

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang semakin cepat dalam beberapa tahun terakhir telah membawa perubahan signifikan dalam cara manusia bekerja dan berinteraksi. Salah satu inovasi teknologi yang semakin menonjol dan banyak dimanfaatkan dalam beberapa tahun terakhir adalah Artificial Intelligence (AI) (Kurnia Gulo et al., 2024). Artificial Intelligence (AI) dapat dipahami sebagai teknologi yang memungkinkan sistem komputer meniru cara berpikir manusia, terutama dalam hal pengambilan keputusan dan pemrosesan informasi. Secara umum, *AI* memiliki tingkat kecerdasan tertentu yang memungkinkannya menjalankan fungsi serupa dengan kemampuan manusia, seperti persepsi, penalaran, dan kreativitas (Adinda Arly et al., 2023). Salah satu keunggulan AI terletak pada kemampuannya mengolah data dalam jumlah besar dengan cepat, sehingga dapat membantu manusia menyelesaikan berbagai pekerjaan secara lebih efisien (Inakyora Nalya Arimbi et al., 2024). Perkembangan tersebut juga memengaruhi cara manusia berkomunikasi, bertukar gagasan, serta mengembangkan proses kreatif di lingkungan kerja digital.

Di sisi lain, sektor industri kreatif yang berlandaskan pada kreativitas, gagasan, dan inovasi turut mengalami dampak dari pesatnya perkembangan teknologi. Menurut Departemen Perdagangan Republik Indonesia (2009), industri kreatif merupakan sektor yang mengandalkan kemampuan, keterampilan, serta bakat individu untuk menghasilkan kesejahteraan dan membuka peluang kerja melalui pemanfaatan ide, kreativitas, dan kemampuan cipta yang dimiliki. Sementara itu, menurut (Howkins 2001) industri kreatif mencakup seluruh aktivitas ekonomi yang berakar dari gagasan, pengetahuan, dan informasi, di mana ide menjadi komoditas utama dalam menciptakan nilai ekonomi. Dalam industri kreatif, proses pengembangan ide tidak hanya berkaitan dengan penciptaan konsep visual, tetapi juga menjadi bagian dari

proses produksi pesan komunikasi yang ditujukan kepada audiens melalui berbagai media digital. Pada tahap ideation, tim kreatif mulai menyusun storytelling, menentukan pendekatan komunikasi, serta membangun pesan yang akan disampaikan melalui visual maupun narasi tertentu. Oleh karena itu, proses ideasi memiliki peran penting dalam menentukan bagaimana makna dan tujuan komunikasi sebuah brand dapat diterima oleh audiens secara efektif.

Seiring dengan perkembangan teknologi, penggunaan AI dalam industri kreatif sebenarnya bukan hal baru. Berbagai perusahaan maupun individu kreatif telah memanfaatkan alat seperti DALL-E, MidJourney, atau Generative Art untuk menciptakan desain unik dan menarik. Teknologi AI mampu memadukan elemen visual dari berbagai sumber sehingga menghasilkan karya dengan kombinasi yang tidak terduga dan memiliki nilai estetika tinggi (Atmaja, 2024). Di Indonesia sendiri, adopsi AI di sektor kreatif semakin meluas, khususnya dalam mendukung proses kerja kreatif mulai dari perencanaan konten, penyusunan konsep, hingga pembuatan visual (Febriyanti et al., 2023).

Teknologi ini mulai digunakan sebagai bagian dari proses brainstorming dan pengembangan konsep kreatif. Kehadiran AI memungkinkan terjadinya proses pertukaran gagasan antara manusia dan teknologi melalui prompting, sehingga membantu tim kreatif dalam mengeksplorasi ide, menemukan alternatif konsep, serta mengembangkan pesan komunikasi dalam proses ideation. Interaksi tersebut menunjukkan bahwa AI tidak hanya digunakan sebagai alat bantu teknis, tetapi juga mulai terlibat dalam proses komunikasi kreatif dan pembentukan pesan pada lingkungan kerja digital.

Di tengah perkembangan industri kreatif digital tersebut, muncul berbagai studio dan creative house yang mulai mengadopsi teknologi AI sebagai bagian dari proses kerjanya. Salah satunya adalah Blackstudio.id, *creative house* di Kota Batu yang bergerak di bidang jasa corporate video, company profile, commercial, event, motion, desain, hingga 3D animasi, menghadapi tuntutan untuk selalu menghasilkan ide-ide segar, relevan, dan sesuai kebutuhan klien. Sebagai creative house yang menghasilkan produk visual dan audiovisual, proses kreatif di Blackstudio.id juga berkaitan dengan proses penyampaian

pesan komunikasi kepada audiens melalui media visual. Proses ideasi menjadi tahap penting yang menentukan kualitas hasil akhir produksi. Namun, proses menghasilkan ide secara manual kerap memerlukan waktu lama dan dibatasi oleh imajinasi serta pengalaman seseorang. Pada titik inilah AI berfungsi sebagai mitra kreatif yang dapat menawarkan solusi cepat dan beragam untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Dalam praktiknya, tim kreatif Blackstudio.id menghadapi berbagai tantangan dalam proses ideasi sebelum mengadopsi teknologi AI. Proses brainstorming yang dilakukan secara manual sering kali membutuhkan waktu lama karena bergantung pada inspirasi individu dan pengalaman anggota tim. Selain itu, ide-ide yang dihasilkan cenderung berputar pada pola yang sama, sehingga menyulitkan tim untuk menemukan konsep baru dan relevan dengan karakter klien. Kondisi tersebut membuat tahapan ideasi menjadi salah satu titik paling krusial yang menentukan kualitas hasil akhir produksi.

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan klien akan konsep visual yang unik dan cepat, tim Blackstudio.id mulai memanfaatkan teknologi AI seperti ChatGPT dan Gemini sebagai bagian dari proses ideasi. Penggunaan AI ini membantu tim dalam mengeksplorasi alternatif ide, mendiskusikan kemungkinan konsep kreatif, serta mengembangkan gagasan awal sebelum masuk ke tahap produksi. Meskipun demikian, kolaborasi antara manusia dan AI juga menimbulkan pertanyaan baru terkait sejauh mana teknologi ini benar-benar berkontribusi terhadap kreativitas dan efektivitas ide yang dihasilkan. Fenomena inilah yang menjadi dasar penting dilakukannya penelitian ini.

Fenomena penggunaan AI dalam proses kreatif juga dapat dipahami melalui perspektif Determinisme Teknologi dari Marshall McLuhan yang menjelaskan bahwa perkembangan teknologi komunikasi mampu memengaruhi cara manusia berpikir, bekerja, dan berkomunikasi. Dalam konteks industri kreatif digital, kehadiran AI tidak hanya mempermudah proses kerja, tetapi juga mulai membentuk pola brainstorming, eksplorasi ide, hingga cara tim kreatif memproduksi pesan komunikasi.

Untuk menempatkan penelitian ini dalam konteks akademik, perlu ditinjau beberapa penelitian sebelumnya. Penelitian (Atmaja, 2024) di CV. Rendy

Hendicraft, menunjukkan bahwa AI dapat menciptakan ide desain inovatif dan mempercepat konseptualisasi pada karya seni berbahan serbuk kayu. Pada penelitian (Herlijanto et al., 2024) menemukan bahwa AI meningkatkan kreativitas dan efisiensi bidang desain komunikasi visual melalui sistem generatif seperti Midjourney dan DALL·E, namun fokusnya lebih pada tinjauan pustaka dan belum pada konteks organisasi kreatif. Sementara itu, (Febriyanti et al., 2023) meneliti pengaruh AI terhadap kinerja industri kreatif di Indonesia, tetapi lebih menyoroti aspek produktivitas dan ekonomi daripada proses ideasi. Penelitian lain, seperti yang dilakukan oleh (Widianti et al., 2024) dan (Rizqiyah et al., 2025), membahas penggunaan AI pada desain interior dan arsitektur, namun konteksnya tidak mencakup creative house atau studio produksi visual digital seperti yang menjadi fokus penelitian ini.

Dari berbagai penelitian tersebut, terlihat adanya beberapa celah. Pertama, penelitian tentang pemanfaatan AI dalam proses ideasi kreatif, khususnya tahap brainstorming tim kreatif digital, masih sangat terbatas. Kedua, sebagian besar penelitian berfokus pada efisiensi produksi, bukan pada tahap awal penciptaan ide yang justru menentukan arah proyek kreatif. Ketiga, studi kasus lokal mengenai integrasi AI dalam workflow tim kreatif masih minim, terutama yang menggunakan ChatGPT, Midjourney, atau Gemini dalam ideation workflow sehari-hari. Keempat, belum banyak penelitian yang memetakan interaksi antara AI dan tim manusia dalam proses ideasi kolaboratif. Selain itu, penelitian yang membahas interaksi komunikasi antara manusia dan AI dalam proses brainstorming kreatif serta produksi pesan komunikasi juga masih terbatas, khususnya pada lingkungan creative house lokal.

Berdasarkan celah tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk memahami bagaimana AI digunakan dalam proses ideasi kreatif oleh tim di Blackstudio.id, sebuah *creative house* yang berfokus pada produksi konten visual dan video komersial. Melalui pendekatan studi kasus, penelitian ini diharapkan dapat menunjukkan bahwa AI tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu teknis, tetapi juga menjadi bagian dari proses komunikasi dalam pengembangan gagasan, brainstorming, serta eksplorasi konsep visual pada tim kreatif Blackstudio.id.

Dalam konteks ini, proses ideasi yang terjadi di tim kreatif dapat pula dipahami melalui pendekatan *Design Thinking*. *Design Thinking* merupakan metode berpikir kreatif yang berpusat pada pengguna (*user-centered approach*) dan menekankan pada proses eksploratif untuk menemukan solusi inovatif yang menempatkan proses ideation sebagai tahap pengembangan dan eksplorasi gagasan kreatif (Brown, 2008). Dalam penelitian ini, konsep *Design Thinking* digunakan untuk memahami proses ideation sebagai tahap pengembangan ide dan eksplorasi konsep kreatif. Penelitian tidak membahas seluruh tahapan *Design Thinking* secara mendalam, melainkan hanya berfokus pada bagaimana AI dimanfaatkan dalam proses brainstorming, diskusi ide, dan pengembangan konsep kreatif pada tim Blackstudio.id. Pendekatan ini relevan dengan konteks penelitian karena menempatkan proses ideasi sebagai inti dari penciptaan solusi kreatif yang berbasis kebutuhan klien. Integrasi antara *Design Thinking* dan AI membuka ruang kolaborasi baru antara manusia dan teknologi, di mana AI dapat memperkaya tahap *ideate* melalui penyediaan inspirasi visual, simulasi konsep, atau alternatif ide yang mungkin tidak terpikirkan oleh manusia.

Dengan demikian, pemanfaatan AI dalam kerangka *Design Thinking* tidak hanya mempercepat proses penciptaan ide, tetapi juga meningkatkan kualitas inovasi yang dihasilkan oleh tim kreatif seperti Blackstudio.id. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki urgensi untuk dilakukan karena dapat memberikan pemahaman baru tentang transformasi proses kreatif di era digital. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai bagaimana proses komunikasi berlangsung melalui interaksi antara manusia dan AI dalam pengembangan ide di industri kreatif digital.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana proses pemanfaatan AI dalam tahap ideasi kreatif di tim Blackstudio.id?
2. Bagaimana bentuk kolaborasi antara manusia dan AI dalam proses ideasi di tim Blackstudio.id?
3. Apa dampak pemanfaatan AI terhadap efektivitas dan produktivitas tim kreatif Blackstudio.id?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan proses pemanfaatan AI dalam tahap ideasi kreatif di tim Blackstudio.id.
2. Mendeskripsikan bentuk kolaborasi manusia dan AI dalam proses ideasi di tim Blackstudio.id.
3. Menjelaskan pengaruh pemanfaatan AI terhadap efektivitas dan produktivitas kerja tim kreatif Blackstudio.id.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan bagi pengembangan kajian komunikasi kreatif serta studi media baru, terutama terkait penerapan teknologi AI dalam proses kreatif. Selain itu, temuan penelitian ini juga berpotensi memperkaya literatur mengenai bentuk kolaborasi antara manusia dan AI dalam ranah industri kreatif.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis dan bagi pelaku industri kreatif, penelitian ini dapat memberikan gambaran nyata tentang potensi dan tantangan penggunaan AI dalam proses ideasi. Hasil penelitian dapat menjadi referensi strategis bagi tim kreatif lain dalam memanfaatkan teknologi AI secara optimal untuk meningkatkan produktivitas tanpa mengurangi orisinalitas ide.

3. Manfaat Akademis

Penelitian ini berguna bagi mahasiswa, dosen, dan peneliti sebagai referensi empiris tentang penggunaan AI di lingkungan kerja kreatif, menyediakan contoh studi kasus nyata, serta mendorong penelitian lanjutan mengenai kolaborasi manusia-AI dengan pendekatan multidisipliner di bidang komunikasi, desain, teknologi, dan manajemen kreatif.