

SKRIPSI

ANALISIS KONSTRUKSI SOSIAL TERHADAP PENERAPAN OPENAI DALAM PEKERJAAN MANUSIA DI INDUSTRI KREATIF DIGITAL (STUDI KASUS: PT KIVAN MEDIA INDONESIA)

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
S-1 Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya



**TRI BINTANG UTAMA
07021381924132**

**JURUSAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI


**“ANALISIS KONSTRUKSI SOSIAL TERHADAP
PENERAPAN OPENAI DALAM PEKERJAAN
MANUSIA DI INDUSTRI KREATIF DIGITAL (STUDI
KASUS: PT KIVAN MEDIA INDONESIA)”**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh
Derajat Sarjana S-1 Sosiologi**


Oleh :

Tri Bintang Utama
07021381924132

Pembimbing Tanda Tangan Tanggal

1. Dr. Dadang Hikmah Purnama, M.Hum.  27 Agustus 2024
NIP. 196507121993031003

Mengetahui,
Ketua Jurusan,



Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si
NIP. 198002112003122003

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

“Analisis Konstruksi Sosial Terhadap Penerapan OpenAI Dalam Pekerjaan Manusia di Industri Kreatif Digital (Studi Kasus: PT Kivan Media Indonesia)”

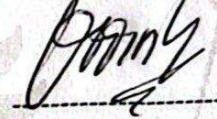
Skripsi
Oleh :
Tri Bintang Utama
07021381924132

Telah dipertahankan di depan penguji
dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Pada tanggal 19 September 2024

Pembimbing :

1. Dr. Dadang Hikmah Purnama, M.Hum
NIP. 196507121993031003

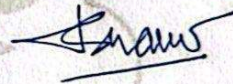
Tanda Tangan



Penguji :

1. Dra. Yusnaini, M. Si
NIP. 196405051993022001
2. Gita Isyanawulan, S.Sos., MA
NIP. 198611272015042003

Tanda Tangan



Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,



Prof. Dr. Alfitri, M.Si
NIP. 196601221990031004

Ketua Jurusan Sosiologi



Dr. Diana Dewi Sartika, S.Sos., M.Si
NIP. 198002112003122003



KEMENTERIAN PENDIDIKAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Palembang-Prabumulih, KM 32 Inderalaya Kabupaten Ogan Ilir 30662
Telepon (0711) 580572 ; Faksimile (0711) 580572

PERNYATAAN ORISIONALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tri Bintang Utama

NIM : 07021381924132

Jurusan : Sosiologi

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi yang saya berjudul "Analisis Konstruksi Sosial Terhadap Penerapan OpenAI Dalam Pekerjaan Manusia di Industri Kreatif Digital (Studi Kasus: PT Kivan Media Indonesia)" ini benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 tentang pencegahan dan penanggulangan plagiat di perguruan tinggi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi saya sudah di atas merupakan jiplakan karya orang lain (Plagiarisme) terhadap keaslian karya ini, saya bersedia menanggung sanksi yang dijatuhkan kepada saya sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh tanpa pemaksaan dari pihak manapun.

Indralaya, 25 Agustus 2024



Tri Bintang Utama
NIM. 07021381924132

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Dengan mengharap Ridho Allah SWT skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Allah SWT

Atas segala rahmat, petunjuk, dan kekuatan yang tiada henti diberikan sehingga proses ini dapat dilalui hingga selesai.

2. Kedua orang tua tercinta

Wusono dan Nurmi, yang selalu menjadi sumber doa, dukungan, dan semangat dalam setiap langkah hidupku.

3. Para Dosen dan Pembimbing

Dr. Dadang Hikmah Purnama, M. Hum selaku dosen pembimbing yang telah banyak membimbing serta mengajarkan saya berpikir lebih terstruktur, juga seluruh dosen penguji dan dosen Sosiologi.

4. Pihak PT Kivan Media Indonesia

Yang selalu memberikan kesempatan dan waktu untuk wawancara serta melakukan penelitian lebih lanjut untuk penelitian ini.

5. Teman-teman dan Rekan Perjuangan

Yang selalu memberikan dukungan, motivasi, dan keceriaan selama proses penyusunan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kami panjatkan kepada Allah Subhanahu wa ta'ala atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, serta shalawat dan salam yang senantiasa tercurah kepada junjungan kita, Nabi Muhammad Sallallahu 'alaihi wasallam. Berkat ridho dan rahmat-Nya, penulis berhasil menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Konstruksi Sosial Terhadap Penerapan OpenAI Dalam Industri Digital (Studi Kasus: PT Kivan Media Indonesia),” yang merupakan salah satu syarat dalam meraih gelar sarjana di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Dr. Dadang Hikmah Purnama, M.Hum yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan berharga selama proses penelitian dan penyusunan skripsi ini. Rasa terima kasih juga penulis sampaikan kepada Ibu Dr. Diana Dewi Sartika, S.Sos., M.Si, Ibu Dra. Yusnaini, M. Si, Ibu Gita Isyanawulan, S.Sos., MA, atas saran dan masukan yang sangat membantu hingga terselesaikannya skripsi ini. Terima kasih juga penulis sampaikan kepada admin jurusan Ibu Yuni Yunita yang telah banyak membantu kelancaran proses administrasi perkuliahan. Serta seluruh dosen Sosiologi FISIP Unsri yang tidak dapat disebutkan satu-satu. Penghargaan mendalam juga penulis tujukan kepada kedua orang tua, Bapak Wusono dan Ibu Nurmi, serta kepada saudara-saudara tercinta Diah Tirta Arum Sasi, Dian Anggraini, dan Ajeng Putri Lestari. Tak lupa terima kasih kepada Penge, Moses, Kuro, Gojo, dan Riza Ismi Syahfira yang turut memberikan dukungan penuh. Rasa syukur juga penulis haturkan kepada seluruh rekan seperjuangan yang senantiasa membantu dan mendukung selama penelitian berlangsung. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk meningkatkan kualitas penulisan di masa yang akan datang.

Palembang, 19 September 2024

Penulis

RINGKASAN

ANALISIS KONSTRUKSI SOSIAL TERHADAP PENERAPAN OPENAI DALAM PEKERJAAN MANUSIA DI INDUSTRI KREATIF DIGITAL (STUDI KASUS: PT KIVAN MEDIA INDONESIA)

Skripsi ini mengangkat topik yang berjudul Analisis Konstruksi Sosial terhadap Penerapan OpenAI dalam Pekerjaan Manusia di Industri Kreatif Digital (Studi Kasus: PT Kivan Media Indonesia). Konstruksi sosial merupakan proses sosial melalui tindakan dan interaksi dimana individu menciptakan secara terus menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana terjadinya proses konstruksi sosial terhadap penerapan OpenAI di industri kreatif digital pada perusahaan PT Kivan Media Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk menjelaskan, mendeskripsikan, dan memberikan gambaran terhadap fenomena yang diangkat dengan bukti dari hasil wawancara, serta berbagai sumber pendukung yang kemudian dianalisis menggunakan pendekatan *Social Construction of Technology* dari Berger dan Luckmann. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses konstruksi sosial terhadap penerapan produk OpenAI dalam pekerjaan manusia di industri kreatif digital terdiri dari tiga momen simultan, yaitu internalisasi, eksternalisasi, dan objektivasi. Pada proses internalisasi masyarakat telah mengetahui dan memahami penerapan produk OpenAI yang dilakukan dalam industri kreatif digital. Kemudian dilanjutkan proses eksternalisasi berupa persepsi masyarakat yang telah terbentuk dengan baik dan dapat mempraktikkan penerapan OpenAI di kehidupan mereka, khususnya di industri kreatif digital. Kemudian tahap akhir, yaitu objektivasi, dimana terbentuknya realitas objektif yang ditunjukkan dengan masyarakat yang tidak memperlakukan hadirnya produk OpenAI dalam produksi media, serta masyarakat yang tidak khawatir dan merasa nyaman dengan integrasi teknologi dalam industri kreatif digital.

Kata kunci: Konstruksi Sosial, OpenAI, Industri Kreatif Digital

Indralaya, September 2024
Mengetahui

Dosen Pembimbing



Dr. Dadang Hikmah Purnama, M. Hum
NIP: 196507121993031003

**Ketua Jurusan Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya**



Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si
NIP. 198002112003122003

SUMMARY

THE ANALYSIS OF SOCIAL CONSTRUCTION ON OPENAI IMPLEMENTATION IN HUMAN WORK WITHIN THE DIGITAL CREATIVE INDUSTRY (CASE STUDY: PT KIVAN MEDIA INDONESIA)

This thesis is entitled "The Analysis of Social Construction on OpenAI Implementation in Human Work within the Digital Creative Industry (Case Study: PT Kivan Media Indonesia)." Social construction is a social process through actions and interactions where individuals continuously create a reality that is collectively shared and subjectively experienced. This study aimed to understand the process of social construction occurs in the implementation of OpenAI in the digital creative industry within PT Kivan Media Indonesia. A descriptive qualitative method was used to explain, describe, and illustrate the phenomenon studied, supported by interview findings and various sources, which then analyzed using the Social Construction of Technology approach by Berger and Luckmann. The results revealed that the social construction process of OpenAI's implementation in human work within the digital creative industry consists of three simultaneous moments: internalization, externalization, and objectification. In the internalization stage, the public became aware of and understood the application of OpenAI products in the digital creative industry. This was followed by the externalization stage, where society's perception had been well-formed, allowing them to adopt OpenAI practices, especially within the digital creative sector. The final stage, objectification, was characterized by the formation of an objective reality in which society had no objections to the presence of OpenAI products in media production and felt comfortable and unthreatened by the integration of technology within the digital creative industry.

Keyword: Social Construction, OpenAI, Digital Creative Industry

Indralaya, September 2024
Mengetahui

Dosen Pembimbing



Dr. Dadang Hikmah Purnama, M. Hum
NIP: 196507121993031003

**Ketua Jurusan Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya**



Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si
NIP. 198002112003122003

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
RINGKASAN	vii
SUMMARY	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.3.1 Tujuan Umum.....	7
1.3.2 Tujuan Khusus	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Kerangka Pemikiran	10
2.2.1 Konstruksi Sosial.....	10
2.2.2 Artificial Intelligence.....	19

2.2.3	Industri Kreatif Digital	22
2.3	Bagan Kerangka Pemikiran	24
BAB III METODE PENELITIAN.....		25
3.1	Desain Penelitian	25
3.2	Lokasi Penelitian.....	26
3.3	Strategi Penelitian	26
3.4	Fokus Penelitian.....	27
3.5	Jenis dan Sumber Data.....	28
3.5.1	Data Primer.....	28
3.5.2	Data Sekunder	28
3.6	Kriteria dan Penentuan Informan.....	29
3.7	Peranan Peneliti	29
3.8	Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.9	Unit Analisis Data	31
3.10	Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data	32
3.11	Teknik Analisis Data.....	33
3.12	Jadwal Kegiatan Penelitian.....	35
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....		36
4.1	Gambaran Umum Kota Palembang	36
4.1.1	Sejarah Kota Palembang.....	36
4.1.2	Kondisi Fisik Kota Palembang	37
4.1.3	Jumlah Penduduk.....	40
4.1.4	Industri Kreatif Digital di Palembang.....	41
4.2	Gambaran Umum PT Kivan Media Indonesia	43
4.3	Gambaran Umum Informan	44
4.4	Informan Penelitian	45

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	48
5.1 Potret Penerapan Produk OpenAI di Industri Kreatif Digital ...	48
5.1.1 Gambaran Umum Produk OpenAI	49
5.2.1 Pengetahuan Masyarakat Terhadap OpenAI	55
5.2.2 Proses Masyarakat Memahami Penerapan OpenAI di PT Kivan Media Indonesia.....	58
5.3 Penerapan Produk OpenAI di Industri Kreatif Digital	65
5.3.1 Penggunaan Produk OpenAI dalam Proses Kerja Industri Kreatif Digital	66
5.3.2 Pengeksternalisasian Nilai dan Norma Terkait Penerapan OpenAI di Industri Kreatif Digital.....	74
5.4 Penerimaan OpenAI Sebagai Realitas di Industri Kreatif Digital Oleh Masyarakat.....	85
5.4.1 Simbol Perwujudan Objektivasi Penerapan Produk OpenAI di Industri Kreatif Digital.....	86
5.4.2 Proses Sosialisasi Nilai dan Norma Penerapan Produk OpenAI di Industri Kreatif Digital.....	90
BAB VI PENUTUP.....	99
6.1 Kesimpulan.....	99
6.2 Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN	105

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3. 1 Fokus Penelitian.....	27
Tabel 3. 2 Jadwal Kegiatan Penelitian	35
Tabel 4. 1 Luas Wilayah Kecamatan di Kota Palembang.....	38
Tabel 4. 2 Jumlah Penduduk Kota Palembang Tahun 2020	40
Tabel 4. 3 Data Informan Utama	45
Tabel 5. 1 Jenis Pekerjaan dan Tipe Bekerja Pekerja Kreatif Digital.....	52
Tabel 5. 2 Proses Simultan Konstruksi Sosial Realitas Penerapan OpenAI di PT Kivan Media Indonesia.....	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Trafik OpenAI	3
Gambar 1. 2 Video tiktok yang membahas ChatGPT (OpenAI)	4
Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 4. 1 Peta Administrasi Kota Palembang.....	36
Gambar 4. 2 Contoh Pemasaran Digital.....	42
Gambar 4. 3 Peta lokasi PT Kivan Media Indonesia	43
Gambar 4. 4 Struktur Organisasi PT Kivan Media Indonesia	44
Gambar 5. 1 Konten Produk OpenAI oleh Masyarakat Dunia	55
Gambar 5. 2 Contoh penggunaan ChatGPT dalam pembuatan <i>copy</i>	82
Gambar 5. 3 Contoh penggunaan Dall-E sebagai inspirasi visual desain.....	84

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

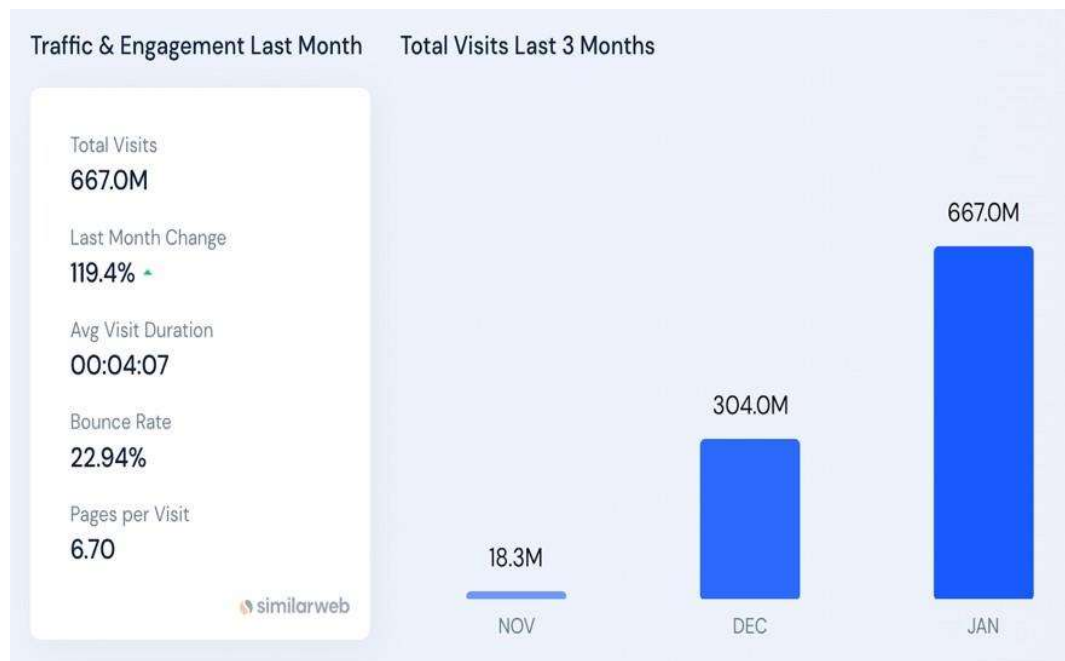
Teknologi mengalami kemajuan yang signifikan. Hal ini dapat dibuktikan dengan kehadiran *Artificial Intelligence* (AI) yang terus mengalami pembaharuan dan output yang semakin baik, perkembangan kecerdasan buatan telah membawa manfaat ekonomi yang sangat besar bagi umat manusia serta telah menguntungkan semua aspek kehidupan. Perkembangan kecerdasan buatan telah membawa manfaat ekonomi yang sangat besar bagi umat manusia dan telah menguntungkan semua aspek kehidupan, serta telah mendorong perkembangan sosial dan membawa perkembangan sosial ke era baru (Zhang & Lu, 2021). AI dapat digunakan untuk membantu manusia dalam berbagai bidang seperti analisis data, prediksi perkembangan suatu kejadian, hingga membuat mobil berjalan secara otomatis tanpa perlu dikendarai oleh manusia. Pemanfaatan AI juga terlihat dalam berbagai kasus, seperti pada kasus Covid-19 dimana AI dapat membuat terobosan dengan mengukur suhu tubuh manusia, mendeteksi kerumunan dan jarak aman, serta mendeteksi penggunaan masker. Di bidang bisnis dan ekonomi, AI juga telah berhasil digunakan untuk mengoptimalkan *e-commerce*, yang pada gilirannya mendorong peningkatan pendapatan yang ada di platform *e-commerce* tersebut (Pakpahan, 2021).

Artificial intelligence telah dikenal oleh pemerintah di seluruh dunia sebagai suatu teknologi yang memiliki potensi besar untuk menjadi pendorong utama dalam pertumbuhan ekonomi dan kemajuan sosial (Dame Wendy Hall & Jérôme Pesenti, 2018). Teknologi AI semakin banyak diberdayakan di berbagai aplikasi dan industri, seperti tugas sehari-hari yang sederhana misalnya asisten cerdas dan keuangan, hingga perintah yang sangat spesifik seperti operasi kontrol dan keamanan nasional. AI dapat membantu perangkat pintar atau komputer untuk memahami teks, membacanya dengan suara keras, mendengar suara dan merespons, dan mengenali objek di dalam gambar, serta memprediksi kemungkinan hasil setelah serangkaian peristiwa. Di tingkat yang lebih tinggi, AI digunakan untuk menganalisis aktivitas manusia dan sosial dengan mengamati pertemuan dan tindakan mereka

(Anantrasirichai & Bull, 2022).

Perkembangan Kecerdasan Buatan (*Artificial Intelligence/AI*) telah mendapatkan perhatian serius dari sektor industri kreatif. Industri ini selalu membutuhkan alat dan metode baru untuk memperkaya proses kerja mereka dan menjadi pengadopsi awal dari inovasi teknologi. Tidak terkecuali AI, teknologi ini tampaknya sesuai dengan kebutuhan khusus industri kreatif, secara mendalam mengubah paradigma yang telah ada (Amato dkk., 2019). Salah satu produk *artificial intelligence* di industri kreatif yang saat ini sedang ramai dibicarakan adalah OpenAI. *OpenAI* adalah perusahaan riset AI yang didirikan pada tahun 2015 oleh beberapa pakar teknologi dimana diantaranya, yaitu Elon Musk. Perusahaan ini telah memiliki 3 produk, yakni *Whisper*, *ChatGPT*, dan *Dall-E*. *Whisper* merupakan *tool* AI yang mampu mengenali pengucapan inggris dengan tingkat ketahanan dan akurasi layaknya manusia. *ChatGPT* adalah *tool* AI yang berinteraksi dengan cara percakapan. Format dialog memungkinkan *ChatGPT* untuk menjawab pertanyaan tindak lanjut, mengakui kesalahannya, menantang premis yang salah, dan menolak permintaan yang tidak pantas. Sementara *Dall-E* merupakan sistem AI yang dapat membuat gambar dan seni realistis hanya dengan memberikan input atau perintah menggunakan bahasa manusia. *Output* yang dihasilkan produk *OpenAI* sangat baik. Kata-kata yang dikeluarkan tidak seperti hasil tulisan mesin, gambar ilustrasi tidak general dari kebanyakan gambar yang beredar di Internet. Selain itu, *OpenAI* tidak membutuhkan waktu yang lama untuk memproduksi hasilnya (Setiawan & Luthfiyani, 2023)

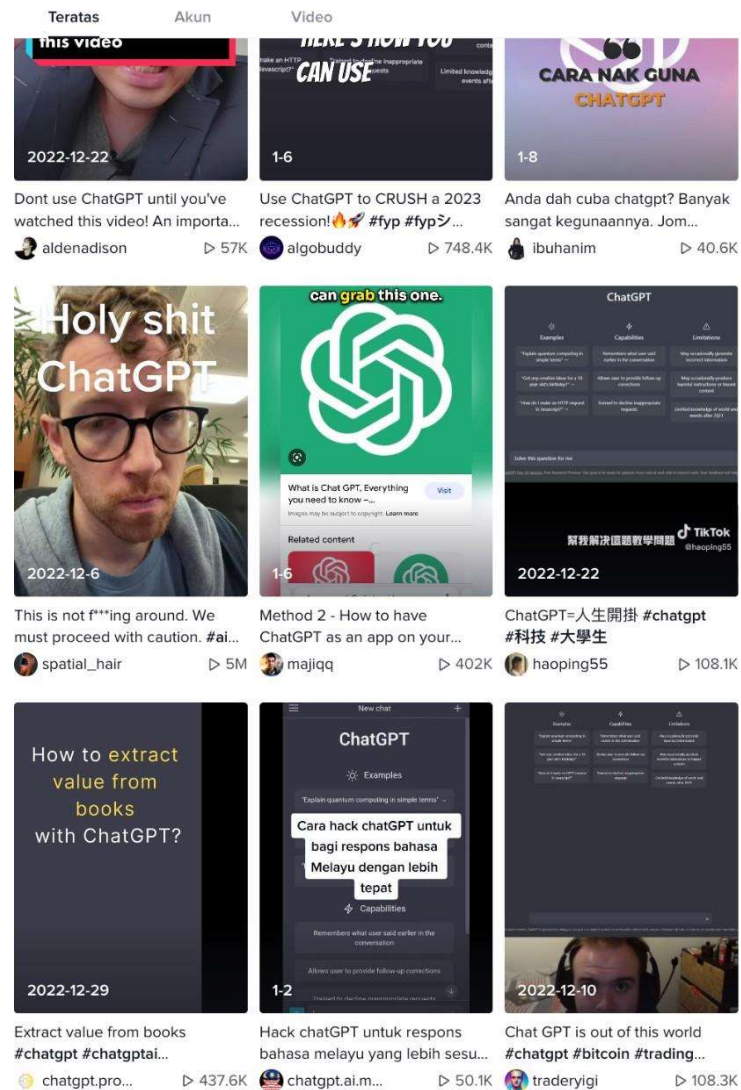
Pada akhir tahun 2022, produk-produk *OpenAI* menjadi viral. Hal ini dibuktikan melalui data yang dibagikan oleh *similarweb.com* di mana terdapat peningkatan angka pengunjung pada bulan Desember, yaitu sebesar 304.0M, dibandingkan dengan bulan sebelumnya, yaitu 18.3M. Hingga awal tahun 2023 *OpenAI* telah memiliki total *traffic & engagement* sebesar 667.0M (OpenAI, 2023.).



Gambar 1. 1 Data Trafik OpenAI

Sumber: Similarweb.com 2024

Popularitas OpenAI sebagai salah satu perusahaan pemimpin dalam bidang *Artificial Intelligence* (AI) sangat jelas terlihat melalui adanya diskusi dan perbincangan intensif mengenai topik tersebut di berbagai *platform* media sosial. Banyak individu yang berkontribusi dalam membagikan pengalaman dan memberikan ulasan terkait produk AI yang dikembangkan oleh *OpenAI*, baik melalui tulisan maupun ulasan video. Dalam video-video ulasan tersebut, terdapat banyak individu yang memuji kemajuan dan kecanggihan AI yang diterapkan oleh *OpenAI*. Mereka menyatakan bahwa produk AI yang dikembangkan oleh *OpenAI* sangat inovatif dan memiliki potensi untuk menyelesaikan berbagai masalah di berbagai bidang. Beberapa individu juga memperkirakan bahwa AI akan terus berkembang dengan pesat dalam waktu yang akan datang dan *OpenAI* akan berperan sebagai salah satu perusahaan pemimpin dalam hal ini. Oleh karena itu, popularitas *OpenAI* tidak hanya terlihat dari diskusi dan ulasan, tetapi juga melalui tingkat kepercayaan dan harapan yang dimiliki oleh masyarakat terkait kemajuan dan kecanggihan AI yang diterapkan oleh perusahaan ini.



Gambar 1. 2 Video tiktok yang membahas ChatGPT (OpenAI)

Sumber: Tiktok, 2024

Pertumbuhan yang signifikan dalam kemampuan OpenAI yang menimbulkan pertanyaan dan kekhawatiran terkait potensi penggantian pekerjaan manusia di bidang teknologi, terutama di industri kreatif digital, oleh kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*). Secara garis besar, AI telah memberikan berbagai inovasi canggih dan kreatif, serta dampak yang signifikan dalam kehidupan manusia, akan tetapi *Artificial Intelligence* juga menjadi ancaman bagi sumber daya manusia karena banyak pekerjaan yang biasanya dilakukan manusia namun dengan adanya berbagai kecanggihan yang mampu dilakukan AI, maka pekerjaan manusia perlahan-lahan akan tergantikan. OpenAI telah memberikan

dampak yang signifikan bagi dunia pekerjaan, termasuk di industri kreatif digital mencakup seni, desain, dan media. Penggunaan teknologi AI dalam industri kreatif dapat memberikan keuntungan, seperti meningkatkan efisiensi dan produktivitas kerja. Namun, di sisi lain juga dapat menimbulkan kekhawatiran tentang penggantian pekerja manusia oleh mesin (Pakpahan, 2021).

Survey yang dilakukan oleh Paw Research Center (2018), menunjukkan bahwa mayoritas responden menganggap teknologi kecerdasan buatan akan menggantikan pekerjaan manusia di masa depan termasuk di industri kreatif. Responden juga mengakui teknologi ini dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi dalam pekerjaan. Namun, juga memunculkan kekhawatiran tentang kesenjangan ekonomi dan kerugian pekerjaan manusia (Paw Research Center, 2018). Pada penelitian yang telah dilakukan oleh Diyah dkk. (2022), Huang & Rust (2018), McKinsey Global Institute (2019), dan Petropoulos (2018), mengindikasikan bahwa teknologi kecerdasan buatan memiliki potensi besar untuk mengubah pekerjaan manusia di seluruh dunia. Implikasi dari teknologi ini dapat meluas ke berbagai sektor pekerjaan, termasuk di industri kreatif. Hal tersebut menunjukkan bahwa AI memiliki kemampuan untuk mengambil alih tugas-tugas yang sebelumnya dilakukan oleh manusia, karena mampu meniru beragam kecerdasan manusia. Selanjutnya penelitian yang fokus membedah implikasi *artificial intelligence* di industri kreatif digital Amato, dkk (2019)., Anantrasirichai & Bull, (2022) memberikan penjelasan bahwa perkembangan teknologi AI akan membantu proses produksi pada industri kreatif menjadi lebih efisien karena AI yang menawarkan *output* cepat melalui teknologi *generative ai*. Akan tetapi perkembangan teknologi ini juga turut menjadi ancaman besar terhadap para pekerja yang bekerja di bidang industri kreatif digital. Kemudian dalam penelitian Ehsan & Riedl (2022), Eynon & Young (2021), dan Zhou (2022), sama-sama menerangkan proses konstruksi sosial dari pada AI terhadap masyarakat dengan teori Social Construction of Technology untuk memahami persepsi yang beragam dan praktik seputar AI, serta implikasinya terhadap desain, terutama dalam konteks pembelajaran sepanjang hayat. Penelitian ini mengangkat isu-isu penting tentang pendidikan dan implikasi AI bagi masyarakat yang perlu dipertimbangkan dalam pengembangan AI dan pembelajaran sepanjang hayat.

Hingga saat ini, belum ada penelitian yang secara khusus mengeksplorasi konstruksi sosial terkait dengan pengaruh perkembangan OpenAI terhadap pekerjaan manusia di industri kreatif digital di perusahaan tertentu. Oleh sebab itu, peneliti hendak melakukan kajian terhadap proses konstruksi sosial dengan pendekatan konstruksi realitas sosial dalam memandang perkembangan produk OpenAI akan pengaruhnya terhadap pekerjaan manusia dan industri kreatif digital di perusahaan agensi kreatif. Dalam hal ini PT Kivan Media Indonesia akan menjadi tempat penelitian perusahaan agensi kreatif. PT Kivan Media Indonesia merupakan salah satu agensi kreatif dari Kota Palembang yang sudah banyak diketahui masyarakatnya. Hal ini dibuktikan ketika peneliti melakukan survei kecil pada tanggal 8 Juni 2023 di *instagram* mengenai rekomendasi agensi kreatif dari kota Palembang, terdapat 4-5 suara yang memberikan nama PT Kivan Media Indonesia. Berdasarkan wawancara terbuka yang dilakukan pada tanggal 20 Mei 2023 vice president PT Kivan Media Indonesia - Kevin Dean Dra menuturkan bahwa Serangkai mulai menggunakan produk OpenAI meskipun penerapannya belum *massive*. Terdapat potensi bahwa *tool* ini akan menjadi senjata kuat dalam memproses *creative task* terutama untuk *copywriter* dan produksi *design* maupun gambar.

Peneliti berupaya untuk mengkaji hal ini dengan mengambil judul “*Analisis Konstruksi Sosial Terhadap Penerapan OpenAI dalam Pekerjaan Manusia di Industri Kreatif Digital (Studi Kasus: PT Kivan Media Indonesia)*”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, kehadiran OpenAI memunculkan pertanyaan terkait konstruksi sosial terhadap penerapannya pada pekerjaan manusia di industri kreatif digital. Adapun pertanyaan masalah dari penelitian ini adalah “Bagaimana konstruksi sosial terhadap penerapan OpenAI dalam pekerjaan manusia di industri kreatif digital (studi kasus: PT Kivan Media Indonesia)”. Untuk menjawab masalah utama pada penelitian ini maka terdapat turunan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana masyarakat yang bekerja di industri kreatif digital mempelajari penerapan produk OpenAI?
2. Bagaimana masyarakat mengexternalisasikan penerapan produk OpenAI

dalam industri kreatif digital?

3. Bagaimana masyarakat menerima penerapan produk OpenAI di industri kreatif digital sebagai suatu realitas yang diterima?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun adapun tujuan dari penelitian ini terbagi menjadi tujuan umum dan tujuan khusus.

1.3.1 Tujuan Umum

Penelitian ini secara umum bertujuan untuk menganalisa penerapan OpenAI terhadap pekerjaan manusia di industri kreatif digital pada perusahaan PT Kivan Media Indonesia dengan menggunakan pendekatan *Social Construction of Technology*.

1.3.2 Tujuan Khusus

1. Memahami bagaimana masyarakat yang bekerja di industri kreatif digital mempelajari penerapan produk OpenAI
2. Memahami bagaimana masyarakat mengeksternalisasikan penerapan produk OpenAI dalam industri kreatif digital
3. Mengetahui bagaimana masyarakat menerima penerapan produk OpenAI di industri kreatif digital sebagai suatu realitas yang diterima.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu mendatangkan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dalam penelitian ini yaitu diharapkan mampu menambah ilmu pengetahuan dan bermanfaat bagi akademis sebagai sumbangan kajian sosiologi terutama dalam konstruksi sosial terhadap perkembangan *Artificial Intelligence* dan OpenAI.

1.4.2 Manfaat Praktis

Menjadi bahan acuan serta masukan kepada pihak terkait dalam menganalisa konstruksi sosial terhadap penerapan OpenAI di industri kreatif digital

PT Kivan Media Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Amato, G., Behrmann, M., Bimbot, F., & Caramiaux, B. (2019). *AI in the media and creative industries*.
- Bartodziej, C. J. (2016). The Concept Industry 4.0. Dalam *An Empirical Analysis of Technologies and Applications in Production Logistics*. Springer.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1991). *The Social Construction of Reality*.
- Bostrom, N. (2014). *Superintelligence: Paths, Dangers, Strategies*. APA PsycNet.
- Burr, V. (2015). Social Constructionism. Dalam *APA PsycNet* (3 ed.). Routledge/Taylor & Francis Group.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Revisi). PT. Remaja Rosdakarya.
- McKinsey Global Institute. (2019). *Otomasi dan masa depan pekerjaan di Indonesia*.
- Pinch, T. J., & Bijker, W. E. (1984). The Social Construction of Facts and Artefacts: or How the Sociology of Science and the Sociology of Technology might Benefit Each Other. *SAGE Journals*, 14(3), 399–441.
- Sugiyono. (2014). *Memahami penelitian kualitatif* (Cet. 10).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.

Jurnal:

- Anantrasirichai, N., & Bull, D. (2022). Artificial intelligence in the creative industries: a review. *Artificial Intelligence Review*, 55(1), 589–656. <https://doi.org/10.1007/s10462-021-10039-7>
- Caramiaux, B. (2020). *The Use of Artificial Intelligence In The Cultural and Creative Sectors*. <https://hal.inria.fr/hal->
- Cunningham, S., & Silver, J. (2013). *Screen Distribution and The New King Kongs of The Online World* (illustrate). Springer. <https://doi.org/https://doi.org/10.1057/9781137326454>
- Diana, L., Fahrezi, A., Islammiyah, F. L., Kurniawati, N. F. I., & Maysella, V. S. (2022). Implementasi Pasar Digital Melalui Proses Pendampingan Bagi Para UMKM di Kelurahan Darmo, Kec. Wonokromo, Surabaya. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 40–51.
- Diyah, I., Arifah, C., Nusantara, U. B., & Surabaya, U. N. (2022). Job Replacement Artificial Intelligence Di Industri Jasa: Tinjauan Pustaka Sistematis. Dalam *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 10).
- Ehsan, U., & Riedl, M. O. (2022). *Social Construction of XAI: Do We Need One Definition to Rule Them All?* <http://arxiv.org/abs/2211.06499>
- Eynon, R., & Young, E. (2021). Methodology, Legend, and Rhetoric: The

- Constructions of AI by Academia, Industry, and Policy Groups for Lifelong Learning. *Science Technology and Human Values*, 46(1), 166–191. <https://doi.org/10.1177/0162243920906475>
- Frolov, D., Radziewicz, W., Saienko, V., Kuchuk, N., Mozhaiev, M., Gnusov, Y., & Onishchenko, Y. (2021). Theoretical And Technological Aspects Of Intelligent Systems: Problems Of Artificial Intelligence. *IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security*, 21(5), 35. <https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2021.21.5.6>
- Handaka, T., Adhi Dharma, F., Realitas Sosial, K., & Peter Berger Tentang Kenyataan Sosial, P. L. (2018). *The Social Construction of Reality: Peter L. Berger's Thoughts About Social Reality*. <https://doi.org/10.21070/kanal.v%vi%i.3024>
- Hartomo, D. D., & Cahyadin, M. (2013). Pemeringkatan Faktor Keberlangsungan Usaha Industri Kreatif di Kota Surakarta. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 4(2), 225–236.
- Huang, M. H., & Rust, R. T. (2018). Artificial Intelligence in Service. *Journal of Service Research*, 21(2), 155–172. <https://doi.org/10.1177/1094670517752459>
- Kaira, M. F. (2022). *Implementasi Model Bahasa OpenAI GPT-3 untuk Aplikasi Text Content Generator Berbasis Web dan Aplikasi Mobile* [Skripsi, Universitas Lampung]. <http://digilib.unila.ac.id/68612/>
- Kambey, G. E. I., Sengkey, R., & Jacobus, A. (2020). Penerapan Clustering pada Aplikasi Pendeteksi Kemiripan Dokumen Teks Bahasa Indonesia. *Jurnal Teknik Informatika*, 15(2), 75–82.
- Karman. (2015). Konstruksi Realitas Sosial Sebagai Gerakan Pemikiran (Sebuah Telaah Teoretis Terhadap Konstruksi Realitas Peter L. Berger). *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika*, 5(3), 11–23.
- Liu, Z. (2021). Sociological perspectives on artificial intelligence: A typological reading. *Sociology Compass*, 15(3). <https://doi.org/10.1111/soc4.12851>
- Manuaba, I. B. P. (2018). Memahami Teori Konstruksi Sosial. *Jurnal Masyarakat Kebudayaan dan Politik*, 21(3), 221–230.
- Mellita, D., & Erlansyah, D. (2014). *Pemetaan Industri Kreatif Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Kawasan Urban di Kota Palembang*.
- Mlynář, J., Alavi, H. S., Verma, H., & Cantoni, L. (2018). Towards a sociological conception of artificial intelligence. *Lecture Notes in Computer Science (including subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 10999 LNAI, 130–139. https://doi.org/10.1007/978-3-319-97676-1_13
- Pakpahan, R. (2021). Analisa Pengaruh Implementasi Artificial Intelligence Dalam Kehidupan Manusia. *Journal of Information System, Informatics and Computing Issue Period*, 5(2), 506–513. <https://doi.org/10.52362/jisicom.v5i2.616>
- Petropoulos, G. (2018). *The Impact of Artificial Intelligence On Employment*.

- Setiawan, A., & Luthfiyani, U. K. (2023). Penggunaan ChatGPT Untuk Pendidikan di Era Education 4.0: Usulan Inovasi Meningkatkan Keterampilan Menulis. *Jurnal PETISI*, 04(01). <https://chat.openai.com>.
- Sulaiman, A. (2016). Memahami Teori Konstruksi Sosial Peter L. Berger. *Jurnal Society*, 6(1), 15–22.
- Uddin, S. (2022). Industri Kreatif. *Manajemen Industri Kreatif*, 5(1), 125.
- Zhang, C., & Lu, Y. (2021). Study on artificial intelligence: The state of the art and future prospects. *Journal of Industrial Information Integration*, 23. <https://doi.org/10.1016/j.jii.2021.100224>
- Zhou, H. (2022). *Generative Artificial Intelligence: A Social Construction of Technology Perspective*.

Lainnya:

- Badan Pusat Statistik. (2020). *Statistik Ketenagakerjaan Kota Palembang 2020* i. www.freepik.com
- Dame Wendy Hall, & Jérôme Pesenti. (2018). *Growing the artificial intelligence industry in the UK*. https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/652097/Growing_the_artificial_intelligence_industry_in_the_UK.pdf
- Derryanur, M. (2023). *AI Meningkatkan Mutu Manusia Menjadi Lebih Baik*. retizen. [https://retizen.republika.co.id/posts/213725/ai-meningkatkan-mutu-manusia-menjadi-lebih-baik#:~:text=Selain itu%2C AI dapat membantu manusia mengambil keputusan,dapat membuat manusia menjadi lebih baik secara otomatis](https://retizen.republika.co.id/posts/213725/ai-meningkatkan-mutu-manusia-menjadi-lebih-baik#:~:text=Selain%20AI%20dapat%20membantu%20manusia%20mengambil%20keputusan,dapat%20membuat%20manusia%20menjadi%20lebih%20baik%20secara%20otomatis.).
- Kurzweil, R. (2014). Don't Fear Artificial Intelligence. *Time magazine*, 28.
- OpenAI. (2022). *GPT-4 Technical Report*.
- Paw Research Center. (2018). *Sharp Partisan Divisions in Views of National Institutions* (Vol. 10). www.pewresearch.org