



ANALISA

May 24, 2026

Vol. 0002

Hasil Kajian Cepat Terhadap Isu Strategis Kekinian

The Reform Initiatives

Merupakan lembaga riset kebijakan yang bernaung di bawah PT Semesta Infomedia Indonesia, berkedudukan di Jakarta.

TRI fokus pada penelitian kebijakan terkait Ekonomi, Fiskal, Kesejahteraan Sosial, Desentralisasi, Lingkungan Hidup & Perubahan Iklim, Tata Kelola Kebijakan yang Baik, Politik & Elektoral, Penegakan Hukum, Ekonomi Digital, serta Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).



Dhimas Alif Utama

Research Associate -
The Reform Initiatives (TRI)

Dilema Ekonomi Perhatian dan Ancaman Degradasi Realitas Digital

Dulu, ruang Digital dipenuhi forum komunitas FJB (Kaskus), blog personal, dan percakapan di media sosial yang terasa “manusia.” Sekarang, banyak platform terasa seperti jalur distribusi algoritma—serba cepat, repetitif, dan mengejar engagement. Dalam konteks tersebut, Saya yang setiap hari menggunakan media sosial dan forum sebagai bagian dari pekerjaan, telah cukup sering bertemu dengan bot, ditambahi dengan maraknya AI generatif, dan otomatisasi kini memenuhi internet.

Kita bisa mencoba fasilitas layanan konsumen, yang sudah menjadi hal yang lumrah menggunakan bot menjadi mesin yang menjawab. Beberapa konsultasi dan obrolan berbasis suara juga sudah menggunakan kecerdasan buatan. Sesungguhnya teman bicara kita adalah mesin. Sekarang menjadi sangat jelas: internet bukan lagi hanya milik manusia. Manusia sekarang sudah menjadi minoritas sepenuhnya, meskipun masih ada jutaan komunitas aktif, kreator independen, forum kecil, dan percakapan nyata yang terus hidup setiap hari.

Salah satu pendiri Reddit Alexis Ohanian dalam sebuah panel Wall Street Journal pada bulan Juni 2025 mengatakan bahwa “Dead Internet Theory” (Teori Internet Mati), ia mengakui hal tersebut dianggap sebagai teori konspirasi satu dekade lalu tetapi sekarang “merupakan hal yang sangat nyata” karena maraknya bot di media sosial serta manusia yang menggunakan AI untuk membuat dan memperkuat konten.

Hal itu disoroti Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dalam hasil survei internet APJII 2025. Dari 8.700 responden yang disurvei, 27,34 persen menyatakan telah menggunakan AI. Angka ini naik dari tahun sebelumnya, yakni 24,73 persen.

Kelompok usia yang paling banyak menggunakan AI adalah generasi Z, yakni 43,7 persen, dan milenial sebanyak 22,3 persen. Konten AI paling sering mereka akses untuk edukasi dan pembelajaran, yakni 43,98 persen, meningkat signifikan dari tahun sebelumnya yang baru mencapai 21,84 persen. AI juga mereka gunakan untuk hiburan (29,52 persen), asisten virtual (13,48 persen), dan untuk produktivitas (12,37 persen).

Apakah Internet Benar-benar Mati?

Jawaban untuk internet apakah mati, ada pada ekonomi perhatian (attention economy). Dalam model ini, fokus pengguna diperebutkan untuk dimonetisasi melalui klik, suka, dan tayangan, di mana informasi melimpah namun perhatian menjadi terbatas. Konsep ini dicetuskan oleh peraih Nobel, Herbert A. Simon, pada tahun 1971, yang mengamati bahwa “kekayaan informasi menciptakan kemiskinan perhatian.

Dalam ekonomi ini, perhatian bukan hanya sumber daya; itu mata uang. Platform seperti Instagram, YouTube, dan TikTok ingin Anda berkunjung, tentu saja, tetapi yang lebih penting, mereka ingin Anda tinggal. Semakin lama Anda bertahan, semakin banyak iklan yang Anda lihat, dan semakin banyak uang yang mereka hasilkan. Ini semua tentang memonetisasi setiap detik fokus Anda.

Seiring dengan ledakan kecerdasan buatan generatif yang mampu memproduksi konten dalam skala industri hanya dalam hitungan detik. Media sosial yang dahulu menjadi ruang pertukaran ide antarindividu, kini dibanjiri oleh komentar, unggahan, dan interaksi artifisial yang dirancang untuk memanipulasi tren atau sekadar mengejar metrik keterlibatan. Ketika bot berinteraksi dengan bot lainnya, terciptalah sebuah ekosistem tertutup yang menciptakan ilusi popularitas dan konsensus, sementara suara manusia asli perlahan-lahan tenggelam dalam kebisingan Digital.

Menurut Imperva, pada 2024 bot menghasilkan sekitar 51 persen lalu lintas internet, pertama kalinya melampaui lalu lintas manusia. Kondisi ini merugikan pengiklan karena mereka membayar impresi atau klik yang sebenarnya tidak pernah dilihat manusia. Selain menyebabkan pemborosan anggaran, keberadaan bot juga membuat metrik pemasaran seperti jumlah tayangan, klik, dan keterlibatan menjadi tidak akurat.

Masalah ini semakin sulit ditangani karena ekosistem iklan digital sangat kompleks dan kini dipenuhi otomatisasi AI generatif (seperti chatbot, generator gambar, dan script video instan) membuat konten massal dengan kualitas cukup baik jadi sangat mudah diproduksi, yang memperkuat kesan bahwa internet dipenuhi makhluk buatan mesin.

Risiko Masa Depan: The Dark Age of Information

Perkembangan kecerdasan buatan generatif, deepfake, bot otomatis, dan sistem manipulasi digital telah menciptakan sebuah ancaman baru terhadap peradaban informasi modern. Jika tren ini terus berkembang tanpa kontrol yang memadai, dunia berpotensi memasuki sebuah fase yang dapat disebut sebagai The Dark Age of Information — era ketika manusia tidak lagi mampu membedakan mana informasi yang nyata dan mana yang palsu.

Indonesia sendiri sedang mengalami ledakan transformasi digital yang sangat besar. Berdasarkan publikasi “Statistik Telekomunikasi Indonesia 2024” dari Badan Pusat Statistik (BPS), sekitar 72,78% penduduk Indonesia berusia 5 tahun ke atas pernah mengakses internet pada 2024, naik dari 69,21% di 2023. Akses internet di perkotaan mencapai sekitar 79,13%, sedangkan di perdesaan sekitar 63,71%, menunjukkan perbedaan tingkat penetrasi antar-wilayah.

Data kepemilikan perangkat TIK menunjukkan bahwa sekitar 68,65% rumah tangga memiliki ponsel seluler pada 2024, naik dari 67,29% di 2023. Kepemilikan komputer rumah tangga juga naik tipis dari 18,06% pada 2023 menjadi 18,52% pada 2024. Dalam kurun 2014–2024, proporsi penduduk 5 tahun ke atas yang pernah mengakses internet melonjak dari sekitar 17,14% menjadi 72,78%, menandakan internet telah menjadi ruang utama masyarakat dalam mencari informasi, berkomunikasi, bekerja, hingga membentuk pandangan terhadap dunia.

Namun di tengah meningkatnya akses digital, kualitas dan kredibilitas informasi justru semakin dipertanyakan. Kehadiran kecerdasan buatan generatif membuat dunia digital memasuki fase yang jauh lebih kompleks. Hari ini, teknologi mampu menciptakan video palsu, suara sintesis, foto buatan AI, hingga artikel otomatis yang tampak sangat meyakinkan. Masalahnya bukan sekadar munculnya informasi palsu, tetapi mulai rusaknya konsep realitas itu sendiri.

Jika kondisi ini terus berlangsung, maka kita bisa memasuki era yang pantas disebut sebagai “The Dark Age of Information”, yaitu masa ketika manusia tidak lagi kekurangan informasi, tetapi justru tenggelam dalam banjir informasi yang tidak dapat dipercaya. Dalam situasi seperti itu, fakta kehilangan kekuatan, media kehilangan legitimasi, dan masyarakat berhenti peduli terhadap verifikasi.

Cara Menghadapi “Kiamat” Dunia Maya

Salah satu poin paling penting adalah mengurangi ketergantungan pada algoritma. Saat ini, banyak orang menerima informasi hanya dari apa yang muncul di timeline mereka. Akibatnya, cara pandang menjadi sempit karena algoritma cenderung menampilkan hal-hal yang sesuai dengan kebiasaan pengguna, bukan yang benar-benar penting atau beragam. Mencari informasi secara manual sebenarnya melatih rasa ingin tahu dan kemampuan berpikir kritis. Ini membuat manusia tetap aktif sebagai pencari pengetahuan, bukan sekadar konsumen konten pasif.

Menurut saya, bagian paling menarik adalah ajakan meninggalkan komentar personal untuk membuktikan bahwa penonton adalah manusia asli. Hal ini menunjukkan kekhawatiran baru di internet modern: sulit membedakan manusia dengan bot. Ironisnya, di era teknologi yang semakin canggih, justru hal paling berharga menjadi sesuatu yang paling sederhana — keaslian manusia itu sendiri.

Pada akhirnya, “kiamat” dunia maya mungkin bukan kehancuran internet, tetapi ketika manusia kehilangan kemampuan berpikir mandiri, berinteraksi nyata, dan menghargai kreativitas asli. Karena itu, solusi terbaik bukan meninggalkan teknologi, melainkan menggunakan teknologi tanpa kehilangan sisi kemanusiaan.

Pertanyaannya sekarang bukan lagi “apakah bot itu nyata?”, tetapi “apakah kita nyaman hanya menjadi penonton di dunia yang dulu kita ciptakan?”