



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 6 Tahun 2023 4917-4929

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Masalah Privasi dan Keamanan Data Pribadi pada Penerapan Kecerdasan Buatan

Andika M. Soemarno

Universitas Sahid Jakarta

Email: andikasoemarno@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memahami akan Kecerdasan Buatan dalam kehidupan masyarakat saat ini dan akses data pribadi yang didapatkan secara terus menerus. Kecerdasan Buatan merupakan hasil dari Revolusi Industri 4.0 yang telah memengaruhi kehidupan masyarakat terutama masyarakat. Pengambilan akses data pribadi yang dilakukan oleh Kecerdasan Buatan yang nantinya diolah dan dianalisa oleh Kecerdasan Buatan tanpa disadari atau tanpa persetujuan pengguna. Melalui analisis literatur, penelitian ini mencoba menjelaskan data pribadi yang menjadi nilai untuk dimanfaatkan oleh organisasi melalui Kecerdasan Buatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kecerdasan Buatan mendapatkan data pribadi secara mudah melalui akses ke Maha Data yang mengumpulkan berbagai data dari para pengguna. Pemahaman akan terjadinya pengambilan data oleh Kecerdasan Buatan yang disebabkan pengiriman data oleh individu melalui berbagai platform merupakan unsur terpenting dalam memastikan keamanan data pribadi. Kesimpulan penelitian ini adalah perlunya pemahaman secara holistik dalam memastikan keamanan data pribadi. Kerjasama antara perusahaan teknologi, masyarakat dan pemerintah diperlukan dalam memastikan akses data pribadi yang diambil oleh Kecerdasan Buatan tidak disalahgunakan dan kepastian dalam keamanan data pribadi.

Kata Kunci: *Kecerdasan Buatan, Revolusi Industri 4.0, Masyarakat 4.0, Maha Data, Keamanan, Data Pribadi*

Abstract

This research aims to understand Artificial Intelligence in today's society and access personal data that is obtained continuously. Artificial Intelligence is the result of the Industrial Revolution 4.0 which has influenced people's lives, especially society. Taking access to personal data carried out by Artificial Intelligence which will later be processed and analyzed by Artificial Intelligence without the user realizing it or without the consent of the user. Through literature analysis, this research tries to explain which personal data is of value to be utilized by organizations through Artificial Intelligence. The research results show that Artificial Intelligence obtains personal data easily through access to Big Data which collects various data from users. Understanding the occurrence of data collection by Artificial Intelligence due to sending data by individuals via various platforms is the most important element in ensuring the security of personal data. The conclusion of this research is the need for a holistic understanding of ensuring the security of personal data. Cooperation between technology companies, society, and government is needed to ensure that access to personal data taken by Artificial Intelligence is not misused and certainty in the security of personal data.

Keywords: *Artificial Intelligence, Industrial Revolution 4.0, Society 4.0, Big Data, Security, Personal Data*

PENDAHULUAN

Kecerdasan Buatan telah menjadi satu fenomena pada lapisan masyarakat global karena pengaruhnya dalam berbagai aspek kehidupan manusia baik secara pribadi maupun secara sosial ekonomi dan politik. Kecerdasan Buatan selain digunakan untuk keperluan yang bisa meningkatkan produktifitas manusia juga bisa dimanfaatkan untuk hal-hal yang memunculkan permasalahan baik itu secara sosial maupun secara politik. Beberapa waktu lalu telah terjadi pemberitaan dimana Presiden Republik Indonesia bisa berpidato dengan menggunakan bahasa mandarin dengan fasih. Namun itu adalah hasil kreasi dari Deepfake, yaitu merupakan salah satu tipe Kecerdasan Buatan yang dipakai untuk menghasilkan foto atau video yang baru dengan tujuan menggambarkan sesuatu yang tidak benar- benar terjadi. Venezuela, sebuah negara yang terletak di Amerika Latin, sempat mengalami kericuhan politik yang dibuat oleh Kecerdasan Buatan dan disebarkan di berbagai media. Penggunaan data pribadi seperti foto atau video yang melanggar privasi atau tanpa seizin dari si empunya merupakan hal yang dikhawatirkan. Sehingga isu keamanan data pribadi atau privasi semakin menjadi perhatian karena kekhawatiran akan penyalahgunaan yang dilakukan oleh pihak yang tidak berwenang atau tidak memiliki persetujuan untuk melakukan akses ke data pribadi.

Kecerdasan buatan adalah hasil dari Revolusi Industri 4.0 yang berbasiskan teknologi informasi. Sebelumnya Revolusi Industri 1.0 menghasilkan penemuan mesin uap. Pada Revolusi Industri 2.0 ditandai dengan penemuan listrik. Sedangkan pada Revolusi Industri

3.0 ditandai dengan munculnya komputer yang meningkatkan kualitas kehidupan manusia dalam masyarakat. Revolusi Industri 4.0 bersandar pada otomasi dan pertukaran data melalui internet. Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence), Internet untuk Segala (Internet of Things – IoT), Maha Data (Big Data), robotic, Pembelajaran Mesin (Machine Learning) dan Komputasi Awan (Cloud Computing) hadir untuk meningkatkan kualitas hidup manusia melalui peningkatan produktivitas. Kecerdasan Buatan membutuhkan Maha Data untuk bisa memberikan analisa prediksi yang dapat menjawab pertanyaan atau permasalahan yang ada.

Permasalahan yang ada adalah perlunya kepastian keamanan akan data pribadi yang diakses oleh Kecerdasan Buatan agar tidak terjadi penyalahgunaan data seperti misalnya penjualan data pribadi, pengiriman data atau informasi yang tidak benar (hoaks) dan eksploitasi data. Penelitian sebelumnya telah melakukan identifikasi akan kekhawatiran masalah keamanan data yang mengancam kebebasan manusia. Terutama bagi lapisan masyarakat yang tidak atau kurang memiliki literasi digital akan Kecerdasan Buatan. Dan tentunya yang diuntungkan dalam hal ini adalah masyarakat yang memiliki literasi digital yang tinggi bahkan organisasi yang mengatur dan menggunakan Kecerdasan Buatan, baik itu organisasi profit, nonprofit dan bahkan organisasi politik.

Organisasi yang mengatur Kecerdasan Buatan dan menggunakannya hanya untuk kepentingan yang diinginkannya akan membuat masyarakat lain hanya menjadi penonton dan pengikut dari pesan yang disampaikannya. Menurut Tufekci (2014), bagaimana algoritma pada media sosial, yang sudah mengikuti analisis prediktif Kecerdasan Buatan, dapat memperkuat filter gelembung, sehingga membatasi akses pemakai hanya mendapatkan informasi yang sejalan dengan pandangan mereka. Dan pada penelitian yang dilakukan oleh Van Dijk (2013), memperlihatkan bagaimana perusahaan yang menguasai teknologi dapat mengumpulkan serta memanfaatkan data individu tanpa persetujuan atau sepengetahuan individu bersangkutan.

Penelitian ini akan memahami tindakan keamanan akan data pribadi dalam konteks kapitalisme. Dengan penelusuran studi literatur, penulis menganalisa berbagai strategi yang telah dijalankan dalam memastikan keamanan data pribadi yang bisa disalahgunakan oleh organisasi melalui pemanfaatan Kecerdasan Buatan. Sehingga penelitian ini akan memberikan wawasan akan tantangan yang harus dihadapi dalam mengatasi permasalahan tersebut dan mencari solusi terbaik untuk mengatasinya. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan bisa memberikan landasan pengetahuan bagi kepastian keamanan data pribadi dalam era Revolusi Industri 4.0.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan studi literatur dengan tujuan mendapatkan pemahaman secara komprehensif akan Kecerdasan Buatan dan dampaknya akan keamanan data pribadi. Penelitian ini berfokus pada analisis literatur yang relevan sehingga tidak melibatkan pengumpulan data primer. Adapun dalam melakukan penelitian berdasarkan studi literatur, maka langkah pertama yang penulis lakukan adalah mengidentifikasi topik penelitian. Dalam penelitian ini, penulis menfokuskan pada keamanan data manusia atau masyarakat.

Sehingga pertanyaan penelitian adalah "Bagaimana keamanan data pribadi bisa terdampak akan penerapan Kecerdasan Buatan? Atau "Bagaimana Kecerdasan Buatan menggunakan data pribadi untuk menghasilkan nilai ekonomi?". Selanjutnya penulis melakukan pencarian literatur berbasiskan data dari perpustakaan digital dan data akademik setelah merumuskan topik dan pertanyaan penelitian.

Sumber – sumber literatur yang relevan dengan topik yang telah teridentifikasi adalah buku, artikel jurnal, artikel penelitian dan sumber-sumber lainnya. Pemilihan dan pemilahan sumber data merupakan langkah selanjutnya agar menghasilkan sumber data yang memiliki kualitas dan relevansi tinggi untuk penelitian. Setelah sumber data yang berkualitas dan relevan telah terkumpul, maka langkah berikutnya adalah melakukan analisis dan sintesis literatur. Pada langkah ini, penulis membaca dan memahami setiap sumber data, mencatat temuan-temuan, perbedaan dan persamaan yang disepakati, dan teori yang digunakan. Terakhir, penulis melakukan pengorganisasian jurnal. Ini mencakup pendahuluan, latar belakang masalah, analisis literatur, temuan penting dan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pada era Revolusi Industri 4.0, manusia mempunyai kesempatan untuk meningkatkan produktivitasnya karena adanya bantuan dari pemanfaatan teknologi informasi. Melalui teknologi informasi, maka mulai dikenal adanya internet yang membuat manusia saling terhubung satu dengan lainnya. Manusia bisa berkomunikasi tanpa batas dan saling menukar data melalui internet. Semakin pesatnya perkembangan internet menginisiasi munculnya otomatisasi, robotik, Maha Data (Big Data), Machine Learning dan Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence). Sehingga Revolusi Industri 4.0 menjadi begitu mempengaruhi seluruh aspek kehidupan manusia saat ini.

Straubhaar dan LaRose (2011) menggambarkan akan perubahan teknologi sebagai revolusi yang dialami manusia dalam bermasyarakat karena pengaruhnya dalam

kehidupannya. Artinya perubahan teknologi yang dicapai pada revolusi industri memengaruhi cara manusia dalam menghasilkan sesuatu, mengubah kondisi dan gaya hidup manusia dalam bermasyarakat atau berinteraksi. Revolusi industri melewati beberapa tahapan dimana pada tahapan pertama, yang dikenal dengan Revolusi Industri 1.0 adalah ketika manusia mulai mengenal mesin uap dan memanfaatkannya sebagai penggerak utama dalam melakukan produksi. Revolusi ini dimulai sekitar tahun 1750 hingga tahun 1850. Revolusi Industri 1.0 pertama kali terjadi di Inggris. Dengan mesin uap, tenaga produksi yang sebelumnya menggunakan manusia dan hewan, mulai tergantikan. Tentu dampaknya terjadi efisiensi dalam melakukan produksi pada transportasi, manufaktur dan pertambangan. Contoh di transportasi adalah penggunaan mesin uap pada kapal laut, yang memungkinkan kapal laut berlayar tanpa perlu mengandalkan tiupan angin. Secara ekonomi sosial, penggunaan mesin uap memicu dengan pesat pertumbuhan industri. Ini menyebabkan terjadinya urbanisasi dikarenakan pertumbuhan industri menghasilkan penyerapan tenaga kerja sebagai buruh.

Kemunculan revolusi industry 2.0 dimulai pada awal abad 20. Ini ditandai dengan adanya penemuan listrik. Mesin uap sekarang tergantikan dengan mesin tenaga listrik. Dan juga penerapan ban berjalan dalam proses produksi mobil, Ini mengubah cara proses produksi mobil lama yang masih melibatkan banyak tenaga manusia dalam perakitannya menjadi lebih sedikit tenaga manusia sehingga menjadi jauh lebih cepat biaya murah dan lebih efisien. Terjadilah produksi massal pada era ini.

Era teknologi informasi yang dimulai pada tahun 1970an, dianggap sebagai awal mulainya Revolusi Industri 3.0. Dibandingkan 2 revolusi industri sebelumnya yang dipicu oleh penemuan mesin uap (Revolusi Industri 1.0) dan penemuan mesin tenaga listrik dan ban berjalan (Revolusi Industri 2.0) maka di Revolusi Industri 3.0 ini ada karena mulai digunakannya berbagai mesin yang dapat bergerak secara otomatis yang dibuat dalam bentuk komputer yang didukung kemajuan teknologi informasi. Dengan munculnya Revolusi Industri 3.0, maka terjadilah perubahan cara manusia berinteraksi dan berkomunikasi. Internet mulai ditemukan pada era ini.

Saat ini era Revolusi Industri 4.0 telah membuat kemajuan teknologi semakin pesat. Perkembangan internet semakin pesat dan menghubungkan semua yang ada di seluruh dunia, bukan hanya manusia namun juga berbagai data baik data transaksi maupun yang lainnya secara online. Di era ini, perkembangan produk akan lebih cepat dan tentunya akan menciptakan konsumen yang beragam dan berdampak terhadap harga yang relatif murah. Ambil contohnya perusahaan transportasi online yang bisa menawarkan jasa transportasi dengan layanan lebih baik dengan hadir memenuhi panggilan lebih cepat

dibanding transportasi konvensional serta memberikan harga jasa transportasi lebih murah.

Revolusi industri 4.0 sering disebut juga dengan Revolusi Digital, dimana merupakan pengembangan dari Revolusi Industri 3.0 yang ditandai dengan peningkatan kemampuan komputer dan otomatisasi di berbagai aspek dalam kehidupan manusia. Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence), Maha Data (Big Data), Internet of Things (IoT), Komputasi Awan (Cloud Computation), dan 3D printing merupakan terobosan dari teknologi digital yang berbasis internet. Menurut Haqqi dan Hasna (2023), jika dulunya manusia masih banyak menggunakan pikirannya, maka di era ini robot dengan Kecerdasan Buatannya yang banyak berpikir. Sehingga salah satu karakteristik unik dari Revolusi Industri 4.0 menurut Tjandrawinata (2016) adalah pengaplikasian Kecerdasan Buatan.

Masyarakat

Manusia adalah yang merasakan dampak dari berbagai Revolusi Industri yang terjadi. Karena pengaruh yang dirasakan bukan saja untuk industri dan pola proses produksinya namun juga memengaruhi kehidupan manusia dengan segala aspeknya. Relasi manusia dengan sekitarnya terkena dampak dari pengaruh tersebut. Dan pengaruh tersebut tidak saja kepada bidang teknologi, namun juga kepada sosial, politik dan ekonomi. Pada bidang ekonomi, bisa terlihat dari berbagai disrupsi yang terjadi, misalnya pada jasa transportasi dengan kehadiran taksi dan ojek online. Pada bidang politik, yang dulu masyarakat tidak terlalu peduli politik, telah berubah menjadi pengamat politik yang tiap hari menelusuri atau mendapatkan pemberitaan politik melalui media sosial yang dimilikinya. Dalam bidang sosial, interaksi sosial antar manusia di masyarakat menjadi tanpa batas. Jarak dan waktu sudah tidak menjadi pemisah antara manusia. Berbagai aktivitas seperti pertemuan, rapat atau bahkan negosiasi atau pengambilan keputusan bisa dilakukan melalui internet. Inilah yang terjadi pada masyarakat saat modern saat ini.

Masyarakat pun mempunyai sejarah yang dimulai dengan ketika masih berada dalam tahap mengandalkan hidup dari berburu. Pada masa itu, manusia mengandalkan tombak dan batu lancip untuk melakukan perburuan, dan pada saat itu tombak dan batu lancip merupakan revolusi.

Disinilah disebut Masyarakat 1.0 yaitu sebuah revolusi yang melahirkan homo sapiens, yakni manusia pintar yang mampu berbahasa dan berimajinasi (Pradipta. 2019).

Menyusul kemudian adalah Masyarakat 2.0 yang mulai menetap pada daerah tertentu dan mulai bercocok tanam. Masyarakat ini juga sudah mulai melakukan ternak hewan untuk dijadikan konsumsi. Di era inilah masyarakat mengenal budaya agrikultural, yang mengubah gaya hidup bermasyarakat dan membangun interaksi sosial, ekonomi dan

politik. Masyarakat di era ini juga sudah mulai ide mengenai hidup berbangsa.

Kehadiran Revolusi Industri 1.0 yang telah dikemukakan sebelumnya, mengubah lagi kehidupan masyarakat. Mesin sudah mulai dioperasikan dan membuat berbagai aneka produk hasil manufaktur secara masif. Masyarakat yang terlibat dalam Revolusi Industri ini mengalami peningkatan pendapatan lebih banyak dibandingkan sebelumnya. Peningkatan hasil produksi juga membuat masyarakat berubah perilakunya, menjadi lebih konsumtif. Di era ini juga, pendidikan dan ilmu pengetahuan mengalami kemajuan. Institusi ilmiah mulai berdiri seperti The French Academy of Science atau Royal Society of England. Menurut Pradipta (2019), di era inilah batas antar negara semakin mudah diterobos oleh jejaring industri dan perdagangan. Disinilah mulainya era Masyarakat 3.0

Setelah mengalami keterhubungan antar negara yang semakin intens, masyarakat mulai merasakan berbagai penemuan baru terutama di bidang teknologi informasi terutama berbasis internet. Ketika masyarakat mulai lekat dengan berbagai kegiatan yang dikoneksikan dengan internet, maka penyebaran informasi semakin sering terjadi dengan mudahnya. Masyarakat memanfaatkan internet untuk memudahkan kegiatannya sehari-hari dan meningkatkan produktivitasnya. Artinya, internet telah menjadi pendukung utama dalam kegiatan manusia. Masyarakat 4.0 adalah masyarakat yang bekerja dengan menggunakan jaringan internet untuk mencari, menyimpan dan menganalisa data (Haqqi dan Hasna.2023).

Kecerdasan Buatan

Era masyarakat yang tergantung kepada internet yang dihasilkan Revolusi Industri 4.0 telah datang dengan datangnya berbagai produk teknologi yang kian canggih. Produk teknologi yang berkembang pesat inilah yang memengaruhi kehidupan manusia baik dalam sosial, ekonomi, politik dan bidang lainnya. Ada banyak teknologi yang saat ini berkembang dan digunakan oleh masyarakat namun tidak semua mengetahuinya. Menurut Haqqi dan Hasna (2023) saat ini masyarakat sudah menggunakan akan Geolocation, Robotic, Internet of Things, Big Data, 3D printing.

- a. Geolocation adalah suatu temuan teknologi yang memudahkan manusia dalam menemukan tempat atau titik lokasi geografis secara akurat. Masyarakat umumnya mengenalnya dengan nama GPS (Global Positioning System). Dengan geolocation, maka juga bisa diketahui keberadaan perangkat lain sehingga bisa diketahui atau terlacaknya pengguna perangkat tersebut berada.
- b. Robotic, merupakan produk teknologi yang dianggap dapat menggantikan manusia dalam pekerjaan yang dilakukan dengan rutin. Robot dianggap memiliki produktivitas yang lebih tinggi dibanding manusia.

- c. Internet of Things, dimana keseluruhan aspek kehidupan sudah tersambung atau terkoneksi dengan internet. Internet memiliki kemampuan mengoneksi berbagai perangkat teknologi sehingga memudahkan manusia dalam memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan. Kebutuhan akan pendidikan, finansial, transportasi, berita terkini dan lainnya menjadi memudahkan untuk di akses.
- d. Big Data, ini merupakan hasil dari berbagai data yang terkirim oleh masyarakat melalui internet. Ada yang mengirimkan data berupa foto, video atau status. Pengiriman data- data tersebut bisa melalui aplikasi media sosial. Milyaran data terkirim dan semua melalui jaringan internet. Inilah yang disebut Big Data, yang menghasilkan banyak sekali data di dalam jaringan internet. Menurut Haqqi dan Hasna (2023) Big Data merupakan sekumpulan data berukuran besar yang akan dianalisa untuk keperluan yang diinginkan, seperti pengambilan keputusan, prediksi dan lainnya yang ditunjang oleh velocity, variety dan volume. Menurut Baenanda (2018) dengan Big Data, dapat menghasilkan berbagai data yang bisa dianalisis dengan algoritma yang telah dirancang untuk menghasilkan informasi yang bermanfaat. Semua data yang berada di Big Data merupakan sumber data untuk Kecerdasan Buatan. Dengan memanfaatkan Big Data, Kecerdasan Buatan dapat menciptakan berbagai produk dan layanan yang mempermudah atau sesuai dengan kebutuhan manusia.
- e. 3D Printing, merupakan penemuan teknologi informasi lainnya yang memungkinkan manusia membuat aneka benda padat dalam bentuk 3 dimensi (3D). Sehingga proses 3D printing ini memanfaatkan teknologi aditif yang ditempatkan secara berurutan sehingga menghasilkan objek 3D. Teknologi 3D printing ini banyak digunakan di berbagai bidang. Pada bidang kedokteran, dapat memanfaatkan 3D printing untuk membuat implant medis atau organ pengganti manusia bagi pasien yang membutuhkan. Pada bidang arsitektur, dengan 3D printing, bisa melakukan konstruksi rumah dengan seminimal melibatkan penggunaan pekerja bangunan.

Kecerdasan Buatan berperan penting dalam operasional Geolocation, Robot, Internet of Things, Big Data, dan 3D printing. Kecerdasan Buatan ini adalah makhluk ciptaan manusia yang dirancang untuk menyerupai kecerdasan manusia. Kecerdasan Buatan mampu berpikir secara kompleks dengan berbagai data yang ada untuk diakses olehnya. Menurut Haqqi dan Hasna (2023), Kecerdasan Buatan adalah kemampuan komputer digital dalam melaksanakan tugas yang dikaitkan dengan kecerdasan tertentu. Kemampuan komputer digital atau Kecerdasan Buatan yang telah mampu menjawab berbagai tugas atau pertanyaan yang diberikan telah terlihat dalam kehidupan manusia.

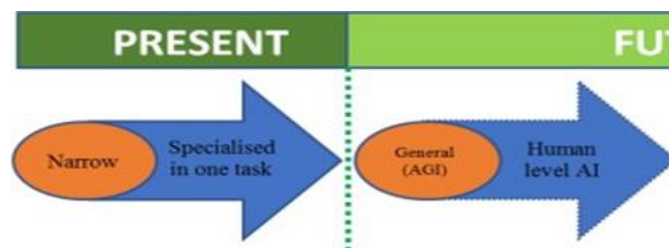
Bukan hanya dalam kecepatan memberikan jawaban atas pertanyaan atau kapasitas data yang diperbesar sehingga memiliki berbagai jawaban alternatif namun Kecerdasan Buatan telah mulai memberikan jawaban layaknya manusia dalam hal fleksibilitas.

Hal ini bisa dikatakan bahwa Kecerdasan Buatan diberikan kemampuan belajar untuk menjadi sama atau serupa dengan kemampuan manusia. Misalnya Kecerdasan Buatan bisa melakukan diagnosis medis, pengenalan suara atau tulisan serta kemampuan lainnya yang selama ini hanya dimiliki oleh manusia, tidak ada makhluk lain yang memilikinya. Hingga akhirnya ada makhluk selain manusia yang memiliki akal dan cerdas, yaitu Kecerdasan Buatan. Beberapa program dalam Kecerdasan Buatan bahkan telah diklaim mengungguli kemampuan manusia.

Kecerdasan Buatan menurut Khan (2021) memiliki tiga tingkatan klasifikasi. Pada tingkatan ke satu disebut Kecerdasan Buatan Sempit (Artificial Narrow Intelligence-ANI), dimana pada tingkatan ini Kecerdasan Buatan hanya memecahkan permasalahan yang sempit atau pada satu bidang yang sudah spesifik. Dalam hal ini, bisa ditemukan pada contoh Pencarian Google atau pencarian halaman web dan Chatbot layanan pelanggan seperti Veronica di Telkomsel. Tingkatan ke satu ini sudah mulai menggantikan tugas yang secara rutin dilakukan oleh manusia. Di tingkatan ke dua, dikenal dengan tingkatan Kecerdasan Buatan Umum (Artificial General Intelligence-AGI) yaitu Kecerdasan Buatan yang diharapkan sudah sesuai dengan kecerdasan manusia. Pada tingkatan ini nantinya pekerjaan manusia berkerah putih seperti dokter, insinyur dan akuntan mulai digantikan oleh Kecerdasan Buatan. Pada tingkatan ke tiga, yaitu Kecerdasan Buatan Super (Artificial Super Intelligence-ASI) merupakan tingkatan dimana Kecerdasan Buatan sudah berada di atas kecerdasan manusia.

Kecerdasan Buatan memerlukan akses data pribadi dalam mengembangkan kemampuan analisa prediktifnya. Media sosial (Instagram, Facebook), Lokapasar atau E-commerce (Tokopedia, Amazon), Video sesuai Permintaan atau Video on Demand- VOD (Netflix, Vidio) yang dimiliki oleh manusia atau pengguna merupakan akses menuju data pribadi. Karena berbagai platform atau aplikasi tersebut telah menggunakan Kecerdasan Buatan untuk meningkatkan sistem dan proses sehingga memperoleh pendapatan yang lebih banyak lagi (Rahardja. 2022). Hal ini yang tidak disadari oleh manusia pada umumnya, bahwa media sosial mempunyai peran untuk Kecerdasan Buatan dalam menyerap data pribadi dari masing-masing manusia. Kecerdasan Buatan mempelajari berbagai kegiatan yang manusia lakukan di media sosialnya sehingga Kecerdasan Buatan bisa memprediksi kemungkinan tindakan apa yang akan diambil oleh manusia atau pengguna media sosial tersebut. Dalam bidang pemasaran, hal ini dapat memperbesar

pendapatan karena dapat menghadirkan konten atau produk atau jasa atau tren yang bisa ditawarkan kepada pengguna sehingga memperbesar terjadinya transaksi penjualan. Namun saat yang sama, terjadilah tindakan pengambilan data tanpa persetujuan pengguna media sosial tersebut dengan sadar yang dilakukan oleh Kecerdasan Buatan. Menurut Harwood dan kawan-kawan (2019), saat ini tingkatan klasifikasi Kecerdasan Buatan masih pada Kecerdasan Buatan Sempit (ANI). Hal ini dapat terlihat dari gambar yang ada dibawah.



Gambar Klasifikasi Kecerdasan buatan (Harwood, Maltby, Ladinska. 2019)

Tindakan yang dilakukan oleh Kecerdasan Buatan dalam melakukan akses data pribadi manusia atau pengguna, adalah permasalahan yang tidak kunjung selesai. Data pribadi tersebut diolah dan dianalisa sehingga oleh pihak tertentu yang memanfaatkan Kecerdasan Buatan dapat digunakan untuk kepentingan yang bisa menguntungkan pihak tersebut namun merugikan pengguna. Data pribadi tersebut menjadi data yang bernilai ekonomis. Menurut Wasko, Murdock, dan Sousa (2011), telah terjadi Transaction Generated information – TGI yang dihasilkan dengan mengambil sesuatu yang berharga tanpa pemberitahuan atau secara pengguna sadar. Data yang diambil tersebut selain dapat diolah dan menghasilkan produk atau jasa yang lebih baik untuk dipasarkan namun juga menjadi pemantau atau monitor akan segala aktivitas pengguna. Menurut Smidt dan Osden (2020), pemerintah melacak warga negara dalam setiap pergerakan atau aktivitas ketika menghadapi pandemic Covid-19, hal ini dimungkinkan dengan penggunaan Kecerdasan Buatan.

Data Pribadi

Kecerdasan Buatan ketika melakukan akses ke data pribadi, maka akan mengolah dan melakukan analisa prediktif apa yang menjadi perhatian pengguna. Kecerdasan Buatan akan selalu menampilkan konten atau iklan atau informasi berdasarkan analisa prediktif tersebut akan menarik perhatian pengguna. Karen (2023), mencontohkan ketika manusia menyukai informasi akan peristiwa kecelakaan mobil, maka Kecerdasan Buatan akan menampilkan lebih banyak lagi konten atau informasi akan kecelakaan mobil, berulang kali. Karena Kecerdasan Buatan memprediksi bahwa hal itu akan segera ditanggapi atau dilihat oleh pengguna karena menarik perhatiannya. Ini semua

berdasarkan sejumlah data yang besar atau Maha Data yang diproses oleh Kecerdasan Buatan. Mulai dari data akan pertemanan, hubungan antar sesama, keyakinan politik atau agama, riwayat pembelian, data kesehatan atau data Geolocation dikumpulkan oleh Kecerdasan Buatan untuk diolah dan dianalisa sehingga menghasilkan analisa prediktif. Hal inilah yang menjadi kekwatiran atau permasalahan mengenai keamanan dan penggunaan data pribadi.

Data pribadi dikumpulkan secara otomatis dan rutin setiap saat tanpa menarik perhatian, tanpa pemberitahuan dan tanpa persetujuan dari masing-masing individu (Wasko, Murdock, dan Sousa.2011). Di tangan orang atau organisasi yang tidak bertanggung jawab, maka data pribadi tersebut akan dipergunakan untuk dijualbelikan, baik untuk kepentingan ekonomi ataupun politik. Di Amerika Serikat, organisasi yang berada di industri pialang data tumbuh berkembang pesat. CheckPoint, salah satu organisasi yang bergelut di industri pialang data pernah melakukan pelanggaran keamanan data pribadi dengan mengungkapkan informasi keuangan pribadi sejumlah 163 ribu konsumen (Wasko, Murdock, dan Sousa.2011).

Permasalahan data pribadi menimbulkan pertanyaan akan etika Kecerdasan Buatan dalam mengumpulkan dan menggunakan data. Penggunaan Kecerdasan Buatan dalam pabrik bisa menimbulkan masalah etika ketika berhubungan dengan data pribadi, diskriminasi, dan keadilan (Berente. 2021). Pengawasan yang berlebihan terhadap karyawan di organisasi melalui Kecerdasan Buatan menimbulkan perdebatan. Etika penggunaan Kecerdasan Buatan harus melibatkan pengetahuan akan filosofi, hukum dan sistem informasi (Martin. 2016) agar dapat mengerti lebih baik dalam permasalahan ini.

Permasalahan data pribadi dalam teknologi baru seperti Kecerdasan Buatan akan selalu bergulir. Beberapa masyarakat ada yang memilih untuk tidak menggunakan sosial media atau lokapasar untuk menghindari kemungkinan penggunaan data pribadi disalahgunakan (Alzaidi. 2022). Penyalahgunaan data pribadi akan menimbulkan gangguan privasi. Menurut Gutierrez (2019), privasi adalah kemampuan untuk mengontrol dan membatasi interaksi secara fisik, psikologi dan akses informasi ke pihak lain.

Data pribadi memang mempunyai nilai. Bagi organisasi yang mencari untung, maka dengan memaksimalkan pengolahan data pribadi melalui Kecerdasan Buatan akan menaikkan pendapatan. Teknik segmentasi dan penargetan konsumen oleh organisasi juga bisa dilakukan untuk kegiatan kampanye politik. Profil pemilih dapat dengan mudah diakses oleh Kecerdasan Buatan dari berbagai data yang diambil dari media sosial atau akses data lainnya. Nantinya oleh Kecerdasan Buatan akan diberikan konten atau iklan yang menarik si pengguna agar tetap memilih atau berpindah pilihan akan politiknya.

SIMPULAN

Dalam kesimpulan penelitian ini, temuan utamanya adalah mengetahui bahwa Kecerdasan Buatan adalah temuan teknologi yang tidak bisa dihindarkan dan Kecerdasan Buatan mengambil data pribadi untuk bisa melakukan analisa prediktif. Penelitian ini mengidentifikasi bahwa data pribadi telah terakses oleh Kecerdasan Buatan melalui banyaknya data yang terkumpul di Maha Data (Big Data). Terkumpulnya data ini disebabkan oleh kegiatan yang dilakukan oleh individu melalui sosial media atau lokapasar atau berbagai platform lainnya secara aktif dalam mengirimkan data berbentuk video, percakapan/teks, atau suara. Keamanan data pribadi menjadi rentan, karena pengambilan data oleh Kecerdasan Buatan yang dilakukan setiap saat. Hal ini terjadi baik data pribadi individu diambil tanpa persetujuan individu tersebut atau tidak sadar. Tentunya menjadi perdebatan akan etika dari Kecerdasan Buatan mengakses data tersebut dan mengolahnya menjadi nilai bagi organisasi pencari keuntungan atau organisasi politik.

Rekomendasi penelitian selanjutnya adalah eksplorasi lebih lanjut mengenai tindakan yang harus dilakukan oleh perusahaan teknologi, organisasi swasta pencari keuntungan, masyarakat dan tentunya pihak pemerintah dalam merancang peraturan yang bisa menjaga data pribadi individu. Penelitian selanjutnya juga bisa mengeksplorasi dampak dari diambilnya data pribadi pada kesetaraan politik atau ekonomi pada masyarakat secara menyeluruh. Kesimpulannya, adanya wawasan akan bagaimana Kecerdasan Buatan mengambil dan menggunakan data pribadi dalam era masyarakat modern saat ini yang telah tergantung pada dukungan internet dalam kehidupan sehari-hari. Individu tidak sadar bahwa data pribadi mereka diambil sehingga perilaku akan mereka diketahui lalu direkam dan dianalisa untuk nantinya dijadikan analisa prediktif sehingga menjadi database yang bernilai, bagi suatu organisasi atau lainnya untuk mencapai tujuannya, baik itu secara ekonomi dengan memaksimalkan pendapatan atau politik atau tujuan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Hanafi. (1987). *Memasyarakat Ide- Ide Baru*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Alzaidi, Maram Saeed., Agag, Gomma. (2022). The Role of Trust and Privacy Concerns in Using Social Media Services: The Moderating Role of Covid-19. *Journal of Retailing and Consumer Services*. June, 2022.
- Cheng, Karen. (2023). The Artist vs The Algorithm – I Know Instagram Doesn't Like Long Videos, but I Wanted to Post This Talk. There Are Many Things About Social... I nstagram. Video. 21:55. Nov 10, 2023.
- Devianto, Yudo. (2020). *Kerangka Kerja Sistem Kecerdasan Buatan dalam Meningkatkan*

- Kompetensi Sumber Daya Manusia Indonesia. Incomtech Jurnal Telekomunikasi dan Komputer. April.
- Ghufron, M.A. (2018). Revolusi Industri 4.0: Tantangan, Peluang, dan Solusi Bagi Dunia Pendidikan. Seminar Nasional dan Diskusi Panel Multidisiplin Hasil Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat.
- Gutierrez, A., O'Leary, S., Rana, N.P., Dwivedi, Y.K., Calle, T. (2019). Using Privacy Calculus Theory to Explore Entrepreneurial Directions in Mobile Location-based Advertising: Identifying Intrusiveness as The Critical Risk Factor. *Compute. Human Behav.* 95(7),295- 306.
- Harwood, Tracy. Maltby, John., Ladiska, Elizabeta B.M. (2019). Role of Artificial (AI) Art in care of Ageing Society: Focus on Dementia. Lidsen Publishing, vol 3, issue 3. 2019.
- Haqqi, Halifa. Hasna Wijayanti. (2023). Menuju Industri 5.0 Bagaimana Teknologi Digital Mengubah Kehidupan di Era Disrupsi. Bantul: Anak Hebat Indonesia.
- Hendarsyah, Decky. (2019). E-Commerce di Era Industri 4.0 dan Society 5.0. *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*. Desember. Vol. 8, no 2:171-184.
- Jamaaluddin. Indah Sulistyowati. (2021). Buku Ajar Mata Kuliah Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence). Sidoarjo: UMSIDA Press.
- Karyadi, Bambang. (2023). Pemanfaatan Kecerdasan Buatan dalam Mendukung Pembelajaran Mandiri. *Educate: Jurnal Teknologi Pendidikan*. Vol.8, no 2, Juli 2023, hal. 253-258.
- Kemkominfo TV. Artificial Intelligence (AI). Youtube Video. 5:38. Juli 21, 2020. <https://www.youtube.com/watch?v=aZ0G9bJWTOQ>
- Khan, H. (2021). Types of AI, Different Types of Artificial Intelligence Systems. *AI*, 191. Pp1-13.
- Kotler, Philip. Dkk. (2021). *Marketing 5.0: Teknologi Untuk Kemanusiaan*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Mahendra, Gede Surya. Dkk. (2023). *Artificial Intelligence Tools Populer (Penerapan & Implementasi AI pada Dunia Kerja dan Industri)*. Jambi: Sonperdia Publishing Indonesia.
- Martin, K. (2016). Understanding Privacy Online: Development of Social Contract Approach to Privacy. *Journal of Business Ethics* (137:3). Pp. 551-569.
- Nicholas Berente, Bin Gu, Jan Recker, Radhika Santhanam. (2021). Managing Artificial Intelligence. *MIS Quarterly* Vol. 45. No. 3. pp 1433-1450. September 2021.
- Permana, Angga Aditya. Dkk. (2023). *Artificial Intelligence Marketing*. Padang: Get Press Indonesia.

- Rahardja, Untung. (2022). Masalah Etis dalam Penerapan Sistem Kecerdasan Buatan. *Technomedia journal*. Vol. 7, no 2. Oktober.
- Straubhaar dan Larose pada Straubhaar, Joseph dan LaRose, Robert, Lucinda Davenport. (2011).
- Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology. (7th edition). Wadsworth Thomson Learning, USA.
- Tjandrawinata, RR. (2016). Industry 4.0: Revolusi Industri Abad Ini dan Pengaruhnya pada Bidang Kesehatan dan Bioteknologi. Working Paper form DEXA Group. Februari 2016.
- Van Dijk, J. (2013). The Medium and The Medium: Digital Tools, Social Movement politics, and the end of the Free Rider Problem. *Policy and Internet*, 6(2),202-208.
- Wasko, Janet., Murdock, Graham., Sousa, Helena. (2011). Introduction: The Political Economy of Communications: Core Concerns and Issues. West Sussex, UK.