

## Mengungkap Etika Generatif AI: Peran Kreatif Komik Digital dalam Kampanye Kesadaran

Yolanda Georgia Andriani<sup>1\*</sup>, Shafira Febriani<sup>2</sup>, Endah Riana Endarini<sup>3</sup>, Muhammad Farhan<sup>4</sup>

<sup>1,3,4</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual

<sup>2</sup>Program Studi Teknik Informatika, STMIK “AMIKBANDUNG”

\*Corresponding Author e-mail: yolanda@stmik-amikbandung.ac.id

### Article History

Received: 24-5-2025

Revised: 30-6-2025

Published: 28-7-2025

### Key Words:

AI Ethics, Digital Comics, Creative Industry, Gen-Z, Visual Education.

### Kata Kunci:

Etika AI, Komik Digital, Industri Kreatif, Gen-Z, Pendidikan Visual

**Abstract:** The rapid integration of Artificial Intelligence (AI) in Indonesia's creative industry has sparked serious ethical challenges related to originality and copyright, necessitating effective educational media for young creatives. Therefore, this research aims to test the effectiveness of digital comics as a medium to raise AI ethics awareness among Gen-Z. This study applied a qualitative approach using the Design Thinking methodology. The sample consisted of 82 Visual Communication Design students in Bandung, with the collected data analysed using thematic analysis. The main results show that the digital comic "Maya on the AI Ethic" was positively received. A key finding reveals that 64.6% of respondents agree that this medium is effective for AI ethics education. This finding confirms the potential of digital comics to convey complex issues in an engaging manner, fostering a more responsible and sustainable creative ecosystem in the digital era.

**Abstrak:** Integrasi cepat Kecerdasan Buatan (AI) di industri kreatif Indonesia memicu tantangan etis serius terkait orisinalitas dan hak cipta, sehingga memerlukan media edukasi yang efektif untuk para kreatif muda. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menguji efektivitas komik digital sebagai media untuk meningkatkan kesadaran etika AI di kalangan Gen-Z. Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan metodologi Design Thinking. Sampel terdiri dari 82 mahasiswa Desain Komunikasi Visual di Bandung, dengan data yang dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Hasil utama menunjukkan bahwa komik digital "Maya on the AI Ethic" diterima secara positif. Sebanyak 64,6% responden setuju bahwa media ini efektif untuk edukasi etika AI. Temuan ini menegaskan potensi komik digital dalam menyampaikan isu kompleks secara menarik, sekaligus mendorong terciptanya ekosistem kreatif yang lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan di era digital.

## Pendahuluan

Sejak diperkenalkan pada tahun 1956, Kecerdasan Buatan (AI) telah berkembang menjadi bidang fundamental dalam sains dan teknik yang kini terintegrasi di berbagai industri. Di Indonesia, AI diadopsi secara masif di sektor kreatif untuk mendorong efisiensi dan daya saing. Pemanfaatan AI dalam desain komunikasi visual dan produksi konten terus berkembang karena permintaan akan efisiensi dan daya saing, dengan proyeksi pertumbuhan signifikan di pasar global (Narrato Blog, n.d.; The Business Research Company, 2025; Yazdani & Darbani, 2023).

Namun, di balik adopsi yang pesat ini—dengan aplikasi seperti ChatGPT menjadi yang paling banyak digunakan di Indonesia (Annur, 2023)—muncul tantangan etis yang serius. Sebuah laporan dari Statista menyoroti kekhawatiran 65% pemimpin redaksi



tentang plagiarisme dan 85% tentang kompromi akurasi informasi akibat AI (Statista AI Newsroom, 2023). Laporan UNESCO tahun 2023 juga menekankan pentingnya pendidikan etika AI untuk mengurangi masalah seperti pelanggaran kekayaan intelektual (UNESCO, 2023). Secara konkret, beberapa seniman digital di Indonesia melaporkan karyanya digunakan oleh AI tanpa persetujuan atau kompensasi (Gema, 2022). Bekraf mencatat bahwa 10% telah mengalami pelanggaran hak cipta karena penggunaan AI yang tidak etis. Kasus video mendiang Presiden Soeharto yang dihasilkan AI juga telah memicu kekhawatiran publik mengenai disinformasi untuk keuntungan politik (Subadi, 2024).

Meskipun berbagai studi telah mengeksplorasi strategi kampanye digital untuk meningkatkan kesadaran (Digital Marketing Institute, 2025; Sprout Social, 2025), standar etika (Nasman et al., 2024), hingga media edukasi seperti film animasi untuk mengatasi penyalahgunaan AI (Fahreza, 2024), terdapat kesenjangan yang krusial dalam upaya edukasi ini: minimnya media pendidikan yang secara khusus dirancang dan terbukti efektif untuk Gen-Z. Kelompok demografis yang lahir antara tahun 1997–2012 ini (Brunjes, 2025) merupakan tenaga kerja utama di industri kreatif yang sangat akrab dengan platform digital dan membutuhkan pendekatan yang relevan. Komik digital, dengan kemampuannya menyajikan narasi kompleks secara menarik dan mudah diakses melalui storytelling visual yang kuat (Arif et al., 2023; Forbes, 2024; Content-Whale, 2024), menawarkan potensi besar untuk mengisi kesenjangan vital ini, meskipun pemanfaatannya dalam konteks edukasi etika AI masih sangat terbatas dieksplorasi dan terdapat tantangan dalam meningkatkan kesadaran etis pada audiens muda (Rachmawati et al., 2024; Lindsay & Jacka, 2024; Tandfonline, 2024).

Menjawab kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk merancang dan menguji efektivitas komik digital sebagai media kampanye untuk meningkatkan kesadaran etika AI. Fokus utama adalah menyasar audiens Gen-Z (usia 18–25 tahun) di lingkungan industri kreatif Indonesia, dengan menggunakan narasi visual yang relevan untuk menyampaikan isu-isu kompleks seperti Hak Kekayaan Intelektual (HKI), orisinalitas, dan misinformasi.

Secara ilmiah, penelitian ini berkontribusi dengan menyajikan bukti empiris mengenai peran media visual naratif dalam pendidikan etika teknologi bagi audiens muda. Secara praktis, penelitian ini menghasilkan sebuah prototipe media edukasi yang dapat diaplikasikan oleh institusi pendidikan dan komunitas kreatif sebagai model untuk kampanye kesadaran yang efektif di era digital.

## **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk pengumpulan data. Pendekatan ini dipilih karena kemampuannya untuk menggali pemahaman yang mendalam dan kontekstual mengenai persepsi, kekhawatiran, dan kebutuhan para pelaku kreatif terkait isu etika AI. Metode kualitatif memungkinkan peneliti untuk menangkap nuansa subjektif dan pengalaman personal yang tidak dapat diukur secara kuantitatif, yang sangat penting untuk memahami masalah etis yang kompleks.

Informasi dikumpulkan melalui wawancara dengan informan kunci (saksi ahli), observasi fenomena pemanfaatan AI di media sosial, dan studi literatur dari berbagai artikel, buku, serta jurnal relevan. Seluruh data kualitatif yang terkumpul dari wawancara dan observasi kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Proses ini melibatkan identifikasi, analisis, dan pelaporan pola atau tema utama yang muncul dari data untuk merumuskan tantangan etika inti secara sistematis.

Temuan dari analisis tersebut menjadi landasan untuk merancang komik digital "Maya on the AI Ethic" menggunakan kerangka kerja *Design Thinking* dari Stanford school. Setiap tahap dijalankan secara sistematis:

1. Empati: Mengembangkan pemahaman mendalam tentang pengguna melalui wawancara dan observasi dengan desainer, spesialis, dan pengguna alat AI untuk fokus pada pengalaman, kekhawatiran, dan kebutuhan mereka.
2. Definisi: Mensintesis wawasan untuk mendefinisikan tantangan etika inti yang akan dibahas, seperti peran kreativitas, masalah hak cipta, dan privasi data.
3. Ideasi: Menghasilkan beragam ide untuk konsep, karakter, dan alur cerita komik yang menarik dan mudah dipahami oleh audiens target.
4. Prototipe: Membuat sketsa awal dan storyboard untuk memvisualisasikan dan menguji konsep guna penyempurnaan arah kreatif.
5. Uji: Menyajikan prototipe kepada individu berusia 18–25 tahun untuk mengumpulkan umpan balik tentang kejelasan pesan dan daya tarik visual. Proses iteratif ini memastikan produk akhir selaras dengan kebutuhan audiens.

Pendekatan ini, sejalan dengan yang diuraikan oleh Siran dan Anwar (2020), memastikan solusi desain tidak hanya berfokus pada estetika tetapi juga relevan dan kolaboratif, menjadikannya ideal untuk mengembangkan alat pendidikan AI yang berdampak.

## Hasil dan Pembahasan

### 1. Hasil Wawancara dan Identifikasi Isu

Wawancara mendalam dengan para ahli di industri kreatif, termasuk arsitek, seniman, dan desainer, telah dilakukan dari 17 Mei hingga 22 Agustus 2024, melalui Google Forms dengan 82 peserta. Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan wawasan berharga mengenai pengalaman mereka dan pertimbangan etika terkait penggunaan AI dalam kreativitas, serta bagaimana AI memengaruhi kreativitas dan pedoman etika untuk mengintegrasikan AI ke dalam proses kreatif. Hasil wawancara ini menjadi dasar penting dalam pembuatan komik edukasi tentang etika AI di industri kreatif.

**Tabel 1** Wawancara Kesadaran Kecerdasan Buatan (%)

| Pertanyaan                                                                                      | Sangat Setuju | Setuju | Tidak Setuju | Sangat Tidak Setuju |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|--------|--------------|---------------------|
| Khawatir bahwa Generative AI (Gen AI) dapat mengganggu orisinalitas dan hak cipta karya kreatif | 46.3          | 43.9   | 7.3          | 2.4                 |
| Percaya GenAI menimbulkan risiko terhadap nilai dan apresiasi karya seni buatan manusia         | 42.7          | 43.9   | 12.2         | 1.2                 |
| GenAI mengancam peran komikus dan gaya visual komik digital di masa depan                       | 29.3          | 45.1   | 23.2         | 2.4                 |

|                                                                                                                    |      |      |      |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|-----|
| Khawatir bahwa AI dapat menyebabkan informasi bias, disinformasi, atau perubahan signifikan di pasar kerja         | 29.3 | 56.1 | 14.6 | 0   |
| Potensi penyalahgunaan untuk menyebarkan berita palsu atau manipulasi visual                                       | 64.6 | 29.3 | 6.1  | 0   |
| Sering membaca komik digital                                                                                       | 22   | 40.2 | 31.7 | 6.1 |
| Pentingnya keberadaan peraturan atau pedoman etika yang jelas dalam pengembangan dan penggunaan GenAI              | 48.4 | 47.6 | 3.7  | 0   |
| Kebutuhan untuk merumuskan dan menegakkan peraturan terkait AI                                                     | 51.2 | 48.8 | 0    | 0   |
| Efektivitas peraturan ketat Gen AI                                                                                 | 37.8 | 50   | 11   | 1.2 |
| Efektivitas komik digital sebagai media untuk mendidik Gen-Z tentang pentingnya regulasi AI yang bertanggung jawab | 2.3  | 64.6 | 12.2 | 0   |

Berdasarkan analisis tematik dari data kualitatif yang terkumpul melalui wawancara, beberapa tema utama mengenai persepsi dan kekhawatiran terkait etika AI dalam industri kreatif teridentifikasi. Tema-tema ini meliputi:

1. **Kekhawatiran terhadap Orisinalitas dan Hak Cipta:** Sebagian besar responden menunjukkan kekhawatiran yang tinggi bahwa AI Generatif (GenAI) dapat mengganggu orisinalitas dan hak cipta karya kreatif. Hal ini didukung oleh data di mana 46,3% sangat setuju dan 43,9% setuju dengan kekhawatiran ini, menunjukkan total 90,2% responden memiliki kekhawatiran tersebut. Banyak informan mengungkapkan kekhawatiran tentang penggunaan karya mereka tanpa persetujuan atau kompensasi, sejalan dengan laporan Bekraf yang mencatat 10% profesional digital Indonesia mengalami masalah hak cipta karena konten AI tanpa izin.
2. **Ancaman terhadap Nilai dan Apresiasi Karya Seni Manusia:** Sebanyak 42,7% responden sangat setuju dan 43,9% setuju bahwa GenAI menimbulkan risiko terhadap nilai dan apresiasi karya seni buatan manusia. Beberapa informan merasa bahwa kemudahan produksi konten oleh AI dapat mengurangi penghargaan terhadap upaya dan keterampilan yang terlibat dalam kreasi manusia.
3. **Potensi Disinformasi dan Manipulasi Visual:** Kekhawatiran signifikan juga muncul terkait potensi penyalahgunaan AI untuk menyebarkan berita palsu atau manipulasi visual. Sebanyak 64,6% responden sangat setuju dan 29,3% setuju bahwa ada potensi penyalahgunaan ini, menunjukkan total 93,9% responden memiliki kekhawatiran ini. Isu ini diperkuat oleh kasus video mendiang Presiden Soeharto yang dihasilkan AI, yang memicu kekhawatiran publik mengenai disinformasi untuk keuntungan politik.
4. **Kebutuhan akan Regulasi dan Pedoman Etika yang Jelas:** Mayoritas responden sangat merasakan pentingnya keberadaan peraturan atau pedoman etika yang jelas dalam pengembangan dan penggunaan GenAI (48,4% sangat setuju, 47,6% setuju), serta kebutuhan untuk merumuskan dan menegakkan peraturan terkait AI (51,2% sangat setuju, 48,8% setuju). Hal ini mengindikasikan adanya keinginan kuat dari para praktisi untuk kerangka kerja yang lebih terstruktur dalam pemanfaatan AI.
5. **Efektivitas Komik Digital sebagai Media Edukasi:** Meskipun ada kekhawatiran, hasil wawancara juga menunjukkan optimisme terhadap komik digital sebagai media

edukasi. Sebanyak 64,6% responden setuju bahwa komik digital efektif untuk mendidik Gen-Z tentang pentingnya regulasi AI yang bertanggung jawab. Ini mendukung argumen bahwa komik digital, dengan kemampuannya menyajikan narasi kompleks secara menarik dan mudah diakses, memiliki potensi besar untuk mengisi kesenjangan media edukasi yang dirancang khusus untuk Gen-Z.

Temuan ini memberikan dasar yang kuat untuk perancangan komik digital "Maya on the AI Ethic", memastikan bahwa kontennya relevan dan menjawab kekhawatiran utama audiens target.

Berdasarkan data kualitatif dari wawancara (Tabel 1) dan analisis tematik, terlihat bahwa integrasi AI dalam industri kreatif telah memicu kekhawatiran signifikan terkait orisinalitas, hak cipta, dan potensi disinformasi. Mayoritas responden (90,2%) sangat khawatir bahwa GenAI dapat mengganggu orisinalitas dan hak cipta karya kreatif, sebuah sentimen yang selaras dengan laporan Bekraf bahwa 10% profesional digital Indonesia telah menghadapi masalah hak cipta karena konten AI tanpa izin. Kekhawatiran ini juga mencerminkan seruan UNESCO untuk pendidikan etika AI guna menekan pelanggaran hak kekayaan intelektual.

## **2. Perancangan Komik Digital “MAYA ON THE AI ETHIC”**

Komik digital "MAYA ON THE AI ETHIC" dirancang sebagai respons terhadap kebutuhan mendesak akan media edukasi yang efektif untuk Gen-Z, kelompok demografis yang menjadi tenaga kerja utama di industri kreatif dan sangat akrab dengan platform digital. Pemilihan komik digital sebagai medium didasarkan pada temuan bahwa 64,6% responden setuju media ini efektif untuk mendidik tentang regulasi AI yang bertanggung jawab, yang sejalan dengan penelitian dari Journal of Visual Literacy yang menunjukkan komik menawarkan penceritaan yang mudah diakses untuk menjelaskan isu kompleks seperti tanggung jawab pencipta dan hak cipta.

Untuk mengatasi hal ini, komik "MAYA ON THE AI ETHIC" bertujuan untuk meningkatkan kesadaran di kalangan para kreatif Gen Z. Seri ini terbagi dalam tiga episode:

1. Episode 1 membahas penggunaan dan penyalahgunaan AI, menampilkan potensinya
2. Episode 2 menggali tantangan etika di industri kreatif dan media
3. Episode 3 memberikan solusi untuk mencegah penyalahgunaan AI, menawarkan pedoman untuk penggunaan AI yang legal dan etis. Komik ini bertujuan untuk mendidik pemirsa tentang implikasi etika AI di sektor digital dan kreatif.

Penggunaan metodologi *Design Thinking Stanford School* dalam perancangan komik ini terbukti efektif dalam memastikan bahwa produk akhir selaras dengan kebutuhan audiens. Tahap empati dan definisi memungkinkan identifikasi kekhawatiran inti Gen-Z, sementara tahap ideasi, prototipe, dan uji memastikan bahwa komik tidak hanya informatif tetapi juga menarik secara visual dan naratif. Pendekatan ini, yang

menekankan kolaborasi dan relevansi, sangat ideal untuk mengembangkan alat pendidikan AI yang berdampak.

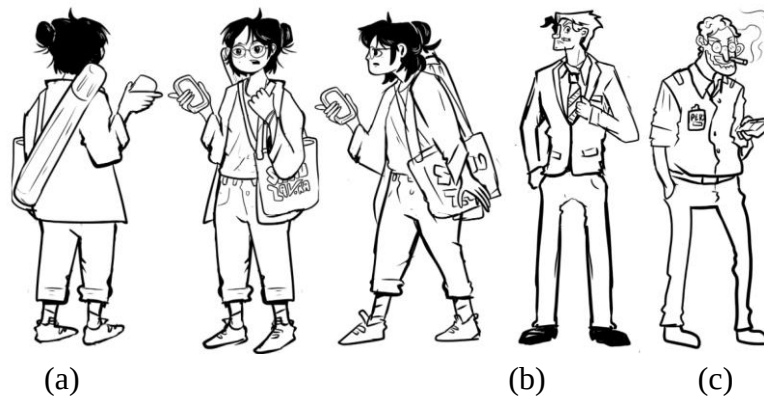
Judul "MAYA ON THE AI ETHIC" secara simbolis merepresentasikan tantangan etika dalam digitalisasi AI, di mana "Maya" tidak hanya merujuk pada protagonis tetapi juga pada konsep "dunia virtual" dan "ilusi". Hal ini selaras dengan pesan utama komik tentang bagaimana AI generatif mengaburkan batas antara kenyataan dan konten yang dimanipulasi, yang dapat menyebabkan disinformasi dan kebingungan publik. Kekhawatiran akan disinformasi ini juga sangat tinggi di kalangan responden (64,6% sangat khawatir akan penyebaran berita palsu), menunjukkan bahwa tema sentral komik sangat relevan dengan persepsi audiens.

Meskipun terdapat kekhawatiran signifikan mengenai dampak negatif AI, termasuk ancaman terhadap peran komikus (29,3% sangat setuju dan 45,1% setuju bahwa GenAI mengancam peran komikus), penerimaan positif terhadap komik "Maya on the AI Ethic" menunjukkan bahwa media edukasi yang tepat dapat menjadi jembatan untuk memahami dan mengelola tantangan ini. Komik ini tidak hanya mengedukasi tentang masalah etika, tetapi juga mendorong penggunaan AI yang bertanggung jawab dalam industri kreatif.



**Gambar 1** Logo Maya on The AI Ethic

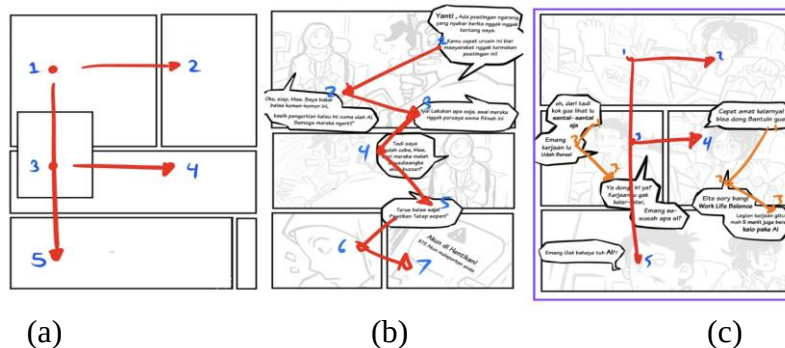
Gambar 1 merupakan logo "MAYA ON THE AI ETHIC" adalah representasi visual yang secara efektif mengkomunikasikan tema. Dengan berfokus pada kata "Maya," desain menciptakan kesan yang kuat dan menarik. Susunan "AI" dan akhiran "IC" dalam "AI Ethic" menyampaikan kesan keseimbangan. Desain bergaya komik, termasuk balon ucapan, menambah daya tarik emosional dan memikat. Secara keseluruhan, logo berfungsi sebagai representasi cerita yang kuat dan efektif. Komik digital "MAYA ON THE AI ETHIC" menggunakan gaya retro-kartun dinamis dan dialek kasual untuk menarik perhatian dewasa muda (18-25) mengenai penyalahgunaan etika AI di bidang imajinatif. Tujuannya adalah untuk mendidik dan memulai dialog tentang potensi AI untuk menciptakan karya yang tidak etis atau melanggar hak cipta, menyoroti tanggung jawab pencipta di era AI generatif.



**Gambar 2** Karakter (a)Maya (b)Politikus (c)Bos

Gambar 2 menyajikan desain karakter utama dalam komik "Maya on the AI Ethic". Maya (a) digambarkan sebagai seorang pembuat konten kreatif yang mewakili audiens target Gen-Z, yang sadar akan etika penggunaan AI tetapi menghadapi tantangan dalam mensosialisasikan isu ini di industrinya. Karakter politikus (b) dan bos (c) merepresentasikan pihak-pihak atau tekanan dalam industri yang cenderung memprioritaskan monetisasi cepat tanpa mempertimbangkan etika, serta pihak-pihak yang mungkin terdampak langsung oleh penyalahgunaan AI.

Ringkasan yang disampaikan dalam susunan adalah sebagai berikut: Komik menggambarkan pemanfaatan AI untuk mendukung publisitas media. Maya bekerja sebagai pembuat konten kreatif untuk media, sadar akan etika penggunaan AI untuk mencegah dampak yang tidak menguntungkan. Meskipun demikian, ia menghadapi tantangan dalam mensosialisasikan masalah di dalam industrinya. Realitas di dalam industri memprioritaskan pembuatan konten yang didukung dengan cepat untuk monetisasi, mengabaikan pertimbangan etika.



**Gambar 3** Tata Letak (a) Panel (b) Teks Balon (c) Urutan Membaca untuk Panel dan Balon Ucapan.

Gambar 3 (a) menunjukkan bahwa komik menggunakan alur membaca WEB, mengikuti pola F dan Z. Pada Gambar 3 (b), seorang politikus panik setelah menjadi korban propaganda yang dihasilkan AI, yang sudah viral dan memicu komentar kebencian. Gambar 3 (c) menggambarkan Maya dengan tenang menyelesaikan tugasnya

lebih awal menggunakan AI, mengejutkan rekan kerjanya. "MAYA ON THE AI ETHIC" adalah komik digital yang menyelidiki etika AI dalam industri kreatif. Judulnya mencerminkan tekanan antara AI dan masalah etika, dengan "Maya" merujuk pada karakter utama dan kata Sansekerta untuk "ilusi." Gambaran selaras dengan pesan utama komik tentang bagaimana AI generatif mengaburkan batas antara kenyataan dan konten yang dimanipulasi, menyebabkan disinformasi dan kebingungan publik.



**Gambar 4** Kumpulan karya seni dari sampul dan dan halaman dalam komik "Maya on The AI Ethic"

Gambar 4 menampilkan kumpulan karya seni dari sampul dan beberapa halaman dalam komik "Maya on The AI Ethic". Komik ini mengadopsi gaya kartun Barat yang disederhanakan dengan karakter yang dilebih-lebihkan, terinspirasi oleh popularitas kekayaan intelektual seperti Si Juki dan Tahi Lalat di platform seperti Instagram dan Webtoon. Pemilihan gaya ini bertujuan untuk menarik perhatian audiens dewasa muda (18-25 tahun) dan menciptakan daya tarik visual yang familiar dan mudah dicerna. Palet warna retro juga diterapkan untuk membedakan pemandangan teknologi modern, melambangkan kesenjangan antara kemajuan inovatif yang cepat dan arahan etika yang tertinggal.

Komik menggunakan gaya kartun Barat yang disederhanakan dengan karakter yang dilebih-lebihkan, didorong oleh IP populer seperti Si Juki dan Tahi Lalat di platform seperti Instagram dan Webtoon. Palet warna retro diterapkan untuk membedakan pemandangan teknologi modern, melambangkan kesenjangan antara kemajuan inovatif yang cepat dan arahan etika yang tertinggal.

Roger dan Story mendefinisikan kampanye sebagai urutan komunikasi terencana yang bertujuan mempengaruhi perilaku dan sikap audiens besar dalam jangka waktu tertentu. Mereka mengkategorikan kampanye menjadi tiga jenis: Berorientasi Produk, Berorientasi Kandidat, dan Berorientasi Ideologi atau Penyebab, dengan yang terakhir berfokus pada perubahan sosial (Setiawan, 2020). Model AISAS Dentsu menguraikan



lima tahapan perilaku pelanggan: Perhatian, Minat, Pencarian, Tindakan, dan Berbagi (Irma, 2020). AI telah merevolusi industri kreatif tetapi menimbulkan kekhawatiran etika, seperti hak cipta, keaslian, dan bias. Penyalahgunaan seperti deepfake dan pelanggaran hak cipta AI merusak integritas kreatif. Kampanye edukasi, terutama melalui komik digital, efektif dalam menangani masalah ini. Dengan menggunakan visual dan narasi yang menarik, komik digital dapat meningkatkan kesadaran akan penyalahgunaan AI, mempromosikan praktik yang bertanggung jawab, dan menekankan pentingnya kreativitas dan hak cipta dalam karya kreatif.



**Gambar 5** Media Pendukung komik "Maya on The AI Ethic"

Gambar 5 menunjukkan berbagai media pendukung yang dirancang untuk kampanye komik "Maya on the AI Ethic". Media pendukung ini, seperti poster dan *billboard*, bertujuan untuk meningkatkan visibilitas komik dan memperluas jangkauan pesannya kepada audiens yang lebih luas. Penggunaan media pendukung ini sejalan dengan strategi kampanye yang berorientasi pada ideologi atau penyebab, dengan fokus pada perubahan sosial melalui peningkatan kesadaran etika AI. Desain ini juga mengintegrasikan elemen visual dari komik untuk menciptakan kohesi merek dan menarik minat target audiens di berbagai platform.

Komik digital dengan karakter yang mudah dipahami dan alur cerita yang menarik menunjukkan dampak teknologi dan konsekuensinya. Mereka menekankan pentingnya transparansi dan penggunaan AI yang etis, menjadikannya alat yang ampuh untuk meningkatkan kesadaran. Melalui penceritaan dan media sosial, "MAYA ON THE AI ETHIC" mendorong penggunaan AI yang bertanggung jawab dalam industri kreatif, menginspirasi para kreator muda untuk mempromosikan praktik etika di bidang mereka.

### 3. Analisis

Penerimaan positif terhadap komik "Maya on the AI Ethic" menunjukkan bahwa media edukasi yang tepat dapat menjadi jembatan untuk memahami dan mengelola tantangan etika AI. Hasil penelitian menunjukkan 64,6% responden setuju bahwa komik digital efektif untuk mendidik Gen-Z tentang pentingnya regulasi AI yang bertanggung

jawab. Ini mengkonfirmasi potensi komik digital dalam menyampaikan isu kompleks secara menarik dan mendorong ekosistem kreatif yang lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan di era digital.

Efektivitas komik digital sebagai media edukasi dapat dijelaskan melalui beberapa teori komunikasi dan desain. Konsep kampanye yang diuraikan oleh Roger dan Story mendefinisikan kampanye sebagai urutan komunikasi terencana yang bertujuan memengaruhi perilaku dan sikap audiens besar dalam jangka waktu tertentu, dengan komik ini masuk dalam kategori kampanye berorientasi ideologi atau penyebab, yang berfokus pada perubahan sosial. Model AISAS Dentsu (Attention, Interest, Search, Action, Share) juga relevan dalam menjelaskan bagaimana komik digital dapat menarik perhatian, membangkitkan minat, mendorong pencarian informasi lebih lanjut, memotivasi tindakan, dan memfasilitasi berbagi informasi di kalangan Gen-Z.

Meskipun AI telah merevolusi industri kreatif dan menawarkan efisiensi signifikan, kekhawatiran etika seperti hak cipta, keaslian, dan potensi bias tetap menjadi isu krusial. Penyalahgunaan seperti deepfake dan pelanggaran hak cipta AI merusak integritas kreatif. Dalam konteks ini, kampanye edukasi melalui komik digital menjadi sangat relevan dan efektif. Komik digital, dengan menggunakan visual dan narasi yang menarik, dapat meningkatkan kesadaran akan penyalahgunaan AI, mempromosikan praktik yang bertanggung jawab, dan menekankan pentingnya kreativitas dan hak cipta dalam karya kreatif. Komik ini tidak hanya mengedukasi tentang masalah etika, tetapi juga mendorong penggunaan AI yang bertanggung jawab dalam industri kreatif.

#### **4. Diskusi Kontradiksi dan Tantangan**

Dalam pembahasan ini, penting untuk mengakui adanya nuansa kompleks dalam temuan, di mana kekhawatiran tinggi responden terhadap ancaman AI terhadap orisinalitas, hak cipta, disinformasi, serta ancaman terhadap peran komikus, beriringan dengan optimisme tinggi terhadap efektivitas komik digital sebagai media edukasi. Kontradiksi ini dapat dijelaskan sebagai refleksi dari adaptasi masyarakat, khususnya Gen-Z, terhadap teknologi disruptif; meskipun merasakan manfaat AI, mereka juga menyadari risiko etisnya yang belum sepenuhnya diatur. Kehadiran komik digital "Maya on the AI Ethic" tidak hanya mengkonfirmasi kekhawatiran yang ada, tetapi juga menawarkan jembatan solusi. Ini menunjukkan bahwa medium komik tetap relevan dan efektif dalam mentransformasi kekhawatiran menjadi kesadaran dan praktik yang bertanggung jawab, serta mengindikasikan pergeseran peran kreator menjadi edukator di era AI, bukan sekadar pengganti karya manusia (Rachmawati et al., 2024; Lindsay & Jacka, 2024).

#### **Kesimpulan**

Penelitian ini berhasil menguji efektivitas komik digital sebagai media edukasi etika Kecerdasan Buatan (AI) bagi Gen-Z, yang didukung oleh data kunci di mana 64,6% responden setuju bahwa komik digital efektif untuk mendidik audiens tentang pentingnya regulasi AI yang bertanggung jawab. Tingkat efektivitas ini sangat relevan mengingat

tingginya kekhawatiran audiens terhadap penyalahgunaan AI, seperti potensi penyebaran berita palsu (64,6% sangat khawatir) dan pelanggaran hak cipta (46,3% sangat khawatir). Penerimaan positif terhadap media ini menunjukkan potensi besar komik digital sebagai medium kampanye yang valid dan berhasil untuk meningkatkan kesadaran etika AI di kalangan profesional kreatif muda, mendorong ekosistem kreatif yang lebih bertanggung jawab di era digital.

Tingkat efektivitas ini menjadi sangat relevan jika dilihat dari temuan lain yang menunjukkan tingginya kekhawatiran audiens terhadap penyalahgunaan AI; mayoritas responden sangat khawatir terhadap potensi penyebaran berita palsu (64,6%) dan pelanggaran hak cipta (46,3%). Fakta bahwa media ini diterima dengan baik oleh audiens yang sudah memiliki kesadaran akan risikonya menunjukkan potensi besar komik digital sebagai medium kampanye.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan komik digital dengan narasi visual yang menarik merupakan strategi yang valid dan berhasil untuk meningkatkan kesadaran etika AI di kalangan profesional kreatif muda. Media ini tidak hanya menyampaikan pesan kompleks secara efektif, tetapi juga berpotensi mendorong terciptanya ekosistem kreatif yang lebih bertanggung jawab di era digital.

### **Rekomendasi dan Implikasi**

Berdasarkan temuan penelitian, beberapa rekomendasi konkret diajukan bagi para pemangku kepentingan. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan agar menguji berbagai genre naratif dan visual pada audiens yang lebih luas, serta mengukur dampak perilaku jangka panjang, tidak hanya kesadaran awal. Bagi praktisi industri kreatif, media ini dapat diadopsi sebagai alat edukasi internal saat orientasi kreator baru untuk membangun budaya kerja yang sadar etika. Untuk pemangku kebijakan, seperti Kominfo dan Kemenparekraf/Bekraf, direkomendasikan agar berkolaborasi dengan kreator untuk mengembangkan kampanye publik berskala nasional yang relevan, mengingat tingginya kekhawatiran publik atas penyalahgunaan AI. Sejalan dengan itu, institusi pendidikan, khususnya program studi Desain Komunikasi Visual, perlu mengintegrasikan media serupa ke dalam kurikulum untuk membekali mahasiswa dengan fondasi etika yang kuat sebelum memasuki dunia profesional. Pendekatan kolaboratif ini akan memperkuat ekosistem kreatif yang bertanggung jawab dan berkelanjutan.

### **Referensi**

- Annur, C. M. (2023, 26 Juni). Survei: ChatGPT jadi aplikasi AI paling banyak digunakan di Indonesia. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2023/06/26/survei-chatgpt-jadi-aplikasi-ai-paling-banyak-digunakan-di-indonesia>
- Arif, A. Z., Hariyanto, & Prasetyo, A. R. (2023). Perancangan komik digital biografi I Gusti Ngurah Rai sebagai media edukasi pendidikan karakter untuk remaja. *JoLLA: Journal of Language, Literature, and Arts*, 3(4), 475–489. <https://doi.org/10.17977/um064v3i42023p475-489>

- Brunjes, K. (2025, 8 Januari). Age range by generation. Beresford Research. <https://www.beresfordresearch.com/age-range-by-generation/>
- Burton, D. (2025, 8 Januari). AI in the creative industries: 4 predictions for 2025. ArtsHub. <https://www.artshub.com.au/news/features/ai-in-the-creative-industries-4-predictions-for-2025-2768132/>
- Capterra. (n.d.). New Capterra survey reveals content creators' sentiments on AI. Diakses pada 30 Juni 2025, dari <https://www.capterra.com/resources/content-creators-sentiment-ai/>
- Content-Whale. (2024). How visual storytelling will transform content writing in 2024. Diakses pada 30 Juni 2025, dari <https://content-whale.com/blog/visual-storytelling-content-writing-2024/>
- Digital Marketing Institute. (2025, 12 Februari). How to create the ultimate social media strategy that drives brand awareness & ROI. Diakses pada 30 Juni 2025, dari <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/social-media-strategy>
- Fahreza, M. A. (2024). Designing a short-animated film as a media awareness campaign on being wise in using AI-generated content on the internet [Skripsi, Institut Seni Indonesia Yogyakarta]. UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta.
- Forbes Communications Council. (2024, 27 Februari). The missing ingredient of a powerful story: A visual narrative. Forbes. Diakses pada 30 Juni 2025, dari <https://www.forbes.com/councils/forbescommunicationscouncil/2024/02/27/the-missing-ingredient-of-a-powerful-story-a-visual-narrative/>
- Gema, A. J. (2022, 4 September). Memperjuangkan masa depan kekayaan intelektual Indonesia. Hukumonline. <https://www.hukumonline.com/berita/a/memperjuangkan-masa-depan-kekayaan-intelektual-indonesia-lt631553dc5ff3d?page=3>
- Irma, M., & Mahatmi, N. (2020). Prevention and counter measure of iron deficiency anemia social campaign design for teen girls. *International Conference of Innovation in Media and Visual Design (IMDES) Proceedings*, 1(1). <https://doi.org/10.31937/imdes.v1i1.1122>
- Jabbar, E. A., & Hassan, A. (2020). Malaysian comic book art style classifying visual traits and identity. Dalam *Proceedings of the International Conference of Innovation in Media and Visual Design (IMDES 2020)* (hlm. 436–443). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.201202.081>
- Lindsay, J., & Jacka, L. (2024). The footsteps on the sands of AI for higher education: Moving beyond ad-hoc. *Journal of Ethics in Higher Education*, (5), 51–77. <https://jehe.globethics.net/issue/view/731>
- Nasman, N., Astuti, P., & Perwitasari, D. (2024, Desember). Ethics and responsibility of using artificial intelligence in Indonesia. *jhlgl*, 5(10).
- Narrato Blog. (n.d.). AI content and marketing statistics you should know in 2024. Diakses pada 30 Juni 2025, dari <https://narrato.io/blog/ai-content-and-marketing-statistics/>
- Rachmawati, I., Rosyid, D. F., Parman, S., Solihan, Y. A., & Putra, G. M. (2024). The application of artificial intelligence in graphic design media using Edmund Feldman's interpretation analysis. *Jurnal Digit*, 14(1), 66–78.
- Setiawan, Y. A. M., & Rizkavirwan, D. (2020). Designing social campaign for the usage of travel insurance. *International Conference of Innovation in Media and Visual Design (IMDES) Proceedings*, 1(1). <https://doi.org/10.31937/imdes.v1i1.1120>

- Siran, Z., & Anwar, R. (2020). The theoretical framework of design thinking behavior model. 2nd International Multidisciplinary Design Symposium (IMDES 2020).
- Sprout Social. (2025, 19 Februari). Social media marketing: What it is and how to build your strategy. Diakses pada 30 Juni 2025, dari <https://sproutsocial.com/insights/social-media-marketing-strategy/>
- Statista. (2023, November). Concerns about artificial intelligence (AI) in newsrooms worldwide as of November 2023. Diakses pada 30 Juni 2025, dari <https://www.statista.com/statistics/1403388/concerns-about-ai-in-newsrooms-worldwide/>
- Subadi. (2024). Ethics of using artificial intelligence in political advertising: A case study of a campaign using the AI version of President Soeharto. *Jurnal Seniorupa Warna*, 12(2), 88–101.
- Tandfonline. (2024). The ethics of using AI in K-12 education: A systematic literature review. Diakses pada 30 Juni 2025, dari <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1475939X.2024.2428601>
- The Business Research Company. (2025). Generative AI in creative industries global market report 2025. <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/generative-ai-in-creative-industries-global-market-report>
- UNESCO. (2023). AI and education: Guidance for policymakers. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000385153>
- Yazdani, A., & Darbani, S. (2023). The impact of AI on trends, design, and consumer behavior. *AI and Tech Behavioral and Social Sciences*, 1(4), 4-10. <https://doi.org/10.61838/kman.aitech.1.4.2>
- Yoliando, Y., et al. (2020). Implementation of web-based final project data management information system (IMDES). Dalam A. Suryanto (Ed.), *Implementation of information systems* (hlm. 157-172). Deepublish.