

22%

**Pemula**, hanya menggunakan fungsi dasar

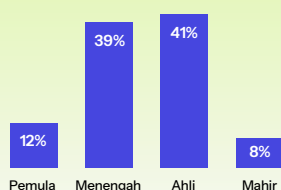
Sebanyak 35% publik menilai kemampuan mereka sudah berada di tingkat mahir dan ahli, menunjukkan bahwa sebagian pengguna mulai melampaui tahap eksplorasi dasar. Namun, mayoritas pengguna AI masih berada di tingkat menengah, mampu menggunakan beberapa fitur tetapi belum sampai tahap optimal. Hal ini menandakan bahwa pemanfaatan AI umumnya masih terbatas pada fitur dasar.

## Berdasarkan Mahir & Ahli



### 49% Digital & Media

Teknologi/IT, Media Berita, Media Kreatif, Seni, Hiburan

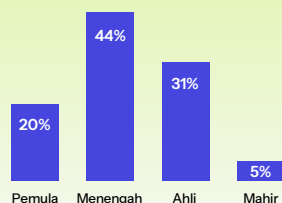


(n=161)



### 36% Knowledge/Regulated Services

Kuangan & Asuransi, Pendidikan & Pelatihan, Kesehatan & Farmasi, Hukum

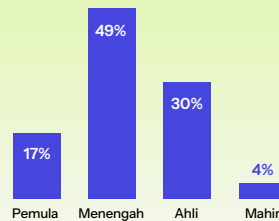


(n=190)



### 33% Industrial & Resource

Pertanian, Kehutanan, Perikanan, Pertambangan & Energi, Industri Manufaktur, Konstruksi & Properti

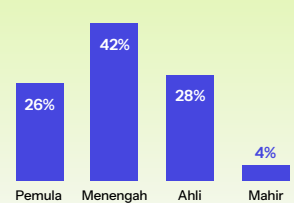


(n=172)



### 32% Commerce & Consumer Services

Retail/Commerce, Transportasi & Logistik, Perhotelan, Restoran, Pariwisata



(n=230)

Namun perbedaan keterampilan AI cukup signifikan jika dilihat secara sektoral pekerjaan. Sektor Digital & Media menunjukkan proporsi pengguna mahir dan ahli yang jauh lebih tinggi (49%), mengindikasikan bahwa sifat pekerjaan di sektor ini mendorong praktik dan pendalaman AI yang lebih intensif. Di sisi lain, sektor Industrial & Resource dan Knowledge/Regulated Services memiliki konsentrasi pengguna di level menengah (49% dan 44%).

Secara keseluruhan, kurva keterampilan AI tidak merata, dan cenderung dipengaruhi pada bidang pekerjaan. Sehingga menegaskan bahwa peluang praktik dan kedalaman penggunaan AI sangat dipengaruhi oleh sektor industri, bukan semata-mata oleh inisiatif individu.

## Keperluan Penggunaan Chatbot

Q: Chatbot AI generatif apa saja yang pernah Anda gunakan?



**85%**

ChatGPT



**72%**

Meta AI



**65%**

Google Gemini



**26%**

Microsoft Copilot  
(Bing Chat)



**25%**

DeepSeek

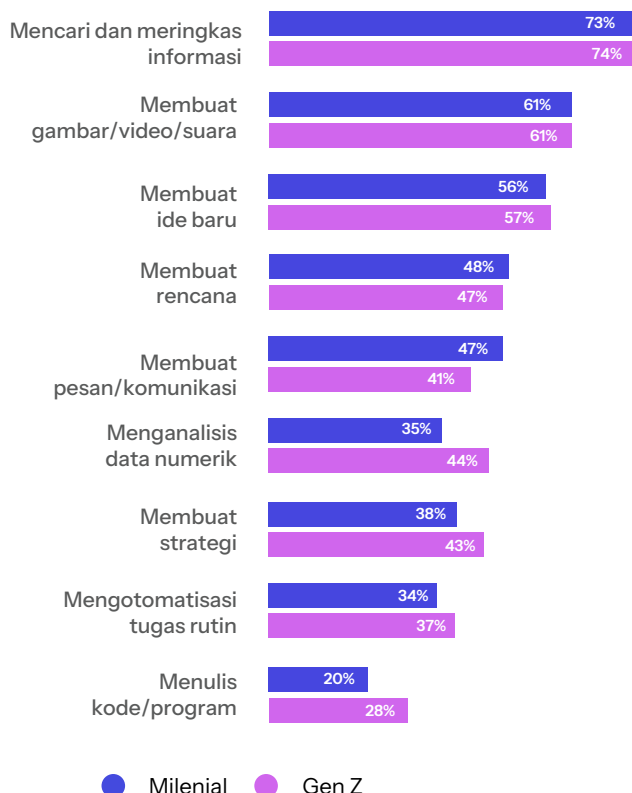


**22%**

Perplexity AI

Pasar chatbot AI generatif di Indonesia sudah terbentuk dengan cukup jelas, di mana tiga pemain utama mendominasi. ChatGPT menempati posisi teratas dengan 85% pengguna, disusul Meta AI (72%), dan Google Gemini (65%). Data ini menggambarkan struktur pasar yang terstratifikasi. Dalam beberapa tahun ke depan dinamika persaingan akan sangat bergantung pada sejauh mana para pemain mampu menghadirkan diferensiasi yang signifikan dan mampu menjawab kebutuhan publik secara lebih optimal.

## Keperluan Penggunaan Chatbot AI



Penggunaan chatbot AI antara Gen Z dan Milenial relatif serupa, terutama untuk aktivitas yang bersifat kreatif dan informatif. Kedua generasi sama-sama banyak memanfaatkan AI untuk mencari dan meringkas informasi (73–74%) serta membuat konten visual seperti gambar, video, atau suara (61%). Hal ini menandakan bahwa AI telah menjadi asisten dalam aktivitas harian dan pekerjaan kreatif.

Namun, terdapat perbedaan di antara keduanya. Gen Z lebih unggul dalam penggunaan yang bersifat teknis dan analitis, seperti menulis kode (28% vs 20%), menganalisis data (44% vs 35%), dan membuat strategi (43% vs 38%). Sedangkan Milenial memiliki kecenderungan lebih tinggi dalam memanfaatkan AI untuk kebutuhan yang lebih praktis seperti komunikasi dalam menulis pesan (47% vs 41%) dibandingkan Gen Z.

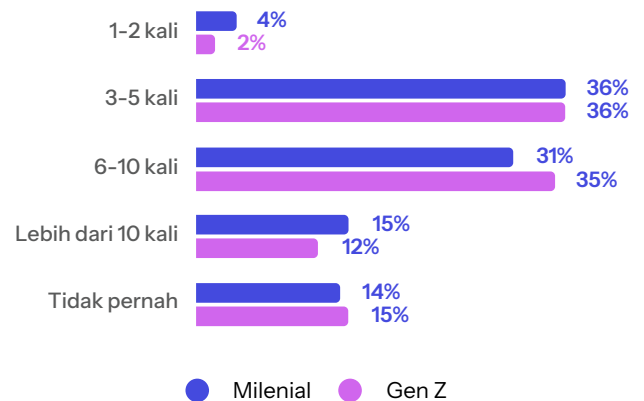
Q: Untuk keperluan apa saja Anda pernah menggunakan chatbot AI (misalnya ChatGPT, Gemini, Copilot, Claude, dll.)

## Intensitas Penggunaan Chatbot AI

Q: Seberapa sering Anda menggunakan aplikasi generative chatbot AI dalam seminggu terakhir?



**69%** Mayoritas publik menggunakan *chatbot* AI > 3x dalam sepekan terakhir



Frekuensi penggunaan *chatbot* AI generatif di Indonesia menunjukkan pola konsisten, dari penggunaan sesekali hingga rutin dan hanya 14% yang sama sekali tidak pernah mencobanya. Sebagian Milenial hanya menggunakan 1-2 kali (4%), tetapi sebagian lain justru masuk kategori pengguna berat dengan lebih dari 10 kali dalam seminggu (15%). Sebaliknya, Gen Z lebih stabil, dengan distribusi terbesar pada intensitas 6-10 kali (35%). Hal ini mengisyaratkan bahwa bagi Gen Z, *chatbot* sudah menjadi bagian yang lebih terintegrasi dalam keseharian, sementara bagi Milenial, adopsinya lebih bervariasi, antara sekadar mencoba atau justru menggunakannya secara intensif.

## Tantangan Utama Penggunaan AI



**55%** Keamanan data terancam/terganggu

- 53%** Hasil yang diberikan kurang akurat
- 50%** Biaya atau keterbatasan akses
- 36%** Bahasa atau interface yang sulit dipahami
- 26%** Tidak tahu cara menggunakan fitur lanjutan

Q: Kendala apa saja yang sering Anda hadapi saat menggunakan AI?

Tantangan terbesar dalam penggunaan AI di Indonesia bukan lagi soal cara mengoperasikan teknologi, melainkan seputar kepercayaan dan kualitas. Mayoritas pengguna menempatkan keamanan data (55%) dan akurasi hasil (53%) sebagai hambatan utama, diikuti biaya dan keterbatasan akses (50%) yang masih dirasakan signifikan.

Keamanan data menjadi tantangan krusial dalam penggunaan AI. Pada level individu, ancaman tersebut dapat diminimalisir selama pengguna memahami etika penggunaan AI. Yakni dengan tidak memasukkan informasi-informasi sensitif ke dalam sistem AI. Sedangkan isu akurasi bukan hanya soal keterbatasan mesin, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh cara pengguna berinteraksi dengannya. Prompt yang jelas, spesifik, dan kontekstual akan memperbesar peluang AI menghasilkan jawaban yang lebih akurat.

Sebaliknya, kendala yang berkaitan dengan literasi penggunaan, seperti bahasa yang sulit dipahami (36%) atau kesulitan memanfaatkan fitur lanjutan (26%), cenderung dianggap sebagai hambatan minor.

**“Selama kita bisa mengendalikan diri untuk tidak memasukkan data-data yang sensitif, maka kita relatif aman dari persoalan keamanan data itu sendiri.”**



**Dr. Agus Sudibyo, S.I.Kom., M.Fil.**  
Penulis Buku *Memahami AI: Sebuah Panduan Etik, Communication and Digital Analyst*

# Sumber Publik Belajar dan Mengetahui AI



**84%**

Media sosial dan YouTube



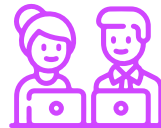
**51%**

Artikel online dan blog



**49%**

Media massa dan berita



**43%**

Teman dan kolega



**42%**

Trial and error sendiri



**21%**

Kursus online atau offline

Q: Dari mana Anda banyak belajar tentang AI?

Mayoritas publik memperoleh pengetahuan tentang AI dari jalur yang cepat dan praktis, terutama lewat konten-konten populer di media sosial dan YouTube (84%). Dengan rendahnya porsi kursus formal (21%) sebagai sumber belajar, hal ini memperkuat dugaan fenomena "paham di permukaan" yang tercermin di publik. Pengguna AI cenderung cepat akrab dengan istilah dan cara pakai, tetapi tanpa fondasi konseptual yang kuat. Karena literasi yang bersifat praktis dan meniru alih-alih membangun kerangka konseptual yang mendalam.

Rendahnya keterlibatan lembaga formal seperti kursus online/offline diduga juga disebabkan karena kecepatan perkembangan industri yang sangat tinggi. Model baru bisa muncul hampir setiap hari, sehingga pembelajaran formal yang bergantung pada modul dan silabus terpusat sulit mengejar ketertinggalan.

Akibatnya, selain pemahaman mendasar tentang mekanisme inti AI menjadi terbatas, publik juga sulit menentukan model yang sesuai untuk permasalahan spesifik. Selain itu publik kesulitan membangun prompt yang sesuai karena mengandalkan contoh yang dibuat kreator konten.

***"Kecepatan dari pergerakan industri AI ini memang luar biasa. Kalau menunggu dari pembelajaran formal, seperti sekolah atau dari university, tidak akan dapat mengejar karena begitu selesai kurikulumnya dibuat, sudah ada 10 LLM baru yang ternyata jauh lebih powerful dari yang sedang dijelaskan di dalam kurikulum tersebut."***



**Rama Mamuaya, S.Kom., M.A., EMBA.**  
Managing Partner Discovery Shift, Praktisi Transformasi Digital

## BAB 2

# AI DI DUNIA KERJA DAN BISNIS

- 19 Sikap Organisasi terhadap Penggunaan AI
- 21 Peluang dan Tantangan yang Datang di Era AI
- 23 Kebijakan dan Arah Baru bagi Ekonomi

# Sikap Organisasi terhadap Penggunaan AI

## 45%

Perusahaan aktif mendorong penggunaan AI di tempat kerja



3%	Mewajibkan penggunaan
27%	Sangat mendorong
15%	Agak mendorong
51%	Netral
2%	Agak tidak mendorong
1%	Sangat tidak mendorong
1%	Melarang sepenuhnya

Q: Bagaimana sikap organisasi/perusahaan tempat Anda bekerja terhadap penggunaan chatbot AI?\*

Sikap perusahaan terhadap penggunaan chatbot AI masih beragam, dengan kecenderungan terbesar berada di posisi netral. Sebagian perusahaan cukup progresif dengan mendorong bahkan mewajibkan, meski jumlahnya masih terbatas. Di sisi lain, ada pula yang memilih melarang atau tidak mendorong, menandakan belum adanya keseragaman kebijakan. Pola ini menunjukkan bahwa banyak korporasi di Indonesia berada pada fase transisi, di mana organisasi masih mencari posisi yang tepat terkait pemanfaatan chatbot AI.

## Persentase Perusahaan yang Mendorong\*\* Penggunaan Chatbot AI per Bidang Industri



**55%** Digital & Media



**51%** Industrial & Resource



**43%** Knowledge/Regulated Services



**37%** Commerce & Consumer Services

Jika dilihat dari sektor industri, setiap industri menunjukkan karakter yang berbeda. Sektor Digital & Media menunjukkan sikap paling progresif, dengan persentase tertinggi (55%). Hal ini mengindikasikan karakteristik bidang industri yang sangat kompetitif dan akrab dengan teknologi.

Sedangkan sektor Commerce & Consumer Services menunjukkan tingkat kenetralan paling tinggi (60%). Ini menunjukkan bahwa industri tersebut masih dalam fase mengevaluasi penerapan teknologi AI untuk kegiatan perusahaan.

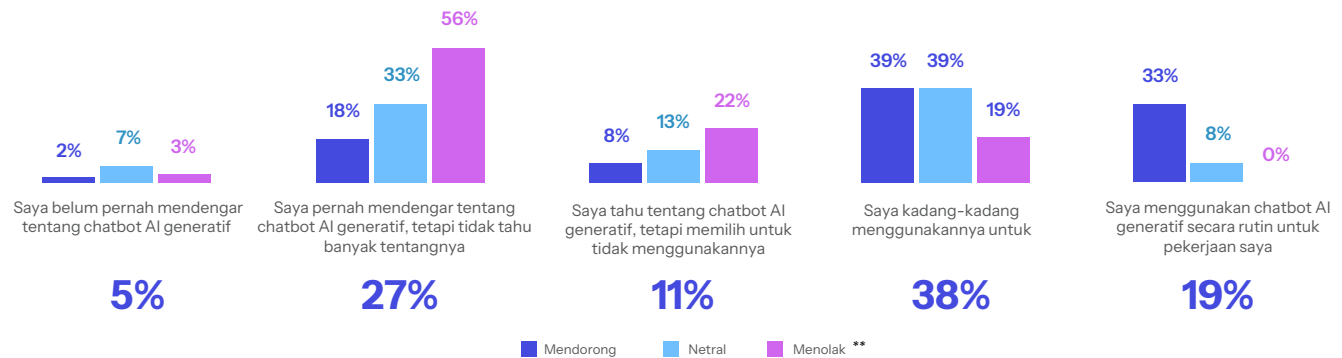
Sementara itu, meskipun hampir tidak ada sektor yang melarang sepenuhnya penggunaan AI, sektor Knowledge/Regulated Services dan Industrial & Resource cenderung memiliki konsentrasi pengguna di tingkat menengah, menunjukkan pendekatan yang lebih hati-hati.

Sikap netral dan kehati-hatian ini dapat dipicu oleh beberapa faktor seperti: transformasi digital yang masih awal sehingga SDM ahli AI terbatas, tingginya biaya investasi awal, kebutuhan untuk memitigasi risiko kesalahan AI yang berdampak pada biaya, keinginan perusahaan untuk menunggu teknologi yang tepat agar dapat diadopsi tanpa cepat usang, serta belum adanya kepastian regulasi, termasuk implementasi Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi.

\*n=795 ; di luar pelajar, mahasiswa, ibu rumah tangga, tidak/belum bekerja  
**\*\*Mendorong:** Agak mendorong, Sangat Mendorong, Mewajibkan penggunaan;

## Tingkat Penggunaan Chatbot AI di Pekerjaan

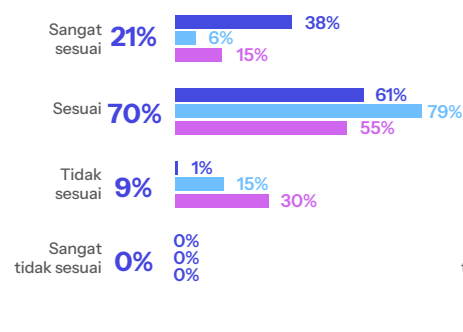
Q: Pilih pernyataan yang paling sesuai dengan penggunaan Anda terhadap chatbot AI generatif dalam pekerjaan\*



Secara umum, adopsi chatbot AI generatif dalam pekerjaan sudah cukup luas dan cenderung tidak terhindarkan. Hal ini terlihat dari 57% publik yang sudah menggunakan chatbot AI generatif, baik itu ada atau tidaknya dukungan organisasi pada penggunaan AI dalam pekerjaan. Namun, terdapat asosiasi yang kuat antara dukungan organisasi dengan penggunaan AI.

### Kesesuaian Keterampilan AI

Q: Seberapa sesuai keterampilan Anda dalam menggunakan AI dengan kebutuhan kerja saat ini?\*



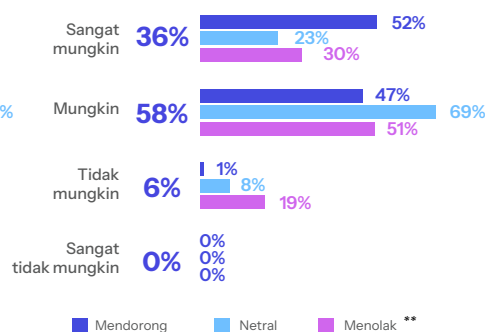
Sebagian besar karyawan juga merasa keterampilan AI yang mereka miliki sudah sesuai dengan kebutuhan pekerjaan, terutama di organisasi yang mendorong penggunaan AI. Dukungan penggunaan AI berasosiasi kuat pada kapabilitas penggunaan AI yang relevan. Sebaliknya, kurangnya dukungan organisasi dapat menghambat pengembangan kapabilitas penggunaan AI.

Di satu sisi, mayoritas publik juga meyakini bahwa AI akan membawa perubahan pada cara mereka bekerja dalam lima tahun ke depan, bahkan di organisasi yang bersikap restriktif atau menolak sekalipun. Begitu juga pada pandangan mengenai kemungkinan AI menggantikan pekerjaan, di mana 68% publik meyakini AI akan menggantikan pekerjaan mereka sepenuhnya dalam lima tahun. Kesadaran ini meningkat di pekerja yang berada di organisasi yang progresif.

Meskipun publik meyakini bahwa AI akan mengubah cara bekerja serta menggantikan peran sepenuhnya,

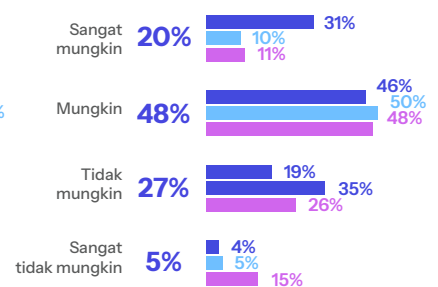
### Cara Bekerja dalam 5 Tahun ke Depan

Q: Menurut Anda, seberapa mungkin AI akan mengubah cara Anda bekerja dalam 5 tahun ke depan?\*



### Peran AI 5 Tahun ke Depan

Q: Seberapa mungkin AI akan sepenuhnya menggantikan pekerjaan Anda dalam 5 tahun ke depan?\*



tingginya keyakinan terhadap kesesuaian keterampilan dalam penggunaan AI dapat mengindikasikan adanya optimisme bahwa era transformasi AI memiliki peluang untuk mengarah ke augmentasi. Perusahaan dinilai akan memanfaatkan AI untuk meningkatkan produktivitas sekaligus membuka peluang bagi munculnya peran-peran baru berbasis AI.

**“Augmentasi AI di perusahaan dapat meningkatkan produktivitas, membuka berbagai peran baru, dengan memberikan reskilling, karyawannya diberikan pelatihan sehingga bisa beradaptasi dengan peran baru yang memiliki nilai tambah.”**



**Dr. Sri Safitri, S.T., B.Eng (Hons), M.Eng.**  
Sekjen Partnership Kolaborasi Riset & Inovasi  
Kecerdasan Artificial Indonesia (KORIKA)

\*n=795; di luar pelajar, mahasiswa, ibu rumah tangga, tidak/belum bekerja

\*\*Mendorong: Agak mendorong, Sangat Mendorong, Mewajibkan penggunaan;

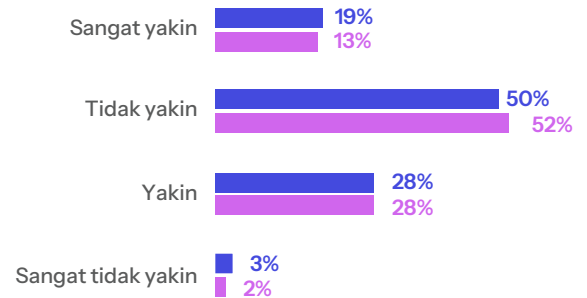
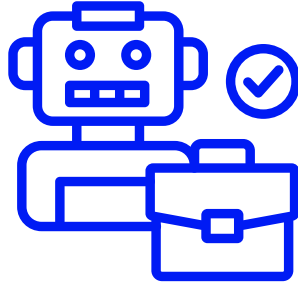
Menolak (low confidence): Agak tidak mendorong, Sangat tidak mendorong, Melarang sepenuhnya

# Peluang dan Tantangan yang Datang di Era AI

## Peluang Perkembangan AI dalam Pekerjaan

70%

Publik yakin bahwa AI akan membuka lapangan kerja baru

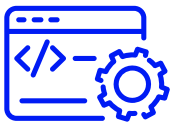


Q: Seberapa yakin Anda melihat AI dapat menghasilkan lapangan kerja baru di Indonesia dalam 5 tahun ke depan?

● Milenial ● Gen Z

Baik Gen Z (70%) maupun Milenial (69%) yakin terhadap potensi AI dalam menciptakan lapangan kerja. Hal ini menunjukkan bahwa para pengguna memandang era transformasi AI secara positif dan optimistis.

## Pandangan Publik pada Peluang Kerja yang Tercipta karena Perkembangan AI



**68%** Pekerjaan di bidang pengembangan AI (data scientist, AI engineer, dsb.)



**67%** Pekerjaan terkait penggunaan AI (customer service berbasis AI, digital marketing, dsb.)



**64%** Pekerjaan kreatif berbantuan AI (desain, musik, seni digital, film)



**56%** Pekerjaan terkait keamanan data, etika, dan regulasi AI



**48%** Pekerjaan di sektor pendidikan & pelatihan AI



**2%** Tidak ada peluang kerja baru yang signifikan

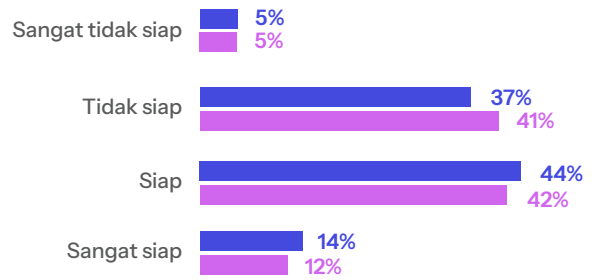
Q: Menurut Anda, peluang kerja baru apa yang paling mungkin tercipta karena perkembangan AI di Indonesia?

Optimisme publik bahwa AI akan menciptakan lapangan pekerjaan baru terpetakan pada tiga bidang tertinggi, yaitu pekerjaan di bidang pengembangan AI (68%), pekerjaan terkait penggunaan AI (67%), dan pekerjaan kreatif yang dibantu AI (64%). Sedangkan bidang keamanan data, etika dan regulasi AI, bidang pendidikan dan pelatihan AI, dinilai belum memiliki peluang sebesar bidang pekerjaan teknis dan operasional.

## Persepsi Kesiapan Publik pada Transformasi Berbasis AI

# 56%

Publik yakin Indonesia sudah siap secara ekonomi untuk menghadapi dampak transformasi AI



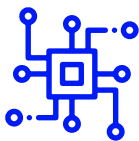
Q: Menurut Anda, apakah Indonesia sudah siap secara ekonomi untuk menghadapi transformasi akibat AI?

● Milenial ● Gen Z

Pandangan publik terbelah soal kesiapan ekonomi Indonesia menghadapi transformasi AI: 56% merasa siap, 44% tidak. Milenial lebih optimistis dibanding Gen Z, tetapi keduanya tetap menunjukkan keraguan besar terhadap kesiapan ekonomi nasional.

## Pandangan Publik terhadap Sektor Pekerjaan Paling Berisiko Terdampak AI

Q: Sektor pekerjaan apa yang menurut Anda paling berisiko terdampak pengurangan pekerjaan karena AI?



### 63%

Teknologi/IT



### 61%

Media kreatif,  
Seni, Hiburan



### 56%

Media berita



### 38%

Pendidikan &  
Pelatihan



### 38%

Retail/ Commerce



### 30%

Keuangan &  
Asuransi

**Lainnya: Transportasi dan Logistik (21%), Industri Manufaktur (20%), Perhotelan, Restoran, dan Pariwisata (20%), Kesehatan & Farmasi (15%), Konstruksi dan Properti (13%), Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan (10%), Pertambangan dan Energi (9%), serta Hukum (8%).**

Sektor berbasis data, informasi, dan kreativitas dipandang paling rentan terdampak AI. Namun, di saat yang sama, sektor-sektor ini juga membuka peluang baru bagi pertumbuhan dan terciptanya lapangan kerja baru.

Tingkat persepsi kesiapan yang lebih tinggi pada generasi Milenial menunjukkan bahwa keterlibatan mereka di sektor-sektor berisiko tidak menimbulkan ketakutan, melainkan mendorong kepercayaan diri dalam menghadapi perubahan.

**“Sektor-sektor yang menjadi prioritas perhatian pemerintah dalam mitigasi risiko AI itu harus dilihat berdasarkan dampak paling besar dengan rule 80-20. Mana yang effort-nya 20% tapi berdampak terhadap 80% dari impact. Harus dilihat mana yang menjadi fokus dalam memitigasi risiko AI berbasis data-data.”**



**Dr. Sri Safitri, S.T., B.Eng (Hons), M.Eng.**  
Sekjen Partnership Kolaborasi Riset & Inovasi  
Kecerdasan Artificial Indonesia (KORIKA)

# Kebijakan dan Arah Baru bagi Ekonomi



Program pelatihan keterampilan digital & AI untuk pekerja

**73%**

74%

71%



Program literasi digital untuk masyarakat umum

**62%**

60%

64%



Regulasi perlindungan pekerja transformasi AI

**52%**

52%

51%



Investasi pemerintah untuk pemerataan infrastruktur digital

**50%**

51%

49%



Insentif Adopsi AI untuk UMKM

**44%**

46%

43%



Menaikkan pajak perusahaan AI besar untuk pemerataan manfaat

**35%**

37%

33%

● Milenial

● Gen Z

Q: Kebijakan apa yang menurut Anda penting untuk dilakukan agar manfaat ekonomi AI bisa dirasakan secara merata?

Tiga kebijakan yang dianggap paling penting, yaitu: pelatihan keterampilan digital & AI untuk pekerja (73%), program literasi digital untuk publik umum (62%), serta regulasi perlindungan pekerja dalam transformasi AI (52%), menjadi cerminan prioritas tuntutan utama publik kepada regulator yang harus berjalan beriringan.

Meskipun begitu, terdapat perbedaan prioritas antar generasi dan kelompok pendapatan.

Milenial lebih condong pada kebijakan protektif, seperti perlindungan pekerja, insentif UMKM, hingga pajak perusahaan besar, karena mereka lebih dekat dengan realitas transisi ekonomi yang bisa mengancam stabilitas kerja dan penghidupan. Sedangkan Gen Z lebih menaruh perhatian pada pembangunan kapasitas, dengan menekankan literasi digital dan pelatihan keterampilan sebagai bekal untuk menghadapi masa depan.

**“Regulasi yang mendorong peningkatan literasi, kapabilitas dan proteksi perlindungan pekerja harus berjalan beriringan. Sehingga publik bisa lebih kreatif, cepat, inovatif, dan advance dalam menggunakan teknologi AI karena ada banyak manfaat di sana.”**



**Dr. Agus Sudibyo, S.I.Kom., M.Fil.**

Penulis Buku Memahami AI: Sebuah Panduan Etik, Communication and Digital Analyst

### BAB 3

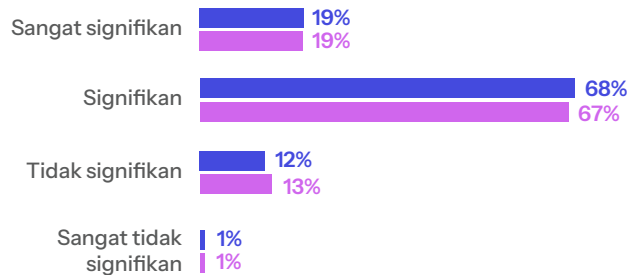
# AI DAN KEHIDUPAN SOSIAL

- 25 Bagaimana AI Mengubah Cara Publik Berinteraksi
- 26 Etika dan Kebiasaan Publik dalam Menggunakan AI
- 29 Kepercayaan Publik terhadap Teknologi AI

# Bagaimana AI Mengubah Cara Publik Berinteraksi

## 87%

Publik menilai bahwa teknologi AI akan membawa perubahan signifikan terhadap cara orang berinteraksi dalam kehidupan sosial.



Q: Seberapa signifikan teknologi AI (misalnya chatbot, rekomendasi konten, asisten virtual) akan mengubah cara orang berinteraksi dalam kehidupan sosial?

● Milenial ● Gen Z

Gen Z dan Milenial melihat AI bukan lagi sekadar teknologi, tetapi juga alat yang dapat memperkuat koneksi sosial melalui personalisasi yang lebih mendalam. Pandangan ini sejalan dengan tren publik yang semakin menginginkan pengalaman unik dan relevan secara personal.

Namun, pandangan positif ini juga dibayangi risiko. Ketergantungan berlebihan pada AI, bahkan untuk hal sederhana seperti membalas email atau pesan singkat, dapat melemahkan kemampuan berpikir kritis. Di sisi lain, teknologi seperti deepfake berpotensi memanipulasi data dan menghasilkan informasi palsu yang sulit dibedakan dari yang asli.

Risiko ini semakin kompleks karena algoritma AI cenderung mengutamakan konten viral, tanpa selalu menyaring kebenarannya. Akibatnya, disinformasi mudah menyebar, menciptakan ruang gema (echo chamber) yang memperkuat keyakinan kelompok dan mengisolasi mereka dari pandangan berbeda.

Dengan demikian, meskipun publik yakin AI akan membawa perubahan sosial yang besar, arah perubahan tersebut sangat bergantung pada kualitas literasi digital. Tanpa penguatan literasi, interaksi sosial justru berisiko menjadi dangkal dan semakin bergantung pada teknologi, alih-alih tumbuh lebih bermakna.

**“Salah satu dampak ekstrem dari AI terhadap interaksi sosial yang perlu diperhatikan adalah potensi hilangnya kemampuan berpikir ketika orang semakin bergantung pada AI, bahkan untuk hal-hal sederhana seperti membalas email atau pesan singkat.”**



**Rama Mamuaya, S.Kom., M.A., EMBA.**  
Managing Partner Discovery Shift, Praktisi Transformasi Digital

**“Algoritma AI yang mengutamakan viralitas cenderung menciptakan echo chamber. Akibatnya, keyakinan kelompok semakin menguat meski informasi yang beredar bisa saja keliru, dan inilah yang berbahaya.”**



**Prof. Dr. Suyanto, S.T., M.Sc.**  
Guru Besar Bidang Ilmu Kecerdasan Buatan, Rektor Telkom University 2025-2030

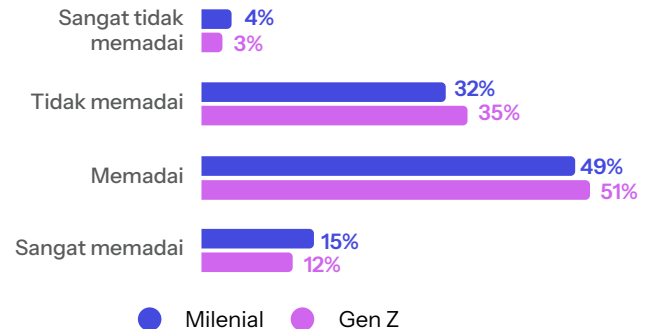
# Etika dan Kebiasaan Publik dalam Menggunakan AI



## 63%

Publik menilai penerapan etika penggunaan AI di Indonesia sudah memadai

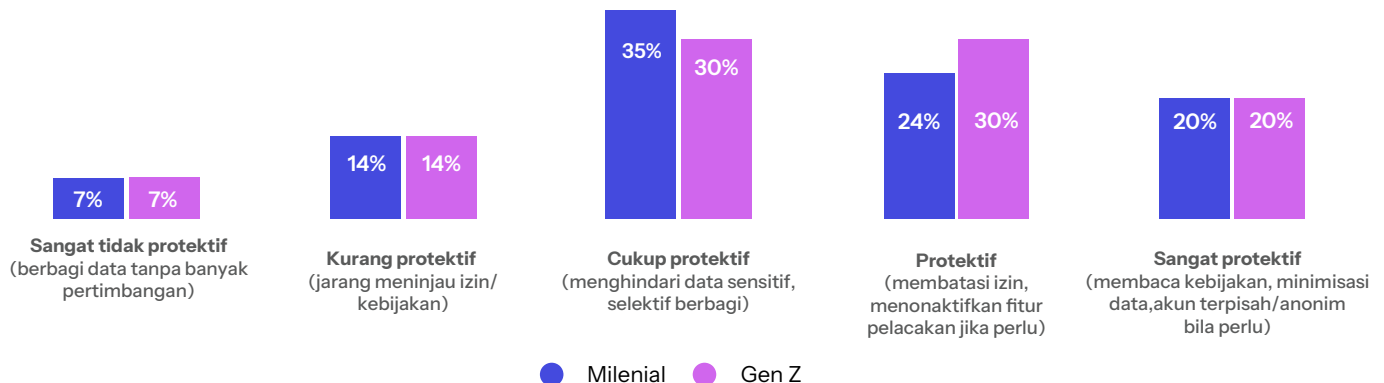
Q: Menurut Anda, seberapa memadai penerapan etika penggunaan AI di masyarakat Indonesia saat ini?



Meski mayoritas publik menilai penerapan etika AI di publik sudah memadai, 37% menilai sebaliknya. Hal ini mencerminkan perbedaan persepsi terhadap penerapan etika. Jika ditelusuri lebih jauh, tidak terdapat perbedaan signifikan antargenerasi. Milenial mencatat 64% penilaian positif, sedikit lebih tinggi dibandingkan Gen Z dengan 62%, menunjukkan bahwa optimisme maupun keraguan terhadap penerapan etika AI dirasakan secara lintas generasi.

Panduan penggunaan AI di Indonesia sendiri masih bersifat umum dan belum dikembangkan ke tingkat yang lebih spesifik. Tanpa kerangka etika yang jelas, penggunaan AI berisiko menimbulkan bias, pelanggaran privasi, hingga penyalahgunaan yang berdampak pada kepercayaan publik. Etika menjadi fondasi agar adopsi AI bukan sekadar mendorong inovasi, tetapi juga melindungi kepentingan publik, memastikan keadilan, dan menjaga nilai kemanusiaan di tengah arus digitalisasi.

## Kesadaran Privasi di Tengah Adopsi AI



Q: Bagaimana sikap Anda terhadap privasi data saat menggunakan layanan berbasis AI?

Mayoritas publik (65%) menempatkan diri pada posisi cukup protektif terhadap privasi data, dengan bersikap selektif dalam berbagi informasi serta menghindari penyebaran data sensitif. Sementara itu, sekitar 39% publik sangat protektif terhadap privasi mereka. Meski demikian, terdapat sekitar 28% yang masih kurang protektif atau jarang meninjau izin atau kebijakan data. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran terhadap privasi terbilang sudah cukup tinggi, tetapi praktik perlindungan yang ketat belum merata.

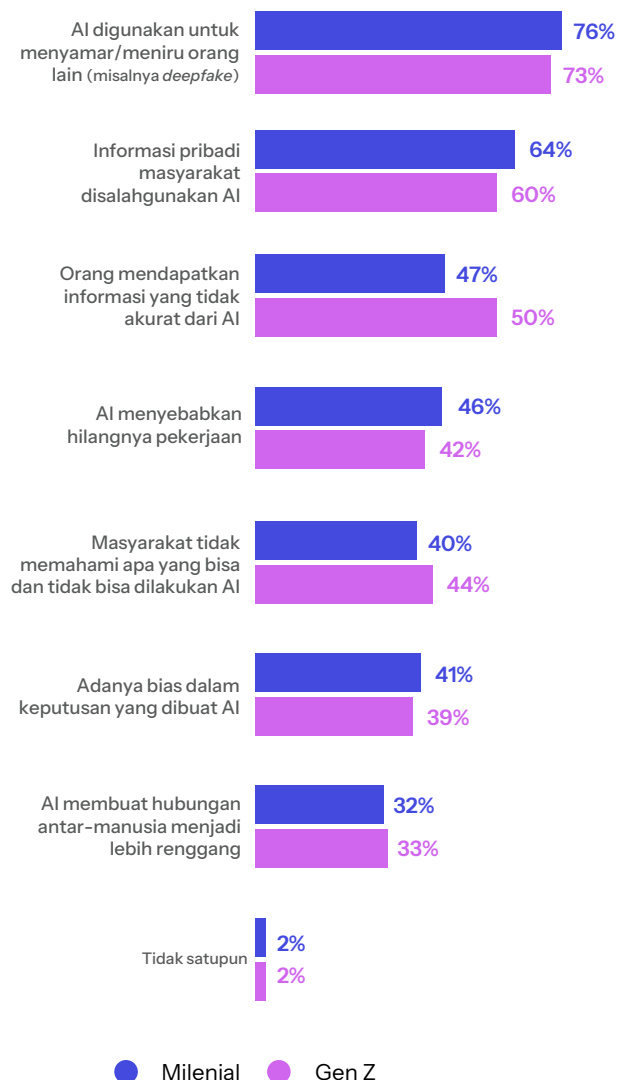
Berdasarkan kelompok usia, Gen Z cenderung lebih protektif terhadap data dibanding Milenial, dengan proporsi perilaku protektif yang lebih tinggi. Hal ini sesuai dengan karakteristik Gen Z yang lebih selektif dalam membagikan informasi karena tumbuh di era digital. Tingginya paparan pada isu privasi yang semakin kompleks mendorong mereka untuk membangun kesadaran dan pemahaman mengenai sekuritas data.

## Kekhawatiran Publik terhadap Penggunaan AI di Indonesia



# 75%

Publik khawatir AI digunakan untuk menyamar / meniru orang lain (misalnya *deepfake*)



Q: Apa saja kekhawatiran yang Anda rasakan pada penggunaan Artificial Intelligence (AI) di Indonesia?

Kekhawatiran publik terhadap AI terpusat pada praktik penyamaran melalui teknologi *deepfake* (75%) dan penyalahgunaan data pribadi (62%). Dua isu ini konsisten menempati posisi teratas pada Gen Z dan Milenial. Hal ini menandakan tingginya sensitivitas publik terhadap keamanan dan identitas digital.

Selain itu, risiko orang mendapatkan informasi yang tidak akurat (48%) dan menyebabkan kehilangan pekerjaan (44%) juga menempati porsi cukup signifikan. Hal ini menggambarkan adanya campuran antara kekhawatiran terhadap dampak sosial-ekonomi dan kualitas informasi yang dihasilkan AI. Kekhawatiran lain, seperti kurangnya pemahaman tentang kemampuan AI (42%), bias keputusan (40%), dan renggangnya hubungan antarmanusia (32%), menjadi kekhawatiran yang relatif lebih rendah.

Meski sama-sama menempatkan *deepfake* dan data pribadi di urutan teratas, fokus selanjutnya dari setiap generasi cukup berbeda. Gen Z lebih peduli dengan keakuratan informasi (50%) dan kurangnya pemahaman publik (44%) dibanding Milenial. Sebaliknya, Milenial memiliki kepedulian lebih tinggi pada aspek keamanan personal dan efek ekonomi, isu *deepfake* (76%), data pribadi (64%), serta hilangnya pekerjaan (46%). Perbedaan ini menunjukkan bahwa setiap generasi memiliki pandangan yang berbeda pada risiko AI dari lensa pengalaman dan kebutuhan masing-masing.

Kekhawatiran publik tersebut menguatkan dugaan ketertutupan perusahaan AI soal proses training dan retraining data. Hal ini menyebabkan publik tidak memiliki kejelasan apakah data yang diunggah ikut digunakan untuk melatih ulang model AI.

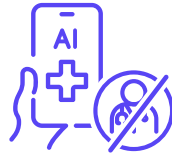
## Perilaku Publik dalam Menggunakan AI

Q: Dari daftar berikut, perilaku apa saja yang pernah Anda lakukan saat menggunakan AI?



Menggunakan AI untuk menyelesaikan tugas/pekerjaan tanpa menyebutkan penggunaan AI

**53%**



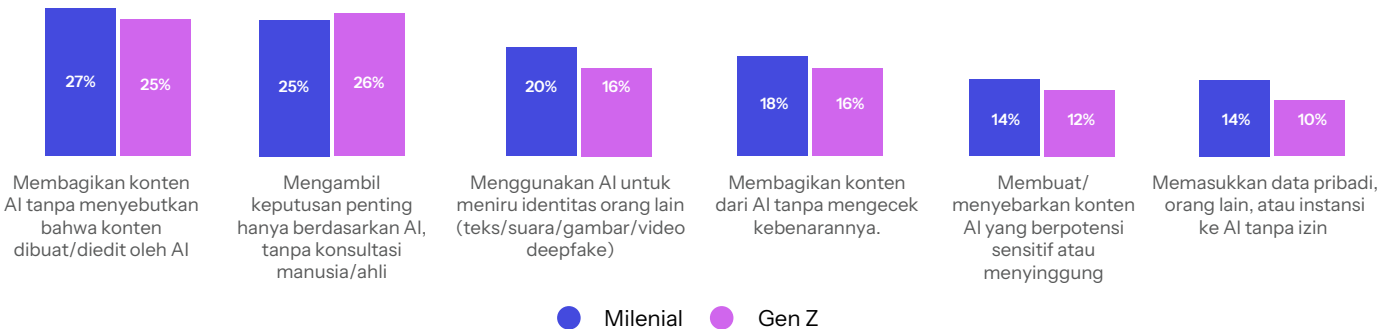
Menggunakan AI untuk konsultasi atau diagnosis kesehatan fisik tanpa berkonsultasi dengan tenaga kesehatan profesional

**34%**



Menggunakan AI untuk konsultasi atau penilaian kesehatan mental psikologis tanpa berkonsultasi dengan psikiater/psikolog klinis

**32%**



● Milenial ● Gen Z

Milenial maupun Gen Z sama-sama menunjukkan kekhawatiran terhadap penggunaan AI. Akan tetapi, perilaku kesehariannya tetap melakukan kesalahan dalam etika penggunaan AI. Jika dilihat berdasarkan generasi, terdapat perbedaan yang cukup signifikan antara generasi, yakni Milenial lebih rentan pada penyalahgunaan yang berimplikasi sosial dan institusional daripada Gen Z.

Kesalahan etika penggunaan AI di Gen Z cenderung disebabkan pada kesalahan di ranah personal, seperti akademik dan kesehatan mental. Gen Z terindikasi memposisikan AI tanpa memikirkan konsekuensi etika maupun validitas hasil. Sedangkan Milenial, memiliki kecenderungan yang lebih besar pada hal-hal yang dapat berdampak lebih serius terkait privasi, data sensitif, serta penyalahgunaan identitas.

Temuan ini menguatkan dugaan bahwa sebagian publik pengguna AI telah membentuk kebiasaan yang berisiko pada pengabaian batasan profesional serta keselamatan. Temuan ini tidak hanya menggambarkan risiko di tingkat individu, tetapi juga menegaskan urgensi standar etis di tingkat yang lebih luas. Sebab, potensi dampaknya akan jauh lebih besar jika praktik serupa terjadi dalam konteks publik yang menyangkut kepentingan publik luas.

**“Banyak orang-orang yang tidak menyadari bahwa penggunaan AI itu juga dapat membuat dia terekspos dengan membuka data-data rahasia dari perusahaan ataupun data-data privasi dirinya sendiri sehingga bisa terjadi adanya kebocoran ataupun juga penyalahgunaan data.”**



**Dr. Sri Safitri, S.T., B.Eng (Hons), M.Eng.**  
Sekjen Partnership Kolaborasi Riset & Inovasi  
Kecerdasan Artificial Indonesia (KORIKA)

**“Publik di Indonesia masih belum cukup peduli terhadap data pribadinya. Justru pemerintah, korporasi, dan lembaga penegak hukum yang perlu lebih waspada dan memahami cara kerja AI agar potensi risikonya bisa dikelola dengan tepat.”**

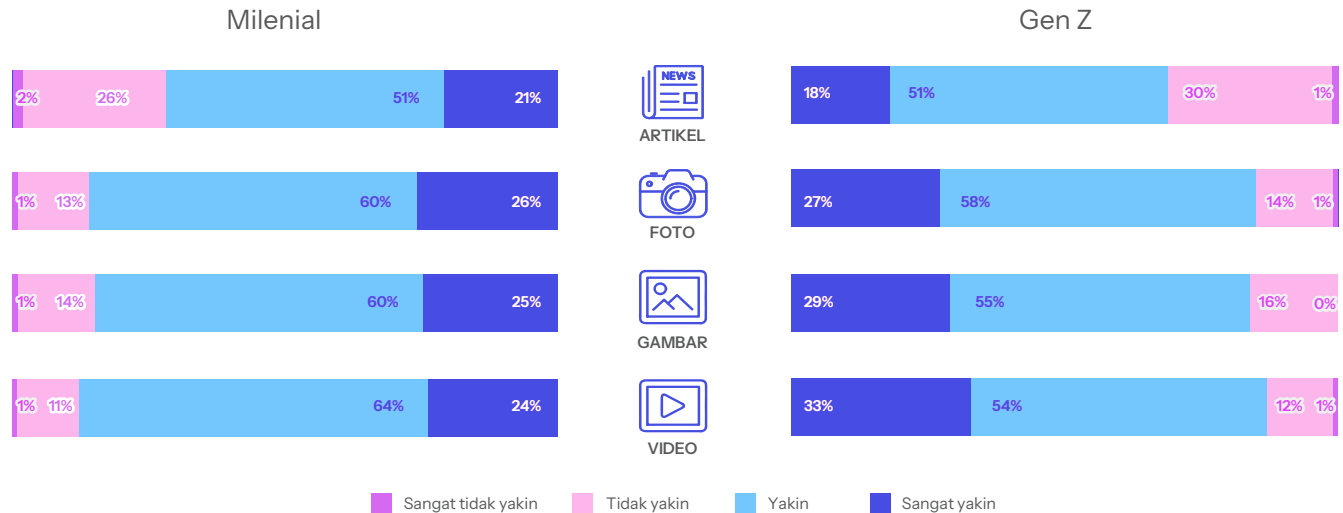


**Rama Mamuaya, S.Kom., M.A., EMBA.**  
Managing Partner Discovery Shift, Praktisi  
Transformasi Digital

# Kepercayaan Publik terhadap Teknologi AI

## Keyakinan Mengenali Konten AI

Q: Seberapa yakin Anda dapat membedakan apakah sebuah konten dibuat oleh AI?



Konten artikel yang dibuat AI menjadi yang paling sulit dibedakan oleh publik. Tingkat keyakinan mereka jauh lebih rendah dibandingkan saat harus mengenali konten visual seperti video, foto, atau grafis buatan AI yang dianggap lebih mudah diidentifikasi (85%–88%, yakin–sangat yakin). Pola ini menunjukkan bahwa identifikasi konten berbasis teks jauh lebih menantang dibandingkan konten visual.

Seiring perkembangan teknologi, tantangan membedakan konten buatan AI menjadi semakin besar. Algoritma generatif kini mampu menghasilkan teks, gambar, maupun video yang semakin susah dibedakan dari karya manusia.

Meskipun beberapa AI sudah memasukkan mekanisme *guardrails* pada generative foto/video mereka, tetapi masih banyak publik yang kesusahan membedakan konten buatan AI. Kondisi ini menegaskan pentingnya peningkatan literasi dan mental model penggunaan AI. Pengguna dituntut untuk kritis dalam menyaring informasi serta memiliki kemampuan untuk mengevaluasi kredibilitas konten secara lebih hati-hati.

Mekanisme pemberian informasi mengenai keterlibatan AI dapat menjadi kunci untuk menghindari misinformasi dan disinformasi. Hal ini akan membantu publik memahami asal-usul konten sehingga lebih berhati-hati dalam menilai informasi yang didapatkan.

**“Penting untuk memberikan disclaimer, misalnya dengan menuliskan bahwa konten ini sebagian dibuat oleh AI. Dengan adanya penjelasan tersebut, publik akan lebih memahami bahwa konten tersebut merupakan hasil buatan AI, sehingga transparansi tetap terjaga.”**



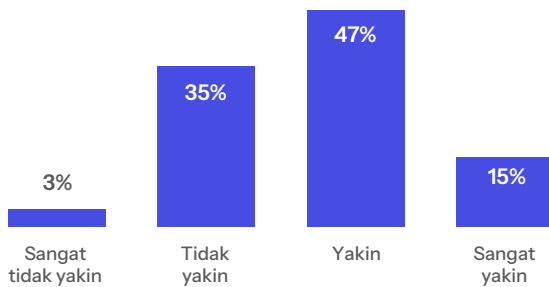
**Dr. Agus Sudibyo, S.I.Kom., M.Fil.**  
Penulis Buku *Memahami AI: Sebuah Panduan Etik, Communication and Digital Analyst*

# 63%

Publik yakin bahwa informasi atau konten yang dibuat AI dapat digunakan secara aman dalam kehidupan sehari-hari

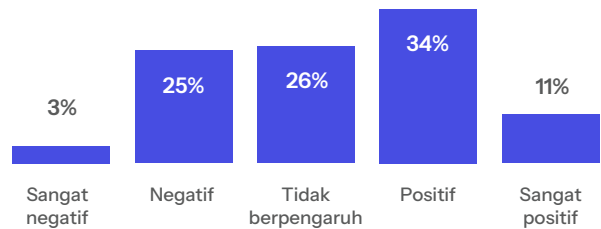


## Kepercayaan Publik terhadap Keamanan Informasi AI



Q: Seberapa yakin Anda jika informasi atau konten yang dibuat AI dapat digunakan secara aman dalam kehidupan sehari-hari?

## Kredibilitas Konten di Era AI



Q: Jika Anda mengetahui konten dibuat AI, menurut Anda bagaimana pengaruhnya terhadap kredibilitas?

Akurasi AI yang hanya berkisar di antara 60–70%, ternyata dipandang aman digunakan dalam kehidupan sehari-hari oleh mayoritas publik. Sementara, hanya 37% publik yang tidak setuju. Hal ini menjadi sinyal bahaya dalam penggunaan AI, karena berisiko sangat besar pada lahirnya rasa aman palsu. Publik bisa terlalu cepat mempercayai output AI tanpa verifikasi, sehingga membuka peluang terjadinya penyebaran informasi salah, bias, atau bahkan keputusan keliru di bidang sensitif seperti kesehatan, finansial, dan hukum.

Temuan 71% menilai penggunaan AI tidak memberikan dampak negatif (gabungan “tidak memengaruhi” dan “positif”) menunjukkan bahwa publik punya optimisme tinggi pada AI. Di satu sisi, hal tersebut dapat dilihat sebagai peluang akselerasi adopsi AI. Namun, tanpa kontrol mutu yang ketat, kepercayaan pada AI berpotensi meningkatkan penyebaran bias atau misinformasi. Kondisi ini menegaskan bahwa semakin canggih kecerdasan AI, maka ruang untuk keraguan terhadap integritas konten berbasis AI, tetap perlu dipertahankan.

**“AI memiliki akurasi terbatas sekitar 60–70% dan bias data pelatihan, sehingga hasilnya seringkali tidak sepenuhnya relevan dengan realitas budaya di Indonesia.”**



**Prof. Dr. Suyanto, S.T., M.Sc.**  
Guru Besar Bidang Ilmu Kecerdasan Buatan,  
Rektor Telkom University 2025-2030

## BAB 4

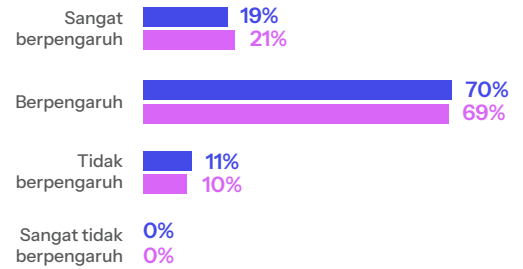
# AI DI DUNIA HIBURAN DAN KREATIVITAS

- 32 Pengaruh AI terhadap Cara Publik Menikmati Hiburan
- 33 Pandangan Publik soal Peran AI di Dunia Seni
- 34 Bagaimana AI Mendorong Perkembangan Seni dan Budaya

# Pengaruh AI terhadap Cara Publik Menikmati Hiburan

## 90%

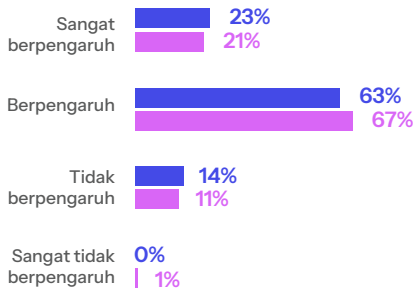
Publik menilai AI memengaruhi cara melihat budaya dan mengonsumsi konten



Q: Seberapa besar pengaruh teknologi AI (misalnya chatbot, rekomendasi konten, asisten virtual) mengubah cara Anda melihat budaya dan mengonsumsi konten di media?

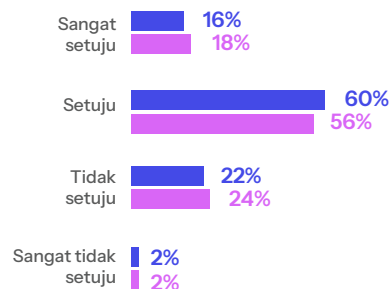
● Milenial ● Gen Z

## Pengaruh Konten yang Dihasilkan AI terhadap Pilihan Hiburan



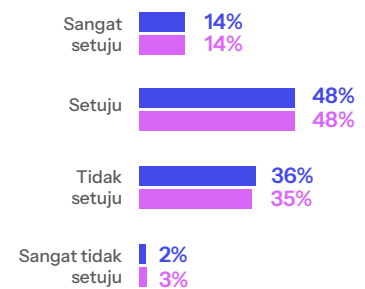
Q: Seberapa besar menurut Anda konten AI memengaruhi pilihan hiburan yang Anda nikmati?

## Pandangan Publik tentang Homogenisasi Hiburan Akibat AI



Q: Menurut Anda, apakah rekomendasi konten berbasis AI (misalnya YouTube, Netflix, Spotify, TikTok) membuat pilihan hiburan masyarakat menjadi lebih homogen/seragam?

## Pengaruh AI terhadap Konsumsi Konten Budaya Lokal vs Asing



Q: Apakah Anda merasa algoritma AI membuat Anda lebih sering mengonsumsi konten dari budaya luar negeri dibanding budaya lokal?

Kehadiran AI yang mulai berperan besar dalam kehidupan publik memiliki potensi mengancam ekosistem media dan budaya di Indonesia. Hal ini terlihat dari 90% publik yang merasa bahwa AI kini sangat memengaruhi cara publik memandang budaya dan mengonsumsi media.

AI juga telah menjadi bagian tak terpisahkan dari industri hiburan, karena 87% publik mengaku konten berbasis AI berpengaruh terhadap hiburan yang mereka nikmati.

Tingginya peran AI berpotensi mengubah persepsi budaya. Hal ini diindikasikan pada penuturan 75% publik yang setuju bahwa algoritma AI membuat pilihan hiburan publik menjadi lebih seragam. Sementara, 63% lebih mengaku sering mengonsumsi konten dari budaya mancanegara dibanding budaya lokal.

Dominasi platform populer di Indonesia di antaranya Instagram, YouTube, Spotify, serta ChatGPT. Platform ini membangun AI model dengan data training berbasis dari Amerika dan Kanada. Hal ini diduga membuat ekosistem AI di Indonesia menghasilkan rekomendasi lebih ke arah eksposur budaya asing dan dikhawatirkan dapat menurunkan visibilitas konten lokal.

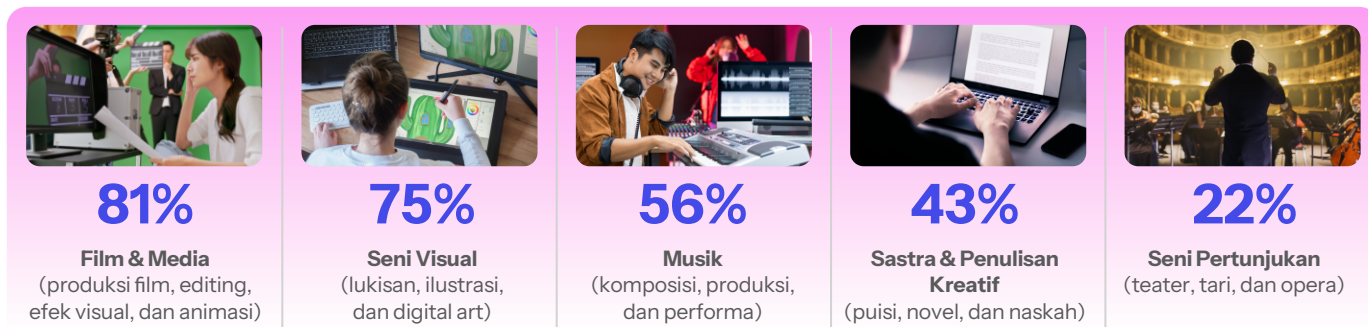
**“Kedaulatan budaya ini penting. China punya DeepSeek yang dilatih dengan data-data dari Asia. Sehingga kalau kita bisa membangun model AI yang memang dilatih dengan data-data yang berasal dari Indonesia sendiri, saya yakin hasil generative AI-nya akan sangat sesuai dengan harapan user dari Indonesia. Dengan begitu, maka budaya kita akan berdaulat bahkan meningkat lebih kuat.”**



**Prof. Dr. Suyanto, S.T., M.Sc.**  
Guru Besar Bidang Ilmu Kecerdasan Buatan,  
Rektor Telkom University 2025-2030

# Pandangan Publik soal Peran AI di Dunia Seni

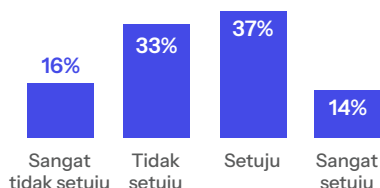
## Bidang Seni yang Paling Terpengaruh AI



Q: Bidang seni apa yang menurut Anda paling banyak dipengaruhi oleh AI?

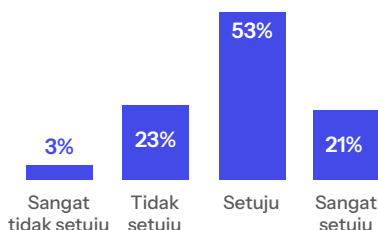
AI kini sudah menjadi bagian tak terpisahkan dari dunia hiburan dan seni. Film dan media (81%), seni visual (75%), dan musik (56%) menjadi tiga bidang yang paling banyak tersentuh oleh AI, baik dalam proses kreatif maupun produksi. Di sisi lain, ketiganya juga menyimpan risiko tinggi terhadap pelanggaran hak cipta karena karya visual, audio, dan video sangat mudah direplikasi dan digunakan sebagai training data tanpa izin dari kreator. Karena itu, perhatian dari regulator dan penyedia teknologi sangat dibutuhkan agar perkembangan AI di industri kreatif bisa tetap mendorong inovasi tanpa mengorbankan perlindungan hak kekayaan intelektual.

### Nilai Kreativitas Karya Seni AI setara Manusia



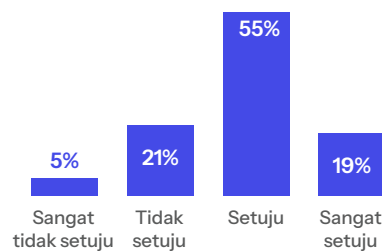
Q: Seberapa setuju anda jika karya seni digital yang dibuat oleh AI memiliki nilai kreativitas yang setara dengan karya manusia?

### AI akan Mengurangi Peran Seniman



Q: Menurut Anda, apakah keberadaan AI berpotensi mengurangi peran seniman manusia di masa depan?

### AI Mendukung dan Memperkaya Seni serta Kreativitas Seniman



Q: Seberapa yakin Anda bahwa AI dapat mendukung dan memperkaya seni dan kreativitas dalam 5 tahun ke depan?



**49%**

Publik tidak setuju jika karya seni yang dibuat oleh AI dinilai memiliki kreativitas yang setara dengan karya manusia

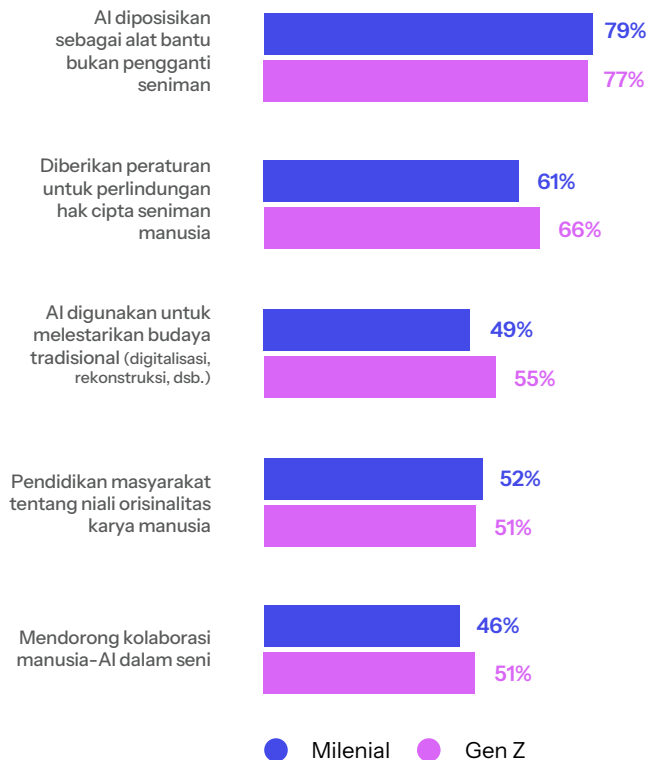
Di satu sisi, publik juga meyakini bahwa keberadaan AI memberi manfaat pada dunia seni. Hal ini diindikasikan dari tingginya kepercayaan publik (74%) yang meyakini bahwa AI dapat memperkaya seni dan kreativitas. Sebanyak (74%) publik juga menilai AI dapat memperkaya seni dan kreativitas. Temuan ini menguatkan indikasi bahwa publik cenderung memandang AI sebagai sarana yang bisa memperkaya seni dan kreativitas serta mengubah cara seniman dalam berkarya di era transformasi AI.

# Bagaimana AI Mendorong Perkembangan Seni dan Budaya



## 78%

Publik meyakini AI diposisikan sebagai alat bantu, bukan pengganti seniman



Q: Menurut Anda, bagaimana cara terbaik agar AI dapat mendukung keberlangsungan seni dan budaya manusia?

Publik cenderung memandang AI sebagai pendukung, bukan pengganti peran seniman dalam ekosistem seni dan budaya. Sebanyak 78% menilai AI berperan sebagai alat bantu untuk seniman, bukan mengambil alih proses kreatif sepenuhnya. Sikap ini sejalan dengan kebutuhan perlindungan hak cipta yang juga menjadi perhatian utama (63%). Hal ini menandakan kesadaran publik terhadap risiko pelanggaran HAKI di era konten generatif.

Selain itu, AI juga dipandang memiliki potensi positif dalam pelestarian budaya tradisional (55%) dan edukasi publik tentang nilai orisinalitas karya manusia (51%). Hal ini menunjukkan teknologi yang dapat digunakan untuk memperkuat, bukan mengikis nilai-nilai budaya. Di sisi lain, sebanyak 49% publik juga mendorong adanya kolaborasi manusia-AI. Publik menyadari pentingnya kebutuhan beradaptasi di era transformasi AI. Bentuk adaptasi yang bisa dilakukan seperti memadukan kreativitas dan humanitas dan penguasaan teknologi AI. Pemahaman pada adaptasi teknologi AI ini yang memungkinkan manusia tetap menjadi pusat penciptaan makna dan emosi. AI juga berperan memperkuat kapasitas, presisi, dan efisiensi.

Pergeseran nilai ini perlu menjadi perhatian penting untuk regulator dalam menjaga hak cipta dan budaya lokal dengan edukasi dan regulasi yang adaptif terhadap perkembangan AI. Edukasi menjadi hal penting untuk menguatkan pemahaman pentingnya atribusi karya, serta kesadaran bahwa kreativitas manusia memiliki nilai yang tak tergantikan oleh mesin. Sementara itu, melalui regulasi, negara perlu memastikan sistem perlindungan hak cipta dan pelestarian budaya tetap relevan dan responsif terhadap era transformasi AI yang melahirkan irisan karya manusia serta karya berbasis AI. Dengan begitu, kolaborasi manusia dan AI dapat tumbuh dalam ekosistem yang adil, kreatif, dan berkeadilan budaya, tanpa mengorbankan nilai-nilai kemanusiaan maupun kekayaan intelektual bangsa.

***“Untuk menjadi entitas terbaik di era saat ini, manusia harus punya kreativitas dan humanitas tinggi dan sangat menguasai AI sehingga bisa berkolaborasi dengan AI. Kalau bisa berkolaborasi, maka kita akan menjadi seorang seniman yang sangat kreatif dan humanis, sekaligus punya kapasitas dan akurasi tinggi.”***



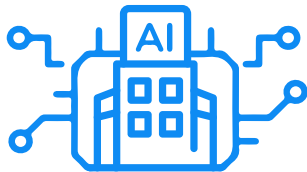
**Prof. Dr. Suyanto, S.T., M.Sc.**  
Guru Besar Bidang Ilmu Kecerdasan Buatan,  
Rektor Telkom University 2025-2030

## BAB 5

# ATURAN DAN TATA KELOLA AI

- 36 Pihak yang Dipandang Bertanggung Jawab Mengatur AI
- 37 Privasi, Keamanan Data dan Kepastian Aturan
- 38 Aspek Prioritas dalam Pengaturan AI

# Pihak yang Dipandang Bertanggung Jawab Mengatur AI



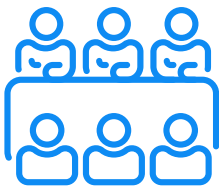
**66%** Perusahaan penyedia teknologi AI



**56%** Masyarakat



**55%** Pemerintah pusat



**38%** Lembaga pendidikan & penelitian



**30%** Organisasi internasional (PBB, UNESCO, dsb)



**26%** Pemerintah daerah

Q: Siapa saja yang menurut Anda bertanggung jawab dalam mengatur dan memastikan penggunaan AI yang aman di Indonesia?

Publik menempatkan penyedia teknologi AI sebagai pihak dengan tanggung jawab tertinggi dalam mengatur dan memastikan penggunaan AI yang aman di Indonesia (66%). Temuan ini menguatkan dugaan bahwa perusahaan global seperti *OpenAI*, *Google*, dan *Microsoft* dianggap lebih profesional, transparan, dan memiliki standar keamanan tinggi berkat reputasi internasional mereka.

Sementara itu, publik menempati posisi kedua (56%). Hal ini menunjukkan kesadaran publik bahwa setiap individu memiliki tanggung jawab atas pilihan dan tindakan dalam menggunakan teknologi. Sikap ini mencerminkan karakter publik di Indonesia yang adaptif dan terbiasa belajar teknologi baru secara mandiri.

Menariknya, pemerintah pusat justru menempati posisi ketiga (55%). Hal ini menandakan perubahan cara pandang publik terhadap tata kelola teknologi bahwa inovasi AI memang lebih cepat berkembang daripada kemampuan regulasi untuk mengimbangnya. Publik menilai tanggung jawab atas tata kelola AI tidak lagi bisa bersifat top-down, melainkan perlu bersifat kolaboratif antara negara, industri, dan publik.

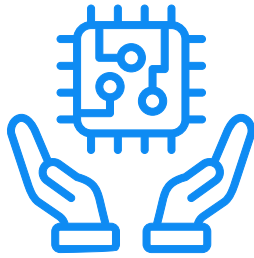
---

***“Tanggung jawab ada di semua stakeholder, contohnya seperti penyebaran hoaks lewat WhatsApp. Pemerintah melakukan sesuatu, aplikasi juga melakukan sesuatu, pengguna juga diajarkan. Tidak bisa hanya salah satu karena semuanya harus berkontribusi dan bergerak bersama dalam waktu yang sama.”***



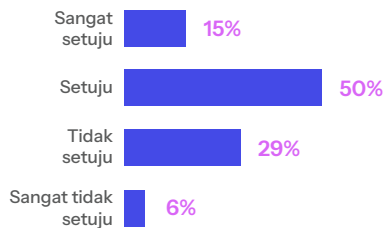
**Rama Mamuaya, S.Kom., M.A., EMBA.**  
Managing Partner Discovery Shift, Praktisi  
Transformasi Digital

# Privasi, Keamanan Data dan Kepastian Aturan

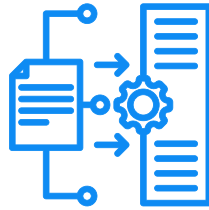


**65%**

Setuju bahwa sudah ada regulasi yang memadai untuk mengatur penggunaan AI

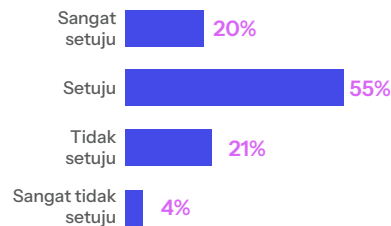


Q: Se jauh mana Anda setuju bahwa sudah ada regulasi yang memadai untuk mengatur penggunaan AI?

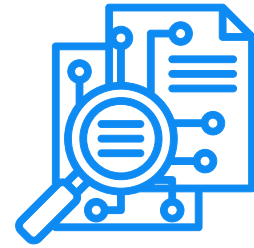


**75%**

Setuju bahwa sudah ada proses tata kelola yang melindungi masalah akibat penggunaan AI

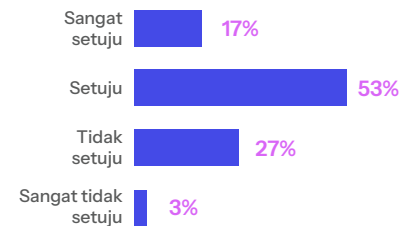


Q: Se jauh mana Anda setuju bahwa sudah cukup ada proses tata kelola untuk melindungi dari masalah yang mungkin timbul akibat penggunaan AI?



**70%**

Setuju bahwa penggunaan AI dalam aplikasi digital cukup aman dalam melindungi privasi pengguna



Q: Se jauh mana Anda setuju bahwa penggunaan AI dalam aplikasi digital cukup aman dalam melindungi privasi pengguna?

Mayoritas publik menunjukkan tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap keberadaan regulasi, tata kelola, dan keamanan privasi dalam penggunaan AI. Sebanyak 65% menilai regulasi yang mengatur AI sudah memadai, 75% merasa ada cukup tata kelola untuk melindungi dari potensi masalah, dan 70% percaya bahwa penggunaan AI di aplikasi digital sudah cukup aman dalam menjaga privasi pengguna.

Optimisme ini merupakan dampak positif karena membantu menciptakan lingkungan sosial yang dapat mendukung percepatan transformasi AI. Namun, tingkat kepercayaan yang terlalu tinggi juga menyimpan risiko tersembunyi.

Kepercayaan yang tinggi terhadap AI cenderung tidak diimbangi dengan literasi, pemahaman, dan kesiapan regulasi yang memadai.

Kondisi ini dapat menimbulkan dampak negatif di masa depan, seperti penyalahgunaan teknologi, hilangnya lapangan kerja, dan pergeseran nilai budaya. Kondisi ini seringkali baru disadari setelah dampaknya meluas.

# Aspek Prioritas dalam Pengaturan AI

## 84%

Publik menilai privasi & perlindungan data pribadi dalam penggunaan AI penting untuk diregulasi.



**74%** Perlindungan hak cipta dan kreativitas

**74%** Pencegahan penyalahgunaan AI untuk penipuan (misalnya *deepfake*)

**53%** Transparansi cara kerja AI

**52%** Pencegahan bias dan diskriminasi

**52%** Perlindungan anak dan kelompok rentan

**44%** Tanggung jawab atas dampak sosial (misalnya kemiskinan)

Q: Menurut Anda, aspek apa saja yang penting untuk diperhatikan dalam regulasi penggunaan AI?

Prioritas utama publik dalam regulasi AI berfokus pada perlindungan individu. Tiga isu teratas yang dianggap paling penting, yaitu privasi data pribadi (84%), perlindungan hak cipta (74%), serta pencegahan kejahatan digital seperti *deepfake* dan penipuan (74%). Sementara itu, isu transparansi cara kerja AI, pencegahan bias, dan perlindungan kelompok rentan dinilai penting pada tingkat moderat, dengan persentase sekitar 52%

Temuan ini menunjukkan bahwa publik memiliki orientasi regulatif yang pragmatis dan berbasis pengalaman langsung. Publik lebih memprioritaskan perlindungan yang berdampak nyata terhadap kehidupan pribadi seperti keamanan data, hak cipta, dan pencegahan kejahatan digital, dibandingkan dengan isu yang lebih konseptual seperti bias algoritma atau etika sistem AI.

Kecenderungan ini mengindikasikan bahwa literasi publik tentang risiko AI masih bersifat operasional, belum mencapai level struktural atau filosofis. Publik belum sepenuhnya menyadari risiko jangka panjang seperti bias sistemik atau eksklusi sosial akibat desain algoritmik. Oleh sebab itu, peran pemerintah menjadi krusial sebagai regulator yang menetapkan standar keamanan dan etika penggunaan AI melalui penguatan regulasi preventif, pengawasan, hingga edukasi publik.

***“Kerangka regulasi AI nasional yang dibuat oleh pemerintah diharapkan bisa menetapkan standar keamanan, standar transparansi dan standar audit AI. Kemudian [pemerintah] juga perlu mengatur tanggung jawab hukum jika AI menyebabkan kerugian.”***



**Dr. Sri Safitri, S.T., B.Eng (Hons), M.Eng.**  
Sekjen Partnership Kolaborasi Riset & Inovasi Kecerdasan Artificial Indonesia (KORIKA)

## BAB 6

# REKOMENDASI DALAM MENGHADAPI ERA AI

- 40 Rekomendasi dalam Menghadapi Era Transformasi AI bagi Publik
- 41 Rekomendasi dalam Menghadapi Era Transformasi AI bagi Bisnis
- 42 Rekomendasi dalam Menghadapi Era Transformasi AI bagi Pemerintah

# Rekomendasi dalam Menghadapi Era Transformasi AI bagi Publik

Perkembangan AI tidak dapat lagi dipisahkan dari kehidupan publik karena dirasakan membawa banyak dampak positif di berbagai bidang kehidupan. Namun dibalik itu, publik masih dibayangi oleh ketakutan pada sisi negatif penggunaan AI, seperti: tingginya peluang AI menggantikan peran manusia di dunia kerja, teknologi generatif AI yang menghasilkan konten-konten realistis dan susah dibedakan dengan buatan manusia, algoritma AI yang secara tidak disadari menciptakan pergeseran bagaimana publik mengonsumsi hiburan dan budaya. Kekhawatiran tersebut ditambah dengan pemahaman dan etika penggunaan AI yang masih rendah. Belum adanya regulasi dan panduan penggunaan AI di publik, berpotensi menghadirkan berbagai kendala dari sisi ekonomi, sosial, dan budaya, seperti: ancaman keamanan data dan disinformasi, pergeseran nilai budaya, hingga hilangnya lapangan pekerjaan.

## Rekomendasi



### **Pahami cara kerja AI, bukan hanya cara memakainya**

Pelajari bagaimana AI memproses data dan menghasilkan output-nya. Gunakan sumber belajar yang terpercaya seperti media kredibel, lembaga pendidikan, atau pelatihan resmi.



### **Jaga privasi dan data pribadi**

Baca kebijakan privasi sebelum memakai layanan berbasis AI. Terpenting hindari membagikan data sensitif pribadi, orang lain, atau instansi secara sembarangan.



### **Gunakan AI dengan tanggung jawab**

Gunakan AI untuk membantu kebutuhan, bukan merugikan orang lain. Pastikan setiap penggunaan tetap etis dan sesuai nilai kemanusiaan.



### **Berpikir kritis terhadap informasi**

Jangan langsung percaya atau membagikan konten yang tampak meyakinkan, terutama yang dihasilkan AI. Biasakan memeriksa sumber dan kebenarannya.



### **Kembangkan keterampilan yang relevan dengan AI**

Manfaatkan peluang di bidang AI agar bisa beradaptasi dengan perubahan dunia kerja.

# Rekomendasi dalam Menghadapi Era Transformasi AI bagi Bisnis

Tingginya adopsi AI di publik pada berbagai bidang kehidupan tidak lagi dapat dibendung, termasuk ranah profesional. Sedangkan saat ini, 1 dari 2 organisasi/perusahaan di Indonesia masih memilih bersikap netral dengan tidak mewajibkan ataupun melarang penggunaan AI di aktivitas pekerjaan. Sikap pasif perusahaan yang tidak meregulasi penggunaan AI di lingkungan pekerjaan, dapat membawa dampak negatif jika dikaitkan dengan temuan riset kumparan: telah terbentuk kebiasaan yang mengabaikan batas profesional dan keselamatan dalam memanfaatkan AI di sebagian publik. Hal ini diperparah dengan temuan jika: ada atau tidaknya dukungan organisasi/perusahaan dalam menggunakan AI, tidak menghentikan karyawan menggunakan AI. Penggunaan AI yang tidak teregulasi dan teredukasi, dapat meningkatkan ancaman pada keamanan data perusahaan, serta pengambilan keputusan-keputusan strategis yang salah.

Selain itu karyawan menyadari dan mempercayai jika AI akan mengubah peran dan bahkan menggantikan peran mereka dalam 5 tahun ke depan. Namun di saat yang sama, karyawan juga memiliki kepercayaan yang tinggi jika kemampuan penggunaan AI yang mereka miliki sudah sesuai dengan kebutuhan saat ini. Hal ini dapat menjadi indikasi jika transformasi AI di perusahaan disambut dengan optimistis oleh karyawan.

## Rekomendasi



### Susun kode etik penggunaan AI

Perusahaan perlu memiliki pedoman yang jelas agar penggunaan AI dilakukan dengan benar, aman, transparan, dan tetap menghargai nilai kemanusiaan di dalam prosesnya.



### Adopsi AI secara bertahap dan transparan

Identifikasi mana pekerjaan yang bisa dibantu AI dan komunikasikan rencana penerapannya agar karyawan siap beradaptasi.



### Bangun sistem tata kelola AI yang bertanggung jawab

Bentuk tim atau mekanisme internal untuk mengawasi penggunaan AI, memastikan setiap penerapan sesuai dengan regulasi, etika, dan kepentingan bisnis perusahaan



### Tingkatkan keterampilan karyawan

Berikan pelatihan dan dukungan agar karyawan mampu menggunakan AI secara produktif dan etis. Kapabilitas SDM adalah kunci keberhasilan transformasi digital perusahaan.



### Posisikan AI sebagai mitra kreatif, bukan pengganti

Dorong karyawan menggunakan AI untuk memperkaya ide dan efisiensi pekerjaan tanpa menghilangkan nilai kemanusiaan dan orisinalitas karya.

# Rekomendasi dalam Menghadapi Era Transformasi AI bagi Pemerintah

Meskipun kehadiran AI disambut dengan positif dan optimisme tinggi di publik, namun AI juga dipandang membawa dampak negatif. Hasil riset menunjukkan, jika saat ini telah terbentuk kebiasaan publik yang mengabaikan batas profesional dan keselamatan dalam penggunaan AI, yang disebabkan karena kurangnya pemahaman dari sisi teknis dan etis. Selain itu, publik juga mengkhawatirkan beberapa lainnya, seperti: superioritas AI yang dipandang akan menggantikan peran manusia di dunia kerja, kemampuan generatif AI yang mengabaikan hak cipta dan menghasilkan konten-konten realistis serta susah dibedakan dengan buatan manusia, hingga algoritma AI yang sudah melekat di publik.

Temuan riset kumparan juga menunjukkan jika publik memiliki orientasi regulatif yang pragmatis yang berdampak nyata terhadap kehidupan pribadi seperti keamanan data, hak cipta, dan pencegahan kejahatan digital, dibandingkan dengan isu yang lebih konseptual seperti bias algoritma atau etika sistem AI. Publik belum sepenuhnya menyadari risiko jangka panjang seperti bias sistemik atau eksklusi sosial akibat desain algoritmik. Oleh sebab itu, peran pemerintah menjadi krusial sebagai regulator yang menetapkan standar keamanan dan etika penggunaan AI melalui penguatan regulasi preventif, pengawasan, hingga edukasi publik.

## Rekomendasi



**Petakan sektor terdampak dan potensial.** Pemerintah perlu melakukan pemetaan menyeluruh terhadap sektor-sektor yang paling rentan dan yang paling diuntungkan oleh perkembangan AI. Pemetaan ini menjadi dasar bagi perencanaan kebijakan, insentif ekonomi, program pelatihan, serta arah investasi ke bidang yang menjanjikan lapangan kerja baru.



**Pedoman etika AI perlu diperkuat regulasi.** Pemerintah kini sudah memiliki panduan etika AI sebagai pedoman moral, tetapi pedoman tersebut belum cukup untuk menegakkan tanggung jawab hukum. Diperlukan regulasi yang mengikat untuk memastikan transparansi, keamanan data, dan akuntabilitas dalam penggunaan AI.



**Perluas edukasi dan literasi AI untuk publik.** Pemerintah harus membekali publik dalam pemahaman mendasar tentang cara kerja dan risiko AI. Pemerintah bisa mendorong pendidikan dan pelatihan AI sejak sekolah hingga dunia kerja agar publik tidak hanya jadi pengguna, tapi juga pencipta teknologi yang kritis.



**Perlindungan data pribadi yang lebih kuat.** Dorong regulasi perlindungan data pribadi dalam pemanfaatan teknologi AI. Salah satunya mendorong transparansi perusahaan penyedia layanan AI, terutama pada proses retraining data dan penggunaan data publik.



**Perbarui aturan hak cipta.** Aturan hak cipta perlu disesuaikan di tengah maraknya karya yang dapat diciptakan AI. Pemerintah perlu menegaskan batas antara karya manusia dan karya yang dihasilkan mesin agar kepemilikan dan perlindungan hukumnya jelas.

# Indonesia AI Report 2025

## DISUSUN OLEH:



kumparan merupakan *leading news media* yang diluncurkan pada 2017 dengan memadukan jurnalisme dan teknologi dalam pemberitaan (*technology based journalism*). kumparan berkomitmen menghadirkan konten dan produk terdepan, segar, dan inovatif untuk audiens Indonesia.

Untuk informasi lebih lanjut, kunjungi:  
<https://kumparan.com>

## PUBLIKASI:

Oktober 2025

## IZIN & PENGGUNAAN ULANG:

Laporan ini dipublikasikan untuk kepentingan publik dan dapat diakses secara terbuka. Pembaca diperbolehkan mengutip sebagian isi laporan untuk tujuan pemberitaan, ulasan, atau keperluan akademik dengan mencantumkan sumber secara lengkap. Penggandaan atau distribusi ulang dalam bentuk penuh, baik digital maupun cetak, memerlukan izin tertulis dari kumparan.

## BERKOLABORASI DENGAN:



Populix adalah perusahaan riset berbasis teknologi yang menghubungkan bisnis, institusi, dan individu dengan responden berkualitas, beragam, dan tepat sasaran di seluruh Indonesia. Dengan pendekatan berbasis data dan dukungan teknologi terkini, Populix menyediakan solusi riset *end-to-end*—mulai dari perencanaan, pengumpulan data, analisis, hingga pelaporan—untuk kebutuhan riset pasar maupun studi kebijakan publik dan sosial.

Untuk informasi lebih lanjut, kunjungi:  
<https://info.populix.co>

## HAK CIPTA:

© 2025 PT Dynamo Media Network.  
Seluruh hak cipta dilindungi undang-undang.

## KONTAK:

[info@kumparan.com](mailto:info@kumparan.com)

## PERISET:

### Growth & Analytics kumparan

Gurit Sukmo Aji Prasetyo  
Fahreza Arfan Hardiansyah  
Prilia Qiftyah Budiandari  
Elva Dwi Hidayati

### Content Development & Innovation kumparan

Rizki Baiquni Pratama  
Rinjani Meisa Hayashi

### Policy & Social Research Division Populix

Vivi S. Zabkie  
Nazmi Tamara  
Aulia Mutiara Hatia Putri  
Inassa Amira Shinta

## EDITOR:

### kumparan TEKNO & SAINS

Aditya Panji Rahmanto  
Kevin Septhama Kurnianto  
Muhammad Fikrie

## DESAIN & TATA LETAK:

### Creative Visual

Kiagoos Aulianshah  
Masayu Afifah Antarnusa  
Maria Giovanie Anggasta  
Adi Wicaksono Prabowo  
Meisya Rido Profilta  
Mustika Putri Hadiana  
Febri Amalia  
Basith Alif Wahyujati

## PARTNERSHIP:

### Public Relations

Alifa Dhea Ardianti Putri  
Alvin Rivaldo Pangestu  
Patricia Saputra  
Kevin Purnama

## NARASUMBER AHLI:

### Dr. Sri Safitri, S.T., B.Eng (Hons), M.Eng.

Sekretaris Jenderal Partnership Kolaborasi Riset  
& Inovasi Kecerdasan Artificial Indonesia (KORIKA)

### Dr. Agus Sudibyo, S.I.Kom., M.Fil.

Penulis Buku  
“Memahami AI: Sebuah Panduan Etik,  
Communication and Digital Analyst”

### Rama Mamuaya, S.Kom., M.A., EMBA.

Managing Partner Discovery Shift,  
Praktisi Transformasi Digital

### Prof. Dr. Suyanto, S.T., M.Sc.

Guru Besar Bidang Ilmu Kecerdasan Buatan,  
Rektor Telkom University 2025-2030