

**ANALISIS HUKUM DAN ETIKA KOMUNIKASI DALAM
PENYEBARAN GAMBAR AI-GENERATED: STUDI KASUS
BILLBOARD GAMBAR PRABOWO SUBIANTO DI ISRAEL**

Anindya Putri Narpati¹, Fieschelia Zahwa Rachmawati², Hilyatul Aulia³, Azahwa Syalwa
Syafirasunar⁴, Ailsa Meidina Shaqi⁵

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya^{1,2,3,4,5}

anindyaaputri98@gmail.com¹, fieschelia9@gmail.com², hilyatulaulia0411@gmail.com³,
azahwasyalwasyafirasunar@gmail.com⁴, ailsameidinaa@gmail.com⁵

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis dimensi hukum dan etika komunikasi yang muncul dari kasus penyebaran gambar *billboard* Prabowo Subianto di Israel yang diduga kuat merupakan konten buatan AI, dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif studi kasus dokumenter dan dipandu oleh Teori Etika Komunikasi. Data sekunder (dokumen hukum, arsip media, dan publikasi ilmiah) dikumpulkan dan dianalisis melalui Analisis Tematik Deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyebaran gambar AI-generated tersebut merupakan pelanggaran fundamental terhadap prinsip Otentisitas dan Transparansi dalam etika komunikasi karena menciptakan realitas sintesis yang disengaja tanpa pengungkapan (*disclosure*) wajib, sehingga merusak kredibilitas dan kepercayaan publik. Secara hukum, UU ITE terbukti tidak memadai, menciptakan kekosongan hukum (*regulatory gap*) dalam mendefinisikan "pemalsuan" pada konten yang diciptakan baru oleh algoritma, yang turut mempersulit penentuan Akuntabilitas Etis AI yang harusnya bersifat berlapis. Kesimpulannya, integritas komunikasi visual di era AI terancam oleh kegagalan etika dan kerangka hukum yang sudah usang, sehingga diperlukan reformasi regulasi yang spesifik untuk mewajibkan Mandat Transparansi Visual dan penetapan Akuntabilitas Etis Berlapis sebagai fondasi untuk menjaga keutuhan komunikasi politik.

Kata Kunci: Etika Komunikasi, Gambar AI-Generated, *Deepfake*, Kekosongan Hukum, UU ITE, Akuntabilitas Algoritma.

ABSTRACT

This study aims to analyze the legal and ethical dimensions of communication arising from the case of the dissemination of Prabowo Subianto's billboard image in Israel, which is strongly suspected to be AI-generated content. Using a qualitative, descriptive documentary case study approach and guided by Communication Ethics Theory. Secondary data (legal documents, media archives, and scientific publications) were collected and analyzed through Descriptive Thematic Analysis. The results indicate that the dissemination of the AI-generated

image constitutes a fundamental violation of the principles of Authenticity and Transparency in communication ethics because it intentionally creates a synthetic reality without mandatory disclosure, thereby undermining credibility and public trust. Legally, the ITE Law has proven inadequate, creating a regulatory gap in defining "fake" in newly generated content by algorithms, which also complicates the determination of AI Ethical Accountability, which should be multi-layered. In conclusion, the integrity of visual communication in the AI era is threatened by ethical failures and outdated legal frameworks. Therefore, specific regulatory reforms are needed to mandate a Visual Transparency Mandate and establish Multi-Layered Ethical Accountability as a foundation for maintaining the integrity of political communication.

Keywords: *Communication Ethics, AI-Generated Images, Deepfake, Legal Void, ITE Law, Algorithmic Accountability.*

A. PENDAHULUAN

Dunia komunikasi kini sedang mengalami perubahan besar-besaran berkat kehadiran Kecerdasan Buatan (AI). Alat-alat AI penghasil gambar (*Generative AI*) kini memungkinkan siapa saja membuat foto yang sangat meyakinkan dengan cepat dan mudah, seolah-olah itu adalah hasil jepretan kamera sungguhan. Kemudahan ini memang menyenangkan bagi banyak bidang, seperti iklan atau seni, tetapi dalam ranah berita dan politik, hal ini menciptakan masalah besar mengenai etika, hukum, dan keaslian informasi. Inti masalahnya adalah foto-foto buatan AI ini beroperasi di wilayah abu-abu. Entah siapa yang harus bertanggung jawab atas isinya, bagaimana jika foto itu bohong, bagaimana kita bisa memercayai apa yang kita lihat.

Permasalahan ini mencuat ke permukaan dan menjadi perbincangan hangat di Indonesia melalui kasus *billboard* gambar Bapak Prabowo Subianto yang diduga kuat dibuat dengan teknologi AI dan dipasang di Israel. Gambar ini, yang menampilkan pemimpin negara di lokasi Israel, yang sangat sensitif secara politik dan agama, langsung memicu kehebohan, perdebatan, dan dugaan adanya agenda terselubung. Jika gambar ini benar-benar buatan AI, ini bukan lagi sekadar salah informasi biasa. Ini adalah pertanda bahwa prinsip fundamental komunikasi, yaitu kejujuran dan keterbukaan telah diancam oleh teknologi baru.

Dari sisi hukum, penyebaran gambar AI yang manipulatif bisa melanggar Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) terkait berita bohong atau pencemaran nama baik (Setiawan, 2021). Namun, hukum kita belum punya aturan jelas tentang bagaimana menangani gambar yang *diciptakan* oleh mesin, bukan hasil editing manusia biasa.

Dari sisi etika, penggunaan gambar AI untuk tujuan politik yang sensitif jelas-jelas mencederai prinsip keaslian (otentisitas) dan integritas (mutu). Politik yang sehat harus dibangun di atas kepercayaan publik. Jika citra politik dapat dimanipulasi dengan *deepfake* visual, maka kepercayaan itu akan runtuh, dan demokrasi kita berisiko terbentuk oleh realitas palsu.

Perangkat lunak seperti Midjourney atau DALL-E, yang kita sebut GenAI (*Generative AI*), telah mengubah cara kita membuat konten (Jaruga Rozdolska, 2024). Hanya dengan mengetik beberapa kata, AI bisa menghasilkan gambar yang luar biasa detailnya. Ini jauh lebih canggih daripada sekadar mengedit foto. Masalahnya, kemajuan ini menimbulkan keraguan besar, apakah gambar yang kita lihat itu benar-benar ada.

Dalam dunia politik, di mana citra adalah segalanya, kemampuan memalsukan gambar ini sangat berbahaya. Gambar AI bisa menjadi alat propaganda atau *deepfake* yang sangat meyakinkan, memprovokasi emosi publik dan memengaruhi pilihan mereka (Mu J. et al., 2024). Kasus *billboard* ini membuktikan betapa cepatnya sebuah gambar palsu bisa masuk ke dalam percakapan politik kita, memaksa semua orang untuk membuang waktu hanya untuk memastikan keasliannya, termasuk jurnalis dan politisi. Ada jurang pemisah (*technological gap*) yang lebar antara kemampuan AI membuat foto palsu dan kemampuan kita (serta hukum kita) untuk mendeteksinya, dan jurang inilah sumber kekacauan.

Pemilihan objek kasus ini sangatlah strategis, seorang pemimpin, Prabowo Subianto, dikaitkan dengan lokasi yang penuh kontroversi, Israel. Mengingat posisi politik Indonesia terhadap isu Palestina, gambar ini langsung memicu ledakan reaksi.

Penyebaran foto *billboard* ini masuk kategori "perang narasi". Tujuannya mungkin saja untuk menyerang reputasi, memecah belah pendukung, atau sekadar membuat kegaduhan (Hagijanto, 2021). Masalah etika di sini tidak hanya soal palsu atau tidak, tetapi niat di baliknya. Apakah ini satir, provokasi, atau propaganda politik. Karena ini buatan AI, masalah tanggung jawab menjadi sangat kabur, apakah yang salah adalah orang yang memasukkan perintah (*prompt*), orang yang memasang *Billboard*, atau perusahaan pembuat AI. Kita perlu menggali lebih dalam untuk mengurai lapisan-lapisan sensitivitas politik ini.

Tanpa aturan main yang jelas, AI akan terus menjadi lahan liar yang dimanfaatkan untuk kepentingan yang tidak etis. Kasus *billboard* ini adalah peringatan keras bahwa era digital telah melewati batas di mana melihat sestau tidak selalu berarti harus percaya, di zaman digital, kita

perlu skeptis terhadap semua hal, terutama karena adanya kemunculan AI. Kasus *billboard* Prabowo di Israel ini sebagai contoh nyata yang sempurna untuk mengupas tuntas persimpangan antara aturan hukum dan norma etika komunikasi di era AI sebagai peringatan penting untuk selalu skeptis.

Lebih dari sekadar analisis hukum dan etika, penelitian ini menyoroti bagaimana teknologi AI kini menjadi faktor pembentuk opini publik dan citra politik yang sangat kuat. Kondisi ini menimbulkan tantangan baru dalam menjaga kejujuran komunikasi politik dan tanggung jawab sosial dalam ruang digital.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk meninjau secara kritis hubungan antara hukum, etika, dan teknologi dalam konteks komunikasi digital modern. Dengan menjadikan kasus *billboard* Prabowo Subianto di Israel sebagai contoh konkret, penelitian ini berusaha mengungkap bagaimana penyebaran gambar buatan AI dapat menimbulkan persoalan hukum, pelanggaran etika, serta ancaman terhadap integritas komunikasi publik. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini tidak hanya bertujuan mengidentifikasi kekosongan regulasi dan kegagalan prinsip etika komunikasi, tetapi juga menawarkan kerangka solusi berupa konsep akuntabilitas etis berlapis dan mandat transparansi visual yang dapat dijadikan acuan dalam perumusan kebijakan di masa depan. Dengan memahami hubungan antara teknologi dan nilai moral, penelitian ini diharapkan dapat mendorong lahirnya ekosistem komunikasi digital yang lebih transparan, adil, dan berorientasi pada kebenaran. Selain menjadi kontribusi akademik bagi pengembangan studi hukum dan etika komunikasi, penelitian ini juga menjadi langkah awal untuk membangun kesadaran publik bahwa di era AI, kejujuran tidak hanya ditentukan oleh manusia, tetapi juga oleh desain algoritma dan niat pengguna di baliknya yang perlu diteliti lebih mendalam sebagai wawasan.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan Pustaka ini bertujuan untuk menelusuri dan menganalisis kajian-kajian ilmiah terdahulu yang relevan dengan isu hukum dan etika komunikasi dalam konteks *Artificial Intelligence* (AI). Lima artikel ilmiah berikut akan menjadi landasan teoretis untuk memahami kerangka hukum yang belum adaptif, tantangan etika dalam akuntabilitas AI, serta implikasi penggunaan *AI-generated content* dalam ranah politik sensitif. Berikut daftar tabel penelitian terdahulu.

No.	Judul Artikel	Penulis dan Tahun	Fokus Utama Kajian	Relevansi dengan Penelitian
1	Transformasi Budaya Hukum dalam Era Digital (Implikasi Penggunaan AI dalam Perkembangan Hukum Di Indonesia)	Ayuni Nilam Cahya, dkk. (2024)	Eksplorasi dampak penggunaan AI terhadap budaya hukum di Indonesia, meliputi isu keadilan, transparansi, dan akuntabilitas dalam proses hukum.	Sisi Hukum, menyediakan kerangka awal mengenai pergeseran budaya hukum akibat AI. Relevan untuk menjustifikasi perlunya penyempurnaan hukum yang lebih spesifik untuk menangani kasus <i>AI-generated content</i> yang merusak keadilan dan transparansi informasi publik (Cahya et al., 2024).
2	Tantangan Penegakan Hukum terhadap Kejahatan Berbasis Teknologi AI	Wahyudi BR (2025)	Identifikasi tantangan hukum dalam penegakan kejahatan berbasis AI (seperti <i>deepfake</i> dan serangan siber) dan evaluasi keterbatasan UU ITE yang belum mampu mencakup kompleksitas AI.	Sisi Hukum & Kasus Spesifik, relevan secara eksplisit karena membahas tantangan penyalahgunaan <i>deepfake</i> . Penelitian ini dapat mengisi celah rekomendasi hukum spesifik untuk gambar AI-generated politik, melampaui kerangka UU ITE yang dianggap peneliti belum efektif (Wahyudi, 2025).
3	Hukum dan Etika Penggunaan AI di Era 4.0	Nabila (2025)	Pembahasan isu hukum dan etika umum dalam penggunaan AI (pertanggungjawaban, data pribadi, batasan etis) serta pentingnya kerangka hukum adaptif dan penerapan prinsip etika.	Sisi Etika & Regulasi: Memberikan landasan teoretis tentang pentingnya prinsip etika dalam pemanfaatan AI yang bertanggung jawab. Relevan dalam merumuskan lembaga pengawas khusus dan prinsip etika yang wajib dalam komunikasi AI, khususnya dalam konteks

				sensitif politik (Nabila, 2025).
4	Eksistensi Manusia sebagai Subjek Hukum di Era Kecerdasan Buatan: Kajian Hukum dan Etika untuk Reformasi Regulasi di Indonesia	Bambang S. Eko Sugistiyoko & Aulia Rahman Hakim (2025)	Pengkajian eksistensi manusia sebagai subjek hukum di tengah kemajuan AI yang otonom, fokus pada tantangan tanggung jawab hukum dan reformasi regulasi berorientasi humanisme.	Sisi Hukum & Etika (Filosofis), relevan untuk menganalisis isu pertanggungjawaban hukum atas gambar AI-generated. Memperkuat argumen bahwa regulasi harus direformasi berdasarkan prinsip etika humanisme untuk melindungi hak subjek hukum (figur publik) dari manipulasi visual (Eko S. & Hakim, 2025).
5	Implikasi Hukum Dan Etika Dari Kecerdasan Buatan Dalam Aspek Penegakan Hukum	Muhammad Sayyid Rasyid Ridho, dkk. (2025)	Mengkaji dampak AI pada penegakan hukum, dengan fokus pada masalah transparansi, akuntabilitas, diskriminasi algoritmik, dan perlindungan hak asasi manusia.	Sisi Etika (Akuntabilitas & Transparansi), relevan langsung dengan isu etika komunikasi, khususnya tentang transparansi algoritma dan akuntabilitas dalam proses hukum/publik. Menyediakan kerangka untuk menilai apakah penyebaran gambar AI <i>billboard</i> ini melanggar prinsip keadilan sosial dan integritas proses komunikasi (Ridho et al., 2025).

Konsep

Penelitian ini dibangun di atas beberapa konsep kunci yang perlu didefinisikan secara tegas untuk membatasi fokus analisis. Konsep utama adalah Gambar *AI-Generated*, yang didefinisikan sebagai konten visual yang diciptakan sepenuhnya atau sebagian besar oleh model Kecerdasan Buatan Generatif (*Generative AI*) berdasarkan *prompt* atau masukan data, menghasilkan citra yang sangat realistis (*deepfake* visual) (Cahya et al., 2024). Fenomena ini dianalisis melalui Kasus *Billboard* Prabowo di Israel, yang berfungsi sebagai studi kasus kritis

empiris, objek nyata dari penyebaran gambar *AI-Generated* dalam konteks politik dan geopolitik yang sangat sensitif.

Analisis ini melibatkan dua lensa utama, yaitu hukum komunikasi, bermakna kumpulan peraturan yang mengatur penyebaran konten visual (seperti UU ITE) (Ridho et al., 2025) dan etika komunikasi, yang merujuk pada prinsip moral seperti otentisitas, transparansi, dan akuntabilitas dalam penyampaian pesan (Eko S. & Hakim, 2025). Dua konsep hasil penting yang dicari dari analisis ini adalah kekosongan hukum (*Regulatory Gap*), yaitu kondisi di mana regulasi formal tidak memadai untuk isu AI, dan akuntabilitas etis AI, yaitu prinsip pertanggungjawaban moral yang harus dibebankan kepada pihak-pihak terkait (pembuat *prompt*, penyebar, platform, atau *developer*) atas dampak negatif konten AI.

Teori

Penelitian kualitatif ini menggunakan Teori Etika Komunikasi (*Communication Ethics Theory*) sebagai landasan teoretis utama untuk menganalisis konflik antara inovasi AI dan integritas komunikasi publik (Judijanto & Harsya, 2025). Teori ini sangat relevan karena inti permasalahan dari kasus *billboard* gambar Prabowo Subianto di Israel adalah pelanggaran terhadap standar moral dan kepercayaan yang mendasari komunikasi yang sehat. Teori Etika Komunikasi memfokuskan analisis pada tiga prinsip kunci yang dipertanyakan oleh konten *AI-generated*. Pertama, Prinsip Otentisitas (*Authenticity*), yang menuntut pesan komunikasi harus jujur dan asli. Gambar yang dihasilkan AI, yang secara fundamental adalah kreasi sintetis, mencederai prinsip otentisitas visual, dan penelitian ini akan menilai dampak kerusakan kredibilitas yang ditimbulkannya. Kedua, Prinsip Transparansi (*Transparency*), yang mewajibkan komunikator untuk terbuka mengenai sumber dan sifat pesan. Dalam kasus *billboard*, tidak adanya pengungkapan (*disclosure*) yang jelas bahwa gambar tersebut adalah buatan AI merupakan pelanggaran etika yang serius, karena publik berhak tahu apakah pesan yang mereka terima adalah fakta atau rekayasa. Ketiga, Prinsip Akuntabilitas (*Accountability*), yang menuntut pertanggungjawaban atas konsekuensi komunikasi, diperluas menjadi Akuntabilitas Etis AI (*Algorithmic Accountability*).

Dengan prinsip ini, penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi siapa yang seharusnya memikul tanggung jawab moral, mulai dari pengguna yang memasukkan perintah awal (*prompt*) hingga platform penyebar, atas dampak negatif yang ditimbulkan oleh disinformasi

visual ini. Kegagalan etika komunikasi inilah yang kemudian memicu kekosongan dalam hukum formal dan merusak tatanan komunikasi politik.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan fokus pada desain deskriptif melalui Studi Kasus Kritis (*Critical Case Study*). Pendekatan kualitatif dipilih untuk mendeskripsikan secara mendalam bagaimana isu hukum dan etika komunikasi dimaknai dan direfleksikan dalam dokumen publik dan narasi media, terkait dengan fenomena *Generative AI*. Desain deskriptif bertujuan untuk memaparkan secara sistematis dan apa adanya mengenai praktik dan respons yang muncul dalam kasus *Billboard Gambar Prabowo Subianto di Israel*. Kasus ini dipilih sebagai *critical incident* untuk mendeskripsikan secara detail manifestasi kekosongan hukum dan pelanggaran etika komunikasi di era konten buatan mesin.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN



Billboard Gambar Prabowo Subianto di Israel. Sumber: news.ambisius.com

Deskripsi Kasus

Kasus Billboard Gambar Prabowo Subianto di Israel muncul sebagai *critical incident* yang secara tajam memaparkan dilema baru komunikasi politik di era *Generative AI*. Secara deskriptif, kasus ini bermula dari beredarnya sebuah foto di media sosial yang menunjukkan billboard berukuran besar yang menampilkan figur Prabowo Subianto, di lokasi publik di Israel. Respons publik seketika terpecah menjadi beberapa narasi, satu pihak menganggapnya sebagai komunikasi politik resmi atau indikasi kebijakan tersembunyi, sementara pihak lain secara tegas menuduhnya sebagai deepfake atau hoaks visual yang bertujuan merusak citra.

1. Identitas dan Sifat Konten

Analisis deskriptif terhadap konten tersebut menunjukkan karakteristik kuat sebagai Gambar *AI-Generated* atau *synthetic reality*. Gambar tersebut memiliki kualitas visual yang sangat tinggi, namun mengandung artefak minor dan distorsi kontekstual yang umum ditemukan pada output AI, bukan hasil fotografi atau photoshop konvensional (Nabila, 2025). Sifat konten ini, yang secara visual tidak otentik namun sangat meyakinkan, merupakan akar masalah etika dan hukum. Dalam konteks komunikasi, gambar tersebut beroperasi sebagai "pesan tanpa pengirim yang jelas," menciptakan ambiguitas yang disengaja. Tidak adanya pengakuan resmi dari tim kampanye Prabowo Subianto bahwa gambar tersebut adalah komunikasi resmi memperkuat dugaan bahwa konten ini disuntikkan ke ruang publik oleh pihak ketiga dengan tujuan tertentu, baik untuk provokasi politik, agitprop (propaganda agitasi), atau satire gelap.

2. Dimensi Sensitivitas Politik dan Geopolitik

Pemilihan figur Prabowo Subianto, yang menjabat sebagai Menteri Pertahanan dan bersaing dalam Pemilihan Presiden, serta lokasi Israel, sebuah wilayah yang tidak memiliki hubungan diplomatik dengan Indonesia dan selalu menjadi isu sensitif dalam politik domestik, memberikan dimensi kompleks pada kasus ini. Secara deskriptif, penyebaran gambar ini mengeksplorasi polarisasi ideologis di masyarakat Indonesia. Gambar ini menciptakan narasi visual yang bertentangan dengan sentimen mayoritas publik Indonesia terhadap Palestina, sehingga memiliki potensi dampak keonaran publik dan kerusakan hubungan internasional. Respons yang muncul dari media dan narasi digital menunjukkan kegagalan awal dalam verifikasi, memaksa media untuk menghabiskan sumber daya untuk melabeli keasliannya. Oleh karena itu, kasus ini bukan hanya kasus hoaks digital biasa, melainkan sebuah contoh penggunaan teknologi AI untuk memanipulasi sentimen politik yang sensitif.

Etika Komunikasi

Pembahasan hasil deskriptif kasus ini diuji secara mendalam menggunakan Teori Etika Komunikasi, berfokus pada tiga prinsip utama: Otentisitas, Transparansi, dan Akuntabilitas.

1. Kegagalan Prinsip Otentisitas (Authenticity)

Prinsip Otentisitas menuntut bahwa komunikasi harus mewakili kebenaran atau kenyataan yang sesungguhnya. Dalam komunikasi visual politik, publik memiliki harapan

tinggi bahwa gambar yang disajikan adalah representasi faktual, kecuali jika secara eksplisit dilabeli sebagai fiksi atau seni (Hidayah, 2023). Kasus *billboard AI-generated* ini merupakan pelanggaran otentisitas yang mendasar.

Pelanggaran ini bukan hanya pada aspek *deepfake* (pemalsuan identitas), tetapi pada penciptaan realitas sintetis yang belum pernah ada. Gambar AI berhasil menciptakan sebuah event politik (kehadiran *billboard*) di sebuah lokasi (Israel) yang secara faktual tidak pernah terjadi. Menurut Etika Komunikasi, tindakan ini setara dengan berbohong secara visual, yang secara langsung mengancam kredibilitas komunikator (figur yang diwakili) dan media yang turut menyebarkan tanpa verifikasi.

Lebih dari itu, pelanggaran otentisitas ini memiliki dampak etis yang lebih luas, yaitu merusak ekosistem kepercayaan publik. Jika publik tidak dapat lagi memercayai mata mereka sendiri terhadap gambar yang beredar di media, mereka akan cenderung skeptis terhadap semua informasi visual, yang pada akhirnya merusak fondasi diskursus publik yang rasional.

2. Pelanggaran Prinsip Transparansi (Transparency)

Prinsip Transparansi mewajibkan komunikator untuk secara terbuka mengungkapkan sumber, tujuan, dan sifat pesannya. Dalam kasus gambar *AI-generated*, kegagalan etika komunikasi yang paling nyata adalah tidak adanya *disclosure* atau penandaan (*watermark*) bahwa konten tersebut dibuat oleh mesin.

Pembahasan ini menunjukkan bahwa transparansi adalah garis pertahanan etika pertama melawan penyalahgunaan AI. Jika kerangka etika komunikasi diterapkan, setiap entitas yang menyebarkan gambar AI, terutama figur politik, wajib menyertakan metadata atau label yang menyatakan status sintetis konten tersebut. Kegagalan melakukan hal ini, seperti yang terjadi dalam kasus *billboard* ini, diklasifikasikan sebagai tindakan komunikasi yang tidak bertanggung jawab dan tidak etis.

3. Isu Akuntabilitas Etis (Accountability)

Isu Akuntabilitas etis dalam kasus *deepfake* AI sangat kompleks karena melibatkan rantai tanggung jawab yang panjang. Dalam kasus tradisional, tanggung jawab mudah dibebankan kepada editor atau fotografer. Namun, dalam kasus AI, pertanggungjawaban terbagi menjadi pengguna/pembuat *prompt*, yaitu, individu yang menulis perintah (*prompt*) yang menghasilkan gambar. Secara etis, mereka adalah pihak yang memiliki niat awal, penyebar (*Disseminator*),

yaitu pihak yang sengaja memasukkan gambar tersebut ke ruang publik (misalnya, yang mencetak *billboard* atau mengunggah pertama kali). Mereka memikul tanggung jawab penyebaran disinformasi, platform teknologi, yaitu perusahaan pengembang AI (developer) dan media sosial yang memfasilitasi penciptaan dan penyebaran konten.

Teori Etika Komunikasi menuntut perumusan konsep Akuntabilitas Etis AI (*Algorithmic Accountability*). Pembahasan menunjukkan bahwa semua pihak memiliki andil. Penyebar gambar (pihak 2) memikul tanggung jawab etis terbesar atas dampak langsung terhadap publik. Namun, pengembang teknologi (pihak 3) juga memiliki tanggung jawab etis untuk membangun *safeguards* dalam model mereka (misalnya, menolak prompt yang bersifat *deepfake* politik sensitif atau menyertakan *watermark* permanen). Kasus *billboard* ini memaksa kerangka etika untuk menetapkan akuntabilitas berlapis, di mana tidak ada satu pihak pun yang dapat lepas tangan dari dampak konten AI yang menyesatkan.

Kekosongan Hukum dan Regulasi

Hasil deskriptif kasus *billboard* ini menunjukkan dengan jelas bahwa kerangka hukum di Indonesia saat ini mengalami kekosongan yang signifikan (*regulatory gap*) dalam menghadapi gambar *AI-generated*, terutama yang digunakan untuk tujuan manipulasi politik. Pembahasan ini menyoroti kelemahan hukum dan menawarkan rekomendasi berbasis etika.

1. Kekosongan Definisi Hukum dalam UU ITE

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), yang menjadi landasan utama penindakan disinformasi dan hoaks di Indonesia, didasarkan pada konsep manipulasi data atau pencemaran nama baik yang masih berorientasi pada tindakan manusia.

Masalah Definisi "Pemalsuan", UU ITE tidak secara eksplisit mendefinisikan "pemalsuan" dalam konteks konten yang diciptakan baru oleh algoritma (sintetik), bukan hasil modifikasi dari gambar asli (*deepfake* konvensional). Kasus *billboard* adalah kreasi total, ini menimbulkan kesulitan pembuktian niat jahat (*mens rea*) dan pembuktian asal usul materi dasar yang dipalsukan. Masalah Subjek Hukum dan Niat, Hukum saat ini kesulitan menunjuk subjek hukum yang bertanggung jawab, apakah pembuat prompt atau algoritmanya sendiri, karena AI bersifat otonom dalam proses kreasi akhirnya, hukum kesulitan membuktikan niat jahat (*mens rea*) pada tingkat teknologi. Kekosongan ini secara deskriptif menjadi celah yang dimanfaatkan. Kasus *billboard* ini menunjukkan bahwa UU ITE lambat dan tidak adaptif

(Haris & Tantimin., 2022). Penegak hukum terpaksa menggunakan pasal-pasal hoaks umum yang tidak secara spesifik mengakomodasi teknologi *Generative-AI*.

2. Rekomendasi Regulasi Berbasis Etika

Untuk mengatasi kekosongan hukum ini, penelitian merekomendasikan kerangka regulasi yang didasarkan pada prinsip Etika Komunikasi yang telah dibahas sebelumnya. Hukum harus menjadi penegak dari kewajiban etis dengan mandat Transparansi Visual (*Mandatory Disclosure*), yaitu regulasi harus mewajibkan setiap konten visual yang dihasilkan oleh AI, terutama yang menyangkut figur publik atau peristiwa politik, untuk memiliki metadata dan *watermark* permanen yang menyatakan status sintetiknya (Purwaningsih & Islami, 2023). Ini adalah legalisasi dari Prinsip Transparansi. Pelanggaran terhadap mandat *disclosure* ini harus dikenakan sanksi hukum, terlepas dari apakah konten tersebut terbukti hoaks atau tidak.

Amandemen UU ITE Terkait Realitas Sintetis. Diperlukan amandemen UU ITE atau penyusunan undang-undang siber yang secara spesifik mencakup definisi "realitas sintetis" atau "manipulasi konten algoritmik." Definisi ini harus mengkriminalisasi tindakan membuat dan menyebarkan konten AI yang bertujuan untuk memicu keonaran atau merusak integritas politik, terlepas dari apakah gambar tersebut dimodifikasi dari aslinya atau diciptakan dari nol (Rama et al., 2023).

Indonesia dapat belajar dari praktik-praktik ini dengan menyesuaikan prinsip transparansi global ke dalam konteks lokal, seperti kerja sama antara Kominfo, platform media sosial, dan lembaga riset untuk menciptakan Sertifikasi Keaslian Visual Nasional (SKVN). Dengan mekanisme ini, setiap gambar politik digital harus melewati tahap verifikasi berbasis metadata. Pendekatan transnasional seperti ini akan memperkuat kedaulatan digital Indonesia sekaligus melindungi komunikasi publik dari manipulasi lintas batas.

Dimensi Sosial dan Dampak Komunikatif Gambar AI

Kasus *billboard* Prabowo Subianto di Israel tidak hanya berdampak pada dimensi hukum dan etika, tetapi juga memiliki efek sosial yang luas terhadap pola konsumsi informasi publik. Dalam salah satu pembahasan dalam komunikasi massa, fenomena ini menggambarkan pergeseran otoritas kebenaran dari media profesional ke algoritma digital yang dikendalikan oleh logika viralitas. Publik kini menghadapi situasi di mana persepsi lebih cepat terbentuk

oleh visual daripada oleh proses klarifikasi rasional (Ravizki & Yudhantaka, 2022). Akibatnya, emosi seperti keterkejutan, kemarahan, atau kebanggaan menjadi pemicu utama penyebaran konten.

Dari perspektif literasi digital, kasus ini menunjukkan lemahnya kemampuan masyarakat untuk mengenali tanda-tanda konten buatan AI. Minimnya pemahaman tentang teknologi generatif menjadikan masyarakat mudah terjebak dalam bias konfirmasi, mempercayai apa yang sesuai dengan pandangan politiknya tanpa memverifikasi sumbernya. Efek ini diperparah oleh algoritma media sosial yang memperkuat *echo chamber* politik (Rama et al., 2023). Dengan demikian, penyebaran gambar AI bukan hanya persoalan etika komunikasi, melainkan juga tantangan terhadap kesehatan demokrasi digital. Reformasi hukum dan etika akan sia-sia tanpa diiringi pendidikan literasi visual dan algoritmik yang kuat di tingkat masyarakat.

Kasus *billboard* ini memperlihatkan bahwa batas antara realitas dan representasi kini semakin kabur. Manusia tidak lagi menjadi satu-satunya produsen makna, algoritma telah ikut serta menentukan apa yang dianggap benar dan layak dipercaya. Dalam konteks ini, tanggung jawab moral komunikator tidak boleh hilang hanya karena alatnya canggih. Etika komunikasi harus berevolusi menjadi etika tekno-komunikasi, yaitu prinsip moral yang memadukan nilai kemanusiaan dengan kesadaran algoritmik. Dengan demikian, tujuan komunikasi bukan lagi sekadar menyampaikan pesan, tetapi memastikan pesan tersebut tetap berakar pada kebenaran dan kemanusiaan. Tanpa fondasi moral yang kuat, kemajuan teknologi hanya akan menghasilkan ruang publik yang penuh ilusi dan kehilangan arah kebenarannya. Secara keseluruhan, kasus ini menegaskan bahwa etika komunikasi di era kecerdasan buatan bukan sekadar pilihan moral, melainkan kebutuhan mendesak untuk menjaga keutuhan informasi publik dan stabilitas demokrasi digital Indonesia agar tidak menyimpang.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis kualitatif deskriptif terhadap isu hukum dan etika komunikasi dalam penyebaran gambar AI-generated, dengan menjadikan Kasus Billboard Gambar Prabowo Subianto di Israel sebagai studi kasus kritis, penelitian ini menarik beberapa kesimpulan kunci:

1. Kasus billboard AI-generated tersebut merupakan pelanggaran mendasar terhadap teori etika komunikasi, khususnya pada prinsip otentisitas dan transparansi. Secara etis, konten tersebut menciptakan realitas sintesis yang bertujuan menyesatkan publik politik

(deepfake visual), yang secara langsung mengancam kredibilitas figur publik dan merusak ekosistem kepercayaan publik. Ketidadaan pengungkapan (disclosure) yang jelas bahwa gambar tersebut buatan AI adalah kegagalan etika paling nyata.

2. Kerangka hukum yang berlaku di Indonesia, khususnya Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), tidak memadai dan mengalami kekosongan signifikan dalam menghadapi gambar AI-generated. UU ITE kesulitan dalam mendefinisikan "pemalsuan" untuk konten yang sepenuhnya diciptakan oleh algoritma, serta kesulitan dalam menentukan subjek hukum yang memikul niat jahat (*mens rea*) karena rantai pertanggungjawaban melibatkan prompt, algoritma, dan penyebar. Kekosongan ini menjadi celah yang dimanfaatkan untuk manipulasi komunikasi politik.
3. Urgensi akuntabilitas etis berlapis, isu Akuntabilitas dalam kasus ini menuntut perumusan konsep Akuntabilitas Etis AI (Algorithmic Accountability). Tanggung jawab etis tidak bisa hanya dibebankan kepada penyebar akhir, melainkan harus bersifat berlapis, melibatkan individu yang memasukkan perintah awal (prompter), dan menuntut tanggung jawab etis dari pengembang teknologi AI untuk membangun mekanisme safeguard (penandaan wajib atau pencegahan konten sensitif).
4. Dampak kritis pada integritas komunikasi politik, kasus ini membuktikan bahwa gambar AI-generated sangat efektif dalam menciptakan narasi framing yang kuat dan memengaruhi agenda publik, bahkan ketika keasliannya diragukan. Hal ini menimbulkan ancaman serius terhadap integritas proses demokrasi dan menunjukkan bahwa komunikasi visual telah memasuki era pasca-kebenaran visual, di mana melihat sesuatu tidak lagi dapat diartikan sebagai sebuah kepercayaan penuh.

Saran

Berikut beberapa saran yang dapat diterapkan pada pihak–pihak tertentu:

1. Bagi Pemerintah dan Regulator: Pemerintah perlu segera menyusun regulasi khusus mengenai penggunaan dan penyebaran konten berbasis AI, terutama dalam aspek hak cipta, privasi, dan tanggung jawab hukum. Regulasi tersebut harus disertai mekanisme pengawasan lintas platform dan kerja sama internasional untuk menanggulangi penyebaran deepfake dan disinformasi visual yang bersifat global.

2. Bagi Media dan Jurnalis: Media memiliki peran strategis sebagai penjaga kebenaran informasi. Setiap konten visual, terutama yang berasal dari teknologi AI, perlu diverifikasi secara mendalam sebelum dipublikasikan. Penerapan label “AI-generated” dan edukasi literasi digital bagi pembaca dapat memperkuat transparansi serta menjaga kepercayaan publik.
3. Bagi Masyarakat dan Pengguna Media Sosial: Masyarakat diharapkan lebih kritis dan berhati-hati dalam menerima maupun menyebarkan informasi digital. Verifikasi sumber, konteks, serta keaslian gambar perlu dilakukan sebelum membagikan konten. Penguatan literasi digital menjadi kunci utama agar publik mampu mengenali manipulasi visual dan tidak mudah terjebak dalam arus disinformasi.
4. Bagi Akademisi dan Peneliti: Diperlukan penelitian lanjutan untuk menelaah efektivitas regulasi AI di Indonesia serta hubungan antara literasi digital, etika komunikasi, dan kepercayaan publik. Kajian interdisipliner antara hukum, komunikasi, dan teknologi akan membantu merumuskan strategi komunikasi etis di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahya, A. N., Maksum, M. A., Akbar, T., & Primadana, S. (2024). *Transformasi Budaya Hukum dalam Era Digital (Implikasi Penggunaan AI dalam Perkembangan Hukum Di Indonesia)*. IKRA-ITH HUMANIORA : Jurnal Sosial Dan Humaniora, 8(2), 361–373.
<https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/view/3690>
- Eko S., B. S., & Hakim, A. R. (2025). *Eksistensi Manusia sebagai Subjek Hukum di Era Kecerdasan Buatan : Kajian Hukum dan Etika untuk Reformasi Regulasi di Indonesia*. Yustitiabelen, 11(2), 116–138.
- Hagijanto, A. D. (2021). *Membaca Ambiguitas pada Ilustrasi Visual Narasi Pembelajaran Sejarah di Media Sosial*. Mudra Jurnal Seni Budaya, 36(2), 204–213.
<https://doi.org/10.31091/mudra.v36i2.1469>
- Haris, M. T. A. R., & Tantimin. (2022). *Analisis Pertanggungjawaban Hukum Pidana Terhadap Pemanfaatan Artificial Intelligence Di Indonesia*. Jurnal Komunikasi Hukum, 8(1), 307–316.
- Hidayah Luthfi. (2023). *Analisis Desain Komunikasi Visual Dakwah Pada Akun Instagram @nuonlinejatim Sebagai Media Dakwah di Era digital*. AN-NASHIHA Journal of

- Broadcasting and Islamic Communication Studies, 3(1), 24–37.
<https://doi.org/10.55352/an-nashiha.v3i1.302>
- Jaruga-Rozdolska, A. (2024). *Artificial intelligence as part of future practices in the architect's work: MidJourney generative tool as part of a process of creating an architectural form*. Architectus, 3(3(71)). <https://doi.org/10.37190/arc220310>
- Judijanto, L., & Harsya, R. (2025). *Etika dan Hukum dalam Penggunaan Artificial Intelligence terhadap Privasi Digital di Indonesia*. Sanskara Hukum Dan HAM, 3(03), 141–149.
<https://doi.org/10.58812/shh.v3i03.543>
- Mu J., Adrezo M., & Haikal A. N. (2024). Identifikasi Wajah Asli dan Buatan Deepfake Menggunakan Metode Convolutional Neural Network. *Teknika*, 13(1), 45–50.
<https://doi.org/10.34148/teknika.v13i1.705>
- Nabila. (2025). *Hukum dan Etika Penggunaan AI di Era 4.0*. *Politika Progresif : Jurnal Hukum, Politik Dan Humaniora*, 2(2), 184–192.
- Purwaningsih, E., & Islami, I. (2023). *Analisis Artificial Intelligence (Ai) Sebagai Inventor Berdasarkan Hukum Paten Dan Hukum Islam*. *Jurnal Ilmiah Galuh Justisi*, 11(13), 1–15.
- Rama, B. G. A., Prasada, D. K., & Mahadewi, K. J. (2023). Urgensi Pengaturan Artificial Intelligence (Ai) Dalam Bidang Hukum Hak Cipta Di Indonesia. *Jurnal Rechtsens*, 12(2), 209–224.
- Ravizki, E. N., & Yudhantaka, L. (2022). *Artificial Intelligence Sebagai Subjek Hukum: Tinjauan Konseptual dan Tantangan Pengaturan di Indonesia*. *Notaire*, 5(3), 351–376.
<https://doi.org/10.20473/ntr.v5i3.39063>
- Ridho, M. S. R., Nurwati, Aridhayand, M. R., & Prasja, T. R. (2025). *Implikasi Hukum Dan Etika Dari Kecerdasan Buatan Dalam Aspek Penegakan Hukum*. *Karimah Tauhid*, 4(7), 5126–5135.
- Setiawan, M. N. (2021). *Mengkritisi Undang-Undang ITE Pasal 27 Ayat (3) dilihat dari Sosio-Politik Hukum Pidana Indonesia*. *Datin Law Jurnal*, 2(1), 1–21.
<http://dx.doi.org/10.36355/dlj.v1i1OpenAccessat:https://ojs.umb-bungo.ac.id/index.php/DATIN/index>
- Wahyudi, B. (2025). *Tantangan Penegakan Hukum terhadap Kejahatan Berbasis Teknologi AI*. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 5(1), 3436–3451. <http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/17519>.