

PROYEKSI PENGGUNAAN KECERDASAN ARTIFISIAL DALAM KAMPANYE POLITIK PEMILU 2029 DI INDONESIA: TRANSFORMASI KOMUNIKASI POLITIK, PERSONALISASI PESAN, DAN RISIKO MANIPULASI DIGITAL

Rendy¹, Muhammad Kurnia², Arief Hidayat³

^{1,3}Departemen Ilmu Politik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
 Universitas Bangka Belitung, Indonesia

²Fakultas Hukum, Universitas Bangka Belitung, Indonesia

Email: ¹rendy@ubb.ac.id, ²muhammadkurnia@ubb.ac.id, ³arief_hidayat@ubb.ac.id

Submitted: 08-09-2026; Accepted: 06-10-2026; Published :07-10-2026

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis secara prospektif penggunaan kecerdasan artifisial (artificial intelligence/AI) dalam kampanye politik Pemilu 2029 di Indonesia berdasarkan pengalaman Pemilu 2024, perkembangan generative AI, dan penelitian komunikasi politik digital. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif-prospektif melalui studi kepustakaan dan analisis skenario. Data diperoleh dari artikel jurnal ilmiah, penelitian tentang AI dan pemilu, dokumen kebijakan, serta kajian mengenai penggunaan AI dalam kampanye Pemilu 2024. Analisis difokuskan pada lima fungsi AI, yaitu produksi konten sintetis, personalisasi dan microtargeting, analitik pemilih, otomatisasi interaksi, serta verifikasi dan kontra-disinformasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada Pemilu 2029 AI berpotensi berkembang dari alat produksi konten menjadi infrastruktur komunikasi kampanye yang mengintegrasikan data pemilih, produksi pesan, distribusi, interaksi, dan evaluasi respons publik. Penggunaan tersebut dapat meningkatkan efisiensi, memperluas jangkauan, dan mempercepat respons kandidat terhadap isu politik. Penggunaan AI juga berisiko meningkatkan *deepfake*, manipulasi pesan, bot politik, fragmentasi ruang publik, dan erosi kepercayaan. Penelitian ini menawarkan model proyeksi AI-kampanye 2029 yang menekankan transparansi, pengawasan manusia, pelabelan konten sintetis, perlindungan data, audit algoritmik, dan literasi AI sebagai dasar penggunaan AI yang bertanggung jawab dalam demokrasi.

Kata kunci: kecerdasan artifisial; kampanye politik; Pemilu 2029; komunikasi politik; demokrasi digital

This study prospectively examines the potential use of artificial intelligence (AI) in political campaigns for the 2029 Indonesian General Election, drawing on experiences from the 2024 election, advances in generative AI, and recent research on digital political communication. The study employs a qualitative-prospective approach through literature review and scenario analysis. Data were obtained from scholarly articles, studies on AI and elections, policy documents, and research on AI use in the 2024 Indonesian election campaign. The analysis focuses on five AI functions: synthetic content production, personalization and microtargeting, voter analytics, automated interaction, and verification and counter-disinformation. The findings suggest that by 2029, AI may evolve from a content production tool into campaign communication infrastructure integrating voter data, message production, distribution, interaction, and public response evaluation. These applications may improve campaign efficiency, expand political outreach, and accelerate candidates' responses to emerging issues. However, AI also presents risks, including deepfakes, political manipulation, automated propaganda, public sphere fragmentation, and declining public trust. This study proposes an AI-campaign projection model emphasizing transparency, human oversight, synthetic content labeling, data protection, algorithmic auditing, and AI literacy. These principles are essential to ensure that AI development supports effective political communication while maintaining electoral integrity, public accountability, and democratic values in Indonesia.

Keywords: artificial intelligence; political campaigns; 2029 General Election; political communication; digital democracy.

PENDAHULUAN

Perubahan teknologi komunikasi politik tidak lagi bergerak hanya dari media cetak menuju media digital, tetapi memasuki tahap ketika mesin dapat membantu memproduksi, memodifikasi, menguji, menyebarkan, dan mengevaluasi pesan politik. Kecerdasan artifisial (artificial intelligence/AI) menjadi salah satu teknologi yang paling penting dalam perubahan tersebut. Kemampuan model generatif untuk menghasilkan teks, gambar, suara, video, dan percakapan sintesis membuat batas antara produksi komunikasi oleh manusia dan produksi komunikasi oleh mesin semakin tipis. Perubahan ini penting bagi studi politik karena kampanye pada dasarnya merupakan proses perebutan perhatian, pembentukan citra, penyusunan agenda, persuasi, dan mobilisasi pemilih. AI berpotensi mengintegrasikan seluruh proses tersebut ke dalam satu ekosistem komunikasi yang jauh lebih cepat daripada pola kampanye konvensional.

Pemilu 2024 memberikan titik awal empiris yang penting bagi proyeksi tersebut. Arifin (2025) menunjukkan bahwa AI dalam komunikasi politik Indonesia telah digunakan untuk produksi konten visual dan narasi, pembentukan daya tarik emosional, chatbot, analisis data pemilih, serta penyebaran pesan yang dipersonalisasi. Penggunaan gambar bergaya tiga dimensi dan avatar politik menunjukkan bahwa AI bukan lagi sekadar perangkat eksperimental, melainkan telah menjadi bagian dari estetika kampanye. Kajian lain mengenai kampanye presiden Indonesia 2024 juga menunjukkan bahwa AI dan konten digital imajinatif digunakan dalam konstruksi pesan, pembentukan citra, pemilihan kanal komunikasi, dan segmentasi audiens (Waty, 2025). Temuan tersebut menegaskan bahwa Pemilu 2024 dapat dibaca sebagai fase awal normalisasi AI dalam komunikasi politik Indonesia, bukan sebagai titik akhir perkembangan teknologi.

Fenomena tersebut sejalan dengan perkembangan global. Penelitian tentang penggunaan generative AI pada pemilu 2024 di berbagai negara memperlihatkan bahwa teknologi ini digunakan dalam bentuk yang beragam, dari produksi konten kreatif sampai praktik yang berpotensi mengganggu integritas informasi (Gulbrandsen et al.,

2026). Kajian mengenai deepfake dalam kampanye pemilu juga memperlihatkan bahwa persoalan utama bukan semata-mata apakah publik tertipu, tetapi apakah paparan terhadap konten sintesis menciptakan ketidakpastian mengenai apa yang benar dan salah (Vaccari & Chadwick, 2020). Ketidakpastian tersebut dapat menurunkan kepercayaan terhadap informasi politik. Dengan demikian, dampak AI terhadap demokrasi tidak hanya bekerja melalui kebohongan yang berhasil dipercaya, tetapi juga melalui kondisi ketika masyarakat semakin sulit menentukan sumber kebenaran.

Perkembangan teknologi sampai 2026 membuat proyeksi untuk Pemilu 2029 menjadi relevan. Bawaslu bahkan telah menempatkan deepfake dan AI sebagai salah satu tantangan yang perlu diperhatikan dalam menghadapi Pemilu 2029. Kekhawatiran tersebut dalam kacamata kelembagaan berangkat dari kemungkinan kombinasi AI, *machine learning*, dan algoritma media sosial digunakan untuk kampanye hitam, disinformasi, polarisasi, dan manipulasi persepsi pemilih secara masif (Ayudia, 2026). Pada saat yang sama, pemerintah Indonesia telah menerbitkan Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 9 Tahun 2023 tentang Etika Kecerdasan Artifisial yang memuat prinsip inklusivitas, kemanusiaan, keamanan, aksesibilitas, transparansi, kredibilitas dan akuntabilitas, perlindungan data pribadi, keberlanjutan, dan kekayaan intelektual (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2023). Kehadiran pedoman etika tersebut menunjukkan bahwa tata kelola AI telah menjadi agenda kebijakan, meskipun konteks kampanye politik memerlukan aturan yang lebih spesifik.

AI secara teoritik tidak seharusnya dipahami hanya sebagai alat komunikasi baru. AI mengubah struktur produksi pesan politik. Sebuah pesan dalam kampanye diproduksi oleh tim, diuji melalui survei atau kelompok sasaran, kemudian disebarluaskan melalui media. Proses tersebut dalam ekosistem AI dapat berlangsung secara siklik: data dikumpulkan, model mengidentifikasi pola, sistem menghasilkan beberapa varian pesan, platform mendistribusikan varian tersebut, respons pengguna direkam, lalu sistem

menghasilkan pesan berikutnya. Oleh sebab itulah, AI berpotensi mengubah kampanye dari komunikasi massal menuju komunikasi adaptif. Jungherr (2023) menekankan bahwa AI memiliki potensi untuk memengaruhi demokrasi, tetapi prediksi perilaku pemilih individual tetap memiliki keterbatasan. Penekanan ini mendasarkan pada prinsip bahwa analitik tidak boleh diperlakukan sebagai kemampuan membaca pikiran pemilih secara sempurna.

Literatur mengenai komunikasi politik digital juga menunjukkan bahwa perubahan teknologi tidak selalu menghasilkan demokrasi yang lebih baik. Teknologi dapat meningkatkan efisiensi komunikasi, tetapi pada saat yang sama memperluas peluang manipulasi informasi, disinformasi, polarisasi, dan segmentasi audiens yang sulit diamati oleh publik (López-López et al., 2023). Teknologi dalam *microtargeting* memungkinkan aktor politik memfokuskan sumber daya pada kelompok atau wilayah tertentu sehingga biaya kampanye dapat ditekan dan peluang persuasi dapat ditingkatkan (Madsen et al., 2020). Masalah demokratis muncul ketika personalisasi pesan membuat warga yang berbeda menerima gambaran politik yang berbeda pula, sementara mereka tidak memiliki akses untuk mengetahui pesan apa yang ditujukan kepada kelompok lain.

State of the art penelitian Indonesia sampai saat ini masih dominan mendeskripsikan bagaimana AI muncul dalam kampanye Pemilu 2024. Arifin (2025), misalnya, menempatkan AI sebagai alat produksi konten, komunikasi, analitik, dan pembentukan opini. Waty (2025) memfokuskan perhatian pada penggunaan AI dan *digital imaginary contents* dalam kampanye tiga pasangan calon. Sementara itu, Rahman et al. (2023) membahas hubungan AI dengan prinsip-prinsip pemilu dan urgensi regulasi. Penelitian-penelitian tersebut penting, tetapi masih terdapat ruang penelitian mengenai bagaimana pengalaman 2024 dapat digunakan untuk membangun proyeksi sistematis mengenai bentuk kampanye AI pada 2029. Potensi *gap* penelitian bukan sekadar kurangnya pembahasan tentang AI, melainkan belum cukup banyak kajian yang menghubungkan pengalaman empiris 2024 dengan skenario teknologi dan tata kelola kampanye 2029.

Kebaruan artikel ini terletak pada penyusunan model proyeksi penggunaan AI dalam kampanye Pemilu 2029 yang memandang AI sebagai infrastruktur komunikasi, bukan hanya generator konten. Model tersebut menghubungkan lima fungsi: produksi konten sintesis, analitik dan segmentasi pemilih, personalisasi pesan, otomatisasi interaksi, serta verifikasi dan kontra-disinformasi. Artikel juga membedakan proyeksi yang bersifat probabilistik dari klaim empiris. Karena Pemilu 2029 belum berlangsung, penelitian ini tidak mengklaim bahwa bentuk penggunaan tertentu pasti terjadi; yang dilakukan adalah mengidentifikasi kemungkinan yang paling masuk akal berdasarkan perkembangan teknologi dan bukti empiris yang telah tersedia.

Permasalahan penelitian dalam artikel ini dirumuskan dalam tiga pertanyaan. Pertama, bagaimana pengalaman penggunaan AI dalam komunikasi politik Pemilu 2024 dapat menjadi dasar proyeksi kampanye Pemilu 2029? Kedua, bentuk penggunaan AI apa yang paling mungkin berkembang dalam kampanye 2029 dan bagaimana perubahan tersebut dapat memengaruhi komunikasi politik? Ketiga, risiko demokratis apa yang perlu diantisipasi dan mekanisme tata kelola apa yang relevan untuk memastikan penggunaan AI tetap transparan, adil, dan akuntabel? Tujuan penelitian ini adalah membangun proyeksi ilmiah mengenai penggunaan AI dalam kampanye politik Pemilu 2029 di Indonesia serta merumuskan implikasi tata kelolanya bagi aktor politik, penyelenggara pemilu, platform digital, media, dan pemilih.

METODE

Penelitian ini menggunakan desain kualitatif-prospektif yang menggabungkan studi kepustakaan, sintesis tematik, dan analisis skenario. Desain prospektif dipilih karena penggunaan kecerdasan artifisial dalam kampanye Pemilu 2029 belum dapat diamati secara empiris. Penelitian ini tidak dimaksudkan untuk memprediksi hasil pemilu atau perilaku pemilih secara individual, melainkan menyusun proyeksi berbasis bukti mengenai kemungkinan perkembangan penggunaan kecerdasan artifisial dalam kampanye politik. Proyeksi dibangun dengan menghubungkan

pengalaman penggunaan kecerdasan artifisial pada Pemilu 2024, perkembangan teknologi hingga 2026, serta temuan penelitian mengenai kecerdasan artifisial, komunikasi politik digital, dan demokrasi. Pengumpulan data dilakukan melalui Google Scholar dengan menggunakan kata kunci dalam bahasa Indonesia, yaitu “kecerdasan artifisial”, “kecerdasan buatan”, “kampanye politik”, “pemilu”, “komunikasi politik digital”, “disinformasi”, “video atau gambar palsu berbasis kecerdasan artifisial”, “penargetan mikro”, “demokrasi digital”, “kecerdasan artifisial dan pemilu”, serta “kecerdasan artifisial dalam kampanye politik”. Penelusuran dibatasi pada publikasi tiga tahun terakhir (2024–2026) untuk memperoleh kajian yang relevan dengan perkembangan teknologi mutakhir. Dari penelusuran awal diperoleh sekitar 50 dokumen yang berkaitan dengan topik penelitian. Selanjutnya dilakukan penyaringan berdasarkan relevansi topik, kualitas akademik, keterkaitan dengan pemilu atau komunikasi politik, serta kontribusinya terhadap tujuan penelitian. Setelah proses seleksi, ditetapkan 10 dokumen sebagai sumber utama yang dianalisis secara mendalam. Kriteria inklusi meliputi publikasi akademik yang membahas kecerdasan artifisial dalam komunikasi politik, kampanye, pemilu, manipulasi media berbasis kecerdasan artifisial, penargetan mikro, disinformasi, atau demokrasi digital; penelitian yang memberikan bukti empiris mengenai penggunaan kecerdasan artifisial dalam Pemilu 2024; serta kajian yang memberikan gambaran mengenai perkembangan teknologi dan implikasinya terhadap politik. Literatur yang tidak berkaitan langsung dengan politik dan pemilu, bersifat populer, atau tidak memberikan kontribusi konseptual maupun empiris dikeluarkan dari analisis.

Sumber data dibagi menjadi empat kelompok. Pertama, artikel ilmiah *peer-reviewed* mengenai AI, komunikasi politik, pemilu, *deepfake*, *microtargeting*, disinformasi, dan demokrasi digital. Kedua, artikel penelitian Indonesia yang secara khusus membahas penggunaan AI dalam Pemilu 2024, terutama Arifin (2025) dan Waty (2025). Ketiga, dokumen kebijakan dan regulasi Indonesia mengenai etika AI

dan tantangan AI dalam Pemilu 2029. Keempat, publikasi konseptual dan kajian empiris internasional yang digunakan untuk membandingkan perkembangan Indonesia dengan pengalaman negara lain. Literatur rujukan utama diprioritaskan pada publikasi 2016–2026, dengan penekanan pada sumber primer dan artikel jurnal.

Prosedur analisis dilakukan dalam empat tahap. Tahap pertama adalah pemetaan fungsi AI yang telah teridentifikasi dalam kampanye 2024 dan dalam literatur internasional. Tahap kedua adalah identifikasi arah perkembangan teknologi yang memungkinkan fungsi tersebut menjadi lebih terintegrasi pada 2029. Tahap ketiga adalah penyusunan skenario penggunaan AI dengan mempertimbangkan manfaat, aktor pengguna, bentuk media, serta risiko demokratis. Tahap keempat adalah analisis tata kelola dengan membandingkan kebutuhan perlindungan demokrasi dengan prinsip etika AI Indonesia. Teknik analisis yang digunakan adalah *thematic synthesis*, yaitu mengelompokkan temuan literatur ke dalam tema-tema yang memiliki hubungan konseptual.

Validitas argumentasi diperkuat melalui triangulasi sumber. Temuan dari artikel rujukan Indonesia dibandingkan dengan penelitian empiris internasional, dokumen pemerintah, dan penelitian konseptual mengenai AI dan demokrasi. Batasan penelitian perlu ditegaskan: artikel ini bukan prediksi statistik mengenai hasil Pemilu 2029 dan tidak mengklaim dapat memperkirakan perilaku pemilih secara individual. Istilah proyeksi dalam penelitian ini merujuk pada skenario berbasis bukti dan bukan ramalan elektoral. Karena itu, setiap kemungkinan penggunaan AI harus dibaca sebagai hipotesis perkembangan yang dapat diuji melalui penelitian lapangan ketika tahapan Pemilu 2029 mulai berlangsung.

Analisis dilakukan melalui sintesis tematik dengan membaca dan mengodekan 10 dokumen terpilih berdasarkan fungsi, bentuk penggunaan, tujuan, aktor, media, manfaat, dan risiko kecerdasan artifisial dalam komunikasi politik. Hasil pengodean kemudian dikelompokkan ke dalam lima fungsi utama, yaitu produksi konten sintesis, personalisasi dan penargetan mikro, analisis pemilih, interaksi otomatis, serta verifikasi

dan penanggulangan disinformasi. Tahap ini digunakan untuk mengidentifikasi pola penggunaan kecerdasan artifisial yang telah muncul dalam Pemilu 2024 sekaligus melihat kecenderungan perkembangannya. Selanjutnya, analisis skenario digunakan untuk mentransformasikan temuan tersebut menjadi proyeksi penggunaan kecerdasan artifisial pada Pemilu 2029. Proyeksi dibangun berdasarkan empat kriteria, yaitu keberlanjutan, yang melihat kemungkinan berlanjutnya penggunaan yang telah muncul; kelayakan teknologi, yang mempertimbangkan perkembangan dan kesiapan teknologi; manfaat politik, yang melihat kegunaan strategis kecerdasan artifisial bagi komunikasi kampanye; dan risiko demokratis, yang mempertimbangkan kemungkinan manipulasi, disinformasi, pelanggaran privasi, fragmentasi ruang publik, serta penurunan kepercayaan masyarakat. Keempat kriteria tersebut menjadi dasar untuk membedakan penggunaan kecerdasan artifisial yang berpotensi berlanjut, berkembang, dan semakin terintegrasi pada Pemilu 2029.

Temuan mengenai Pemilu 2024 digunakan sebagai dasar empiris, bukan sebagai dasar untuk menyatakan bahwa pola penggunaan kecerdasan artifisial yang sama pasti terjadi pada 2029. Proyeksi dibentuk melalui ekstrapolasi terbatas berbasis bukti, yaitu dengan mempertimbangkan hubungan antara pengalaman empiris, perkembangan teknologi, dan kebutuhan strategis komunikasi politik. Semakin kuat hubungan ketiga aspek tersebut, semakin kuat pula dasar suatu proyeksi. Sebaliknya, penggunaan kecerdasan artifisial yang masih bersifat spekulatif tidak ditempatkan sebagai kecenderungan utama, tetapi sebagai kemungkinan yang memerlukan pengujian lebih lanjut.

Untuk memperkuat argumentasi, temuan dari 10 dokumen dibandingkan berdasarkan persamaan, perbedaan, dan kecenderungan yang muncul, khususnya antara penelitian mengenai Pemilu 2024 di Indonesia dan kajian mengenai perkembangan kecerdasan artifisial dalam politik. Analisis juga mempertimbangkan aspek tata kelola, meliputi transparansi penggunaan kecerdasan artifisial, pengawasan manusia, pelabelan konten sintesis, perlindungan data pribadi, akuntabilitas, dan literasi

kecerdasan artifisial. Dengan pendekatan tersebut, penelitian tidak hanya mengidentifikasi apa yang mungkin dilakukan kecerdasan artifisial dalam kampanye 2029, tetapi juga mempertimbangkan kondisi yang diperlukan agar penggunaannya tetap sejalan dengan prinsip demokrasi.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya menggunakan literatur yang diperoleh melalui Google Scholar dan berfokus pada 10 dokumen terpilih. Oleh karena itu, hasil penelitian tidak dimaksudkan sebagai prediksi statistik, melainkan sebagai proyeksi berbasis bukti dan skenario yang dapat diuji kembali melalui penelitian empiris ketika tahapan Pemilu 2029 berlangsung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemilu 2024 sebagai Dasar Proyeksi Kecerdasan Artifisial untuk Pemilu 2029

Pengalaman Pemilu 2024 memperlihatkan bahwa kecerdasan artifisial mulai memasuki komunikasi politik Indonesia terutama melalui ranah visual. Konten yang dihasilkan melalui *image generator* memungkinkan kandidat dan tim kampanye menghadirkan citra yang lebih ringan, dekat, imajinatif, dan mudah disebarkan melalui media sosial. Arifin (2025) menunjukkan bahwa penggunaan kecerdasan artifisial dalam kampanye 2024 tidak berhenti pada aspek estetika, tetapi berkaitan dengan strategi membangun persepsi dan keterlibatan publik. Perubahan ini penting karena citra politik semakin diproduksi dalam format yang mengikuti logika platform digital: singkat, visual, emosional, mudah dipahami, dan mudah dibagikan. Temuan tersebut menjadi dasar empiris pertama untuk membaca kemungkinan perkembangan penggunaan kecerdasan artifisial pada Pemilu 2029. Namun, temuan tersebut tidak serta-merta menunjukkan bahwa pola penggunaan yang sama akan berlanjut dalam bentuk yang identik. Proyeksi dibangun dengan melihat kesinambungan antara pengalaman Pemilu 2024, perkembangan kemampuan teknologi, dan kebutuhan strategis komunikasi politik. Dengan demikian, Pemilu 2024 ditempatkan sebagai titik awal atau *baseline*, bukan sebagai cetak biru Pemilu 2029.

Baseline kedua adalah munculnya fungsi analitik. Kecerdasan artifisial dapat membantu mengolah data sosial, demografis, percakapan digital, dan respons publik untuk menemukan pola yang sulit diidentifikasi secara manual. Arifin (2025) mencatat penggunaan kecerdasan artifisial untuk analisis data dalam jumlah besar dan personalisasi pesan, sedangkan penelitian mengenai kampanye berbasis teknologi menunjukkan bahwa kemampuan penargetan dapat memengaruhi cara aktor politik mengalokasikan sumber daya kampanye (Madsen et al., 2020). Namun, peningkatan kemampuan komputasional tidak otomatis menghasilkan pengetahuan politik yang akurat. Tufekci (2014) mengingatkan bahwa data media sosial memiliki persoalan representativitas, validitas, dan konteks. Ruang digital hanya merepresentasikan sebagian masyarakat dan tidak selalu mencerminkan preferensi politik seluruh pemilih.

Baseline ketiga adalah otomasi interaksi. Teknologi berbasis kecerdasan artifisial memungkinkan penyampaian informasi kepada pemilih dalam skala yang lebih besar. Chatbot dapat digunakan untuk menjawab pertanyaan yang berulang, menjelaskan program, dan mengarahkan pengguna kepada informasi resmi. Meskipun bukti mengenai penggunaan agen percakapan politik yang sangat adaptif pada Pemilu 2024 masih terbatas, perkembangan teknologi tersebut memberikan dasar untuk mempertimbangkan kemungkinan perluasan fungsi komunikasi pada 2029. Agen percakapan politik berpotensi tidak hanya menjawab pertanyaan umum, tetapi juga menyesuaikan gaya bahasa berdasarkan konteks pengguna, bahasa daerah, isu lokal, dan riwayat interaksi. Perkembangan tersebut dapat memperpendek jarak komunikasi antara kandidat dan pemilih, tetapi sekaligus menimbulkan pertanyaan mengenai keterbukaan identitas mesin, data yang direkam, dan sejauh mana jawaban sistem benar-benar merepresentasikan posisi kandidat.

Baseline keempat berkaitan dengan meningkatnya ancaman media sintesis. Teknologi generatif memungkinkan manipulasi suara, wajah, ekspresi, foto, video, subtitle, dan konteks visual dengan biaya yang semakin rendah. *Deepfake* tidak

selalu hadir dalam bentuk video palsu yang spektakuler. Perubahan pada bagian tertentu dari sebuah materi dapat membuat konteks aslinya menjadi sulit dikenali. Vaccari dan Chadwick (2020) menunjukkan bahwa dampak *deepfake* dapat bekerja melalui peningkatan ketidakpastian dan penurunan kepercayaan terhadap informasi di media sosial. Sementara itu, Labuz dan Nehring (2024) mengingatkan agar pembahasan mengenai *deepfake* tidak terjebak pada narasi berlebihan seolah-olah seluruh teknologi sintesis secara otomatis menghasilkan kehancuran ruang informasi.

Keempat baseline tersebut menjadi dasar empiris bagi penyusunan proyeksi, tetapi bukan bukti bahwa penggunaan kecerdasan artifisial tertentu pasti akan terjadi pada 2029. Proyeksi dalam penelitian ini dibangun melalui ekstrapolasi terbatas berbasis bukti, dengan memperhatikan tiga unsur: penggunaan yang telah muncul, perkembangan kemampuan teknologi, dan kebutuhan strategis komunikasi politik. Semakin kuat hubungan ketiga unsur tersebut, semakin kuat dasar suatu proyeksi. Sebaliknya, kemungkinan yang masih sangat bergantung pada perkembangan teknologi atau perilaku politik yang belum teruji ditempatkan pada tingkat ketidakpastian yang lebih tinggi.

Proyeksi Pertama: Kecerdasan Artifisial sebagai Mesin Produksi Konten Kampanye

Dasar empiris proyeksi pertama berasal dari penggunaan kecerdasan artifisial untuk menghasilkan visual politik pada Pemilu 2024. Arifin (2025) menunjukkan bahwa teknologi tersebut digunakan bukan hanya untuk menghasilkan tampilan visual, tetapi juga untuk membangun citra dan keterlibatan publik. Temuan ini menunjukkan bahwa kecerdasan artifisial telah mulai bergeser dari teknologi yang bersifat eksperimental menjadi alat pendukung komunikasi politik.

Sejak Pemilu 2024, teknologi generatif berkembang menuju kemampuan menghasilkan berbagai bentuk konten secara lebih terpadu. Teks, gambar, suara, dan video dapat diproduksi atau dimodifikasi melalui sistem yang semakin mudah digunakan. Mekanisme perubahan terutama terletak pada berkurangnya waktu, biaya,

dan keterampilan teknis yang diperlukan untuk menghasilkan konten dalam jumlah besar. Berdasarkan kesinambungan tersebut, kecerdasan artifisial berpotensi berkembang dari alat bantu desain menjadi mesin produksi konten kampanye multi-format. Satu gagasan politik dapat dikembangkan menjadi naskah, gambar, video pendek, suara, keterangan gambar, dan variasi bahasa yang disesuaikan dengan karakteristik platform. Video vertikal dapat diarahkan untuk TikTok atau Reels, penjelasan lebih panjang untuk YouTube, sedangkan pesan singkat dapat disebarluaskan melalui WhatsApp.

Perubahan ini berpotensi mengurangi biaya produksi sekaligus mempercepat siklus komunikasi. Kandidat dan tim kampanye tidak lagi harus menunggu waktu lama untuk memproduksi materi dalam jumlah besar. Namun, proyeksi ini tidak berarti bahwa seluruh kampanye pada 2029 akan diproduksi oleh kecerdasan artifisial. Yang lebih mungkin adalah teknologi tersebut menjadi bagian rutin dari proses produksi kampanye. Kecepatan produksi sekaligus dapat menghasilkan kejenuhan informasi. Jika setiap tim kampanye mampu menghasilkan ribuan materi dalam waktu singkat, perhatian publik menjadi sumber daya yang semakin langka. Kecerdasan artifisial kemudian berpotensi berkembang bukan hanya sebagai pembangkit konten, tetapi juga sebagai alat untuk mengoptimalkan perhatian. Sistem dapat digunakan untuk menguji berbagai judul, visual, gaya bahasa, atau karakter kandidat dan kemudian meningkatkan produksi terhadap format yang menghasilkan keterlibatan paling tinggi.

Persoalannya, konten yang paling menarik belum tentu konten yang paling informatif. Jika keberhasilan komunikasi terutama diukur melalui jumlah klik, durasi tontonan, komentar, atau penyebaran, sistem dapat memberikan insentif terhadap pesan yang membangkitkan kemarahan, ketakutan, atau kebanggaan kelompok. Kecerdasan artifisial dengan demikian berpotensi menggeser orientasi komunikasi politik dari deliberasi menuju stimulasi emosi. Karena itu, kualitas kampanye berbasis kecerdasan artifisial tidak seharusnya hanya dinilai berdasarkan

engagement, tetapi juga akurasi informasi, transparansi sumber, dan kemampuan pemilih memperoleh informasi programatik. Proyeksi ini memiliki dasar evidensi relatif kuat karena berangkat dari penggunaan kecerdasan artifisial dalam produksi visual pada Pemilu 2024 dan didukung perkembangan teknologi generatif. Ketidakpastian terutama terletak pada skala penggunaan dan bentuk platform yang dominan pada 2029.

Proyeksi Kedua: Personalisasi Pesan dan Penargetan Mikro

Dasar proyeksi kedua berasal dari penggunaan data dan kecerdasan artifisial untuk memahami pemilih serta melakukan personalisasi pesan. Arifin (2025) mencatat penggunaan kecerdasan artifisial untuk analisis data dalam jumlah besar dan personalisasi komunikasi, sedangkan Madsen et al. (2020) menunjukkan bahwa teknologi penargetan dapat meningkatkan efisiensi alokasi sumber daya kampanye. Perkembangan kemampuan pengolahan data memungkinkan informasi mengenai karakteristik kelompok, respons terhadap isu, dan pola interaksi digital digunakan untuk menyesuaikan pesan. Jika sebelumnya penargetan terutama berkaitan dengan siapa yang menerima pesan, perkembangan kecerdasan artifisial generatif membuka kemungkinan penyesuaian terhadap isi pesan itu sendiri.

Pada 2029, kecerdasan artifisial berpotensi membantu menghasilkan pesan yang berbeda untuk kelompok pemilih yang berbeda. Pemilih muda perkotaan, misalnya, dapat memperoleh pesan mengenai lapangan kerja digital dengan gaya bahasa informal, sementara petani dapat menerima pesan mengenai harga komoditas dan infrastruktur. Masyarakat di wilayah kepulauan dapat memperoleh pesan yang menekankan konektivitas dan transportasi. Contoh tersebut merupakan ilustrasi mekanisme personalisasi, bukan prediksi bahwa bentuk pesan tersebut pasti digunakan. Dasar proyeksinya terletak pada kesinambungan antara kemampuan analitik yang telah berkembang dan kemampuan generatif yang memungkinkan penyesuaian pesan secara lebih cepat. Personalisasi dapat meningkatkan relevansi komunikasi, tetapi juga berpotensi berubah menjadi manipulasi

apabila digunakan untuk mengeksploitasi ketakutan, prasangka, atau kerentanan tertentu. Persoalan lain adalah ketertutupan komunikasi politik. Poster kampanye konvensional yang dipasang di ruang publik dapat dilihat oleh masyarakat luas. Sebaliknya, pesan yang dipersonalisasi melalui platform digital dapat hanya terlihat oleh kelompok penerima tertentu. Kondisi ini menyulitkan jurnalis, pesaing politik, dan masyarakat sipil untuk memeriksa konsistensi klaim politik.

Transparansi iklan politik, pengungkapan sumber pesan, perpustakaan iklan, perlindungan data, dan audit independen menjadi semakin penting. Jungherr (2023) mengingatkan bahwa kecerdasan artifisial tidak dapat dipahami sebagai mesin yang mampu memprediksi pilihan politik individu secara sempurna. Preferensi politik tetap dipengaruhi oleh konteks, pengalaman, isu, identitas, dan perubahan situasional. Dengan demikian, proyeksi ini tidak menyimpulkan bahwa kecerdasan artifisial akan mampu menentukan siapa yang pasti memilih kandidat tertentu. Yang lebih mungkin adalah teknologi membantu tim kampanye memperkirakan kelompok yang responsif terhadap tema tertentu dan mengoptimalkan distribusi pesan. Dasar proyeksi cukup kuat karena analisis data dan personalisasi telah menjadi bagian dari perkembangan komunikasi politik digital. Namun, tingkat personalisasi pada 2029 sangat bergantung pada ketersediaan data, kebijakan platform, regulasi, dan penerimaan masyarakat.

Proyeksi Ketiga: Agen Percakapan Politik dan Kandidat Virtual

Dasar empiris proyeksi ini lebih terbatas dibandingkan dua proyeksi sebelumnya. Pemilu 2024 menunjukkan berkembangnya otomasi komunikasi dan kemungkinan penggunaan teknologi untuk memperluas interaksi dengan pemilih, tetapi bukti mengenai agen percakapan politik yang mampu beradaptasi secara kompleks masih terbatas. Karena itu, proyeksi ini ditempatkan pada tingkat ketidakpastian yang lebih tinggi. Perkembangan model bahasa, teknologi sintesis suara, dan avatar digital membuat interaksi antara manusia dan mesin semakin menyerupai percakapan biasa. Jika kemampuan tersebut bertemu

dengan kebutuhan kampanye untuk melayani pemilih dalam jumlah besar, fungsi sistem percakapan dapat berkembang dari sekadar menjawab pertanyaan rutin menjadi agen yang membantu menjelaskan program, mengarahkan pengguna ke sumber resmi, dan mengelompokkan aspirasi masyarakat.

Pada 2029, chatbot kampanye berpotensi berkembang menjadi agen percakapan politik yang lebih kompleks. Sistem dapat menjelaskan kebijakan dalam bahasa sederhana, menjawab pertanyaan berulang, mengarahkan pengguna ke sumber resmi, serta mengelompokkan pertanyaan publik berdasarkan tema, wilayah, dan urgensi. Jika dipadukan dengan teknologi sintesis suara, interaksi dapat dilakukan melalui suara. Jika dipadukan dengan avatar digital, kandidat virtual dapat tampil sebagai representasi digital kandidat. Namun, kedua perkembangan tersebut harus dibedakan tingkat kepastiannya. Penggunaan agen percakapan memiliki dasar teknologi yang lebih dekat dengan perkembangan saat ini, sedangkan kandidat virtual sebagai representasi politik masih memiliki jarak inferensi yang lebih jauh. Kandidat virtual karena itu lebih tepat ditempatkan sebagai kemungkinan perkembangan, bukan kecenderungan yang telah terbukti.

Persoalan utama berkaitan dengan representasi dan tanggung jawab. Jika agen percakapan memberikan informasi yang keliru, siapa yang bertanggung jawab? Bagaimana jika sistem menghasilkan pernyataan yang tidak pernah disampaikan kandidat? Apakah pengguna mengetahui bahwa mereka sedang berinteraksi dengan mesin? Pertanyaan tersebut menunjukkan pentingnya pengawasan manusia, keterbukaan identitas sistem, pencatatan interaksi, dan mekanisme koreksi. Di sisi lain, teknologi ini dapat membuka peluang komunikasi dua arah. AI tidak hanya menjadi alat penyebaran pesan dari atas ke bawah, tetapi juga dapat membantu mengagregasi aspirasi dari bawah ke atas. Kampanye dapat menggunakan sistem percakapan sebagai teknologi untuk mendengarkan masyarakat. Manfaat tersebut hanya dapat terjadi apabila data percakapan dikelola secara transparan dan tidak digunakan secara diam-diam untuk membuat profil politik individu. Dasar

teknologinya semakin kuat, tetapi bukti empiris mengenai penggunaan agen percakapan politik yang adaptif dalam kampanye Indonesia masih terbatas.

Proyeksi Keempat: Media Sintetis, Deepfake, dan Krisis Keaslian

Perkembangan teknologi generatif telah meningkatkan kemampuan menghasilkan dan memodifikasi media, sementara media sosial menyediakan saluran distribusi yang memungkinkan konten tersebut menyebar dengan cepat. Penelitian Vaccari dan Chadwick (2020) menunjukkan bahwa *deepfake* dapat meningkatkan ketidakpastian publik dan pada akhirnya menurunkan kepercayaan terhadap informasi di media sosial. Kemampuan memanipulasi suara, wajah, ekspresi, foto, video, dan konteks visual semakin mudah diakses. Perubahan tersebut menurunkan hambatan teknis untuk menghasilkan media sintetis. Namun, Labuz dan Nehring (2024) mengingatkan bahwa pembahasan mengenai *deepfake* perlu menghindari narasi berlebihan yang menganggap semua konten sintetis secara otomatis menghancurkan ruang informasi. Berdasarkan perkembangan tersebut, media sintetis berpotensi menjadi salah satu persoalan penting dalam komunikasi politik Pemilu 2029. Ancaman tidak hanya berasal dari video palsu yang sangat meyakinkan, tetapi juga dari semakin sulitnya publik menentukan apakah suatu materi benar-benar autentik.

Pada tahap tertentu, muncul kemungkinan penyangkalan yang masuk akal, ketika konten autentik dapat ditolak dengan alasan bahwa materi tersebut mungkin dibuat atau dimanipulasi menggunakan kecerdasan artifisial. Kecerdasan artifisial berpotensi digunakan bukan hanya untuk menciptakan kebohongan, tetapi juga untuk menimbulkan keraguan terhadap kebenaran. Strategi menghadapi media sintetis tidak cukup mengandalkan teknologi pendeteksi. Deteksi dapat bergerak lebih lambat daripada produksi. Tata kelola perlu menggabungkan penelusuran asal konten, metadata, pemberian tanda, kewajiban pelabelan, kanal klarifikasi cepat, serta literasi publik. Prinsip transparansi penggunaan kecerdasan artifisial

sebagaimana tercermin dalam Surat Edaran Etika AI Indonesia dapat menjadi salah satu dasar normatif untuk mendorong pengungkapan penggunaan teknologi tersebut dalam materi komunikasi politik (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2023). Dasar proyeksi relatif kuat karena didukung perkembangan teknologi dan penelitian mengenai dampak media sintetis. Namun, besarnya pengaruh terhadap Pemilu 2029 tetap bergantung pada kualitas konten, kecepatan distribusi, respons platform, kemampuan verifikasi, dan perilaku masyarakat.

Proyeksi Kelima: Kecerdasan Artifisial sebagai Sistem Analisis Respons Pemilih

Penggunaan data dalam jumlah besar dan kecerdasan artifisial untuk memahami perilaku serta respons pemilih menjadi salah satu perkembangan penting komunikasi politik digital. Arifin (2025) mengidentifikasi penggunaan data dan kecerdasan artifisial untuk memahami perilaku pemilih dalam kampanye 2024. Perkembangan kemampuan pengolahan data memungkinkan sistem menganalisis komentar, unggahan, berita, video, dan percakapan publik dalam waktu yang semakin singkat. Mekanisme perubahan terjadi ketika data yang sebelumnya digunakan untuk membaca kondisi komunikasi mulai diolah menjadi masukan bagi pengambilan keputusan kampanye secara berkelanjutan.

Jika kecenderungan tersebut berlanjut, kecerdasan artifisial berpotensi digunakan untuk memantau respons publik secara hampir waktu nyata. Ketika pernyataan kandidat menimbulkan kontroversi, misalnya, sistem dapat membantu memetakan perkembangan percakapan dan tema yang paling banyak dibicarakan. Ketika isu lokal meningkat, sistem dapat membantu tim kampanye menyiapkan alternatif respons. Kampanye dapat menjadi semakin adaptif. Namun, kecepatan juga dapat memperbesar kesalahan jika data yang dianalisis tidak representatif atau jika sistem salah membaca konteks budaya dan bahasa.

Tufekci (2014) menunjukkan bahwa data media sosial memiliki persoalan validitas dan representasi. Ruang digital tidak identik dengan seluruh populasi

pemilih. Kelompok yang kurang aktif di internet dapat menjadi kurang terlihat dalam sistem analitik. Selain itu, kecerdasan artifisial dapat salah memahami konteks budaya, bahasa lokal, ironi, atau percakapan yang memiliki makna khusus bagi komunitas tertentu. Sistem analitik perlu disertai pemeriksaan kualitas data, pengawasan manusia, pengujian bias, dan kesadaran bahwa data digital hanya merepresentasikan sebagian realitas sosial. Kecanggihan teknologi tidak boleh menjadi alasan untuk mengabaikan kelompok masyarakat yang kurang terwakili di ruang digital.

Dari Produksi Konten Menuju Kampanye Algoritmik

Kelima proyeksi tersebut menunjukkan pola perubahan yang lebih luas. Pada Pemilu 2024, kecerdasan artifisial terutama terlihat sebagai alat bantu produksi visual, analisis data, personalisasi, otomasi interaksi, dan pengolahan media. Perkembangan teknologi kemudian membuka kemungkinan bahwa fungsi-fungsi tersebut tidak lagi berdiri sendiri, tetapi semakin terhubung dalam satu rangkaian komunikasi politik. Data dapat digunakan untuk memahami audiens. Hasil analisis digunakan untuk menyesuaikan pesan. Kecerdasan artifisial menghasilkan berbagai bentuk konten. Platform mendistribusikan konten tersebut kepada kelompok yang berbeda. Respons publik kemudian dianalisis kembali untuk menentukan komunikasi berikutnya. Jika rangkaian tersebut semakin terintegrasi, kecerdasan artifisial tidak lagi sekadar menjadi alat kampanye, tetapi berpotensi berkembang menjadi infrastruktur komunikasi politik. Kampanye digital berpotensi bergerak menuju kampanye algoritmik. Kampanye digital pada dasarnya menggunakan internet sebagai saluran komunikasi politik, sedangkan kampanye algoritmik menempatkan sistem komputasional lebih jauh ke dalam proses pengambilan keputusan: menentukan siapa yang menjadi sasaran, pesan apa yang dibuat, kapan pesan dikirim, format apa yang dipilih, dan bagaimana respons digunakan untuk menghasilkan pesan berikutnya.

Perubahan tersebut penting karena algoritma tidak lagi hanya menjadi kanal distribusi, tetapi ikut membentuk komunikasi politik. Jika sistem AI menentukan prioritas pesan berdasarkan data dan tujuan elektoral, maka desain model dapat memengaruhi apa yang terlihat dan tidak terlihat dalam ruang publik. Platform juga memiliki kekuasaan karena sistem rekomendasi menentukan visibilitas konten. Literatur mengenai AI dan demokrasi menunjukkan bahwa kekuasaan platform menjadi semakin penting ketika teknologi dapat memengaruhi produksi sekaligus distribusi informasi politik (Jungherr, 2023).

Di sinilah konsep *algokrasi* menjadi relevan. Flórez Rojas (2025) menggunakan konsep tersebut untuk menggambarkan kondisi ketika proses pengambilan keputusan semakin dipandu oleh sistem algoritmik. Dalam konteks kampanye politik, persoalannya bukan semata-mata apakah algoritma menggantikan manusia, tetapi apakah manusia mulai mengikuti rekomendasi algoritmik tanpa memahami bagaimana rekomendasi tersebut dibentuk. Risiko tersebut dapat muncul dalam dua arah. Pertama, pemilih dapat menerima pesan yang sangat personal sehingga tidak menyadari bahwa informasi yang mereka lihat berbeda dari informasi yang diterima warga lain. Kedua, tim kampanye sendiri dapat menjadi bergantung pada dasbor dan rekomendasi kecerdasan artifisial sehingga keputusan komunikasi semakin mengikuti metrik digital. Dalam kedua situasi tersebut, kekuasaan berpotensi bergeser dari proses deliberatif menuju proses optimasi. Prinsip pengawasan manusia perlu dipahami bukan sekadar sebagai prosedur teknis, tetapi sebagai prinsip demokratis. Keputusan mengenai janji politik, serangan terhadap lawan, segmentasi pemilih, dan respons terhadap isu sensitif harus tetap menjadi keputusan yang dapat dipertanggungjawabkan manusia. Kecerdasan artifisial dapat menyarankan, mensimulasikan, atau mempercepat, tetapi tidak seharusnya menjadi pihak yang secara diam-diam menentukan tujuan politik.

AI, Emosi, dan Persaingan Merebut Perhatian

Perkembangan kecerdasan artifisial juga berpotensi memperkuat emosionalisasi politik. Sistem generatif dapat menghasilkan banyak variasi visual dan narasi dengan cepat, sementara algoritma platform memberikan insentif terhadap konten yang memperoleh interaksi tinggi. Jika tujuan optimasi hanya didasarkan pada *engagement*, pesan yang provokatif dapat memperoleh keuntungan lebih besar. Kecerdasan artifisial tidak menciptakan polarisasi dari nol. Teknologi dapat mempercepat dan memperluas pola komunikasi yang sudah ada. Tucker et al. (2018) menunjukkan bahwa hubungan antara media sosial, polarisasi, dan disinformasi bersifat kompleks. Dalam konteks tersebut, AI dapat menambah kapasitas produksi dan distribusi terhadap dinamika yang sebelumnya telah berkembang.

Persoalan tersebut menjadi semakin penting dalam konteks Indonesia yang memiliki keragaman geografis, sosial, bahasa, dan budaya. Pesan yang dianggap humoris di satu wilayah dapat dipahami sebagai penghinaan di wilayah lain. Sistem yang dibangun dari data dominan juga dapat gagal memahami nuansa lokal. Arifin (2025) mencatat keterbatasan kecerdasan artifisial dalam memahami konteks sosial-politik lokal. Karena itu, peninjauan manusia oleh pihak yang memahami konteks lokal menjadi bagian penting dari komunikasi politik berbasis AI yang bertanggung jawab. Kecerdasan artifisial juga dapat digunakan untuk tujuan yang sebaliknya. Sistem dapat dirancang untuk memberikan konteks, sumber data, dan penjelasan program ketika pengguna menemukan klaim politik. Dalam pengertian ini, AI tidak harus menjadi mesin persuasi semata, tetapi juga dapat menjadi infrastruktur informasi kewargaan. Perbedaan antara kedua fungsi tersebut tidak terutama ditentukan oleh teknologinya, melainkan oleh tujuan desain dan tata kelola yang menyertainya.

AI dan Persoalan Ruang Publik yang Terfragmentasi

Personalisasi dan penargetan mikro menghadirkan persoalan lain yang berkaitan dengan pengalaman bersama sebagai warga

negara. Jika dua pemilih menerima pesan politik yang berbeda berdasarkan profil mereka, mereka berpotensi hidup dalam pengalaman informasi yang berbeda. Pemilih pertama dapat menerima pesan tentang ekonomi, pemilih kedua tentang identitas, sementara pemilih ketiga menerima pesan tentang keamanan. Masing-masing pesan mungkin benar secara parsial, tetapi tidak selalu memperlihatkan keseluruhan agenda politik kandidat. Situasi tersebut menunjukkan bahwa tantangan demokrasi pada era AI bukan hanya memastikan setiap warga memiliki akses internet. Tantangannya juga adalah memastikan bahwa setiap warga memiliki kesempatan yang adil untuk mengetahui informasi politik yang relevan dan memeriksa klaim yang beredar.

Kemudahan akses informasi melalui internet merupakan faktor penting yang dapat memengaruhi pemahaman politik dan partisipasi masyarakat dalam proses demokrasi (Putra et al., 2026). Akses terhadap informasi tidak selalu berarti akses terhadap informasi yang sama. Ketika sistem rekomendasi dan personalisasi semakin dominan, ruang publik dapat menjadi semakin terfragmentasi. Transparansi distribusi pesan politik menjadi sama pentingnya dengan transparansi isi pesan. Demokrasi membutuhkan mekanisme yang memungkinkan masyarakat mengetahui bukan hanya apa yang dikatakan kandidat, tetapi juga kepada siapa, dalam konteks apa, dan dengan menggunakan data seperti apa pesan tersebut disampaikan.

Tata Kelola AI Kampanye: Dari Etika Sukarela menuju Akuntabilitas

Indonesia telah memiliki fondasi normatif melalui Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 9 Tahun 2023. Dokumen tersebut menekankan prinsip inklusivitas, kemanusiaan, keamanan, aksesibilitas, transparansi, kredibilitas dan akuntabilitas, perlindungan data pribadi, keberlanjutan, serta kekayaan intelektual (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2023). Namun, prinsip umum tersebut perlu diterjemahkan secara lebih operasional dalam konteks pemilu. Pertama, diperlukan kewajiban pengungkapan penggunaan AI terhadap konten sintesis. Tidak semua

penggunaan AI harus dilarang. Teknologi dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas audio, menerjemahkan materi, membuat subtitle, atau menghasilkan ilustrasi. Yang penting adalah publik mengetahui ketika realitas politik telah dimodifikasi secara material. Pelabelan juga harus terlihat dan mudah dipahami pengguna platform. Kedua, perlu ada batasan terhadap penargetan mikro berbasis data sensitif dan kerentanan psikologis. Personalisasi dapat digunakan untuk meningkatkan relevansi informasi, tetapi praktik yang mengeksploitasi kondisi personal tertentu perlu diawasi. Pelindungan data pribadi tidak hanya berkaitan dengan pengumpulan data, tetapi juga dengan inferensi yang dihasilkan AI dari data tersebut.

Ketiga, diperlukan audit terhadap sistem AI kampanye. Audit tidak harus membuka seluruh rahasia teknologi, tetapi perlu memungkinkan pemeriksaan terhadap sumber data, tujuan penggunaan model, mekanisme pelabelan, proses pengawasan manusia, serta prosedur koreksi. Transparansi algoritmik yang realistis bukan berarti setiap warga harus memahami kode pemrograman, melainkan publik dan pengawas memiliki informasi yang memadai untuk menilai bagaimana teknologi digunakan. Keempat, penyelenggara pemilu perlu membangun mekanisme respons cepat terhadap media sintetis. *Deepfake* politik dapat beredar dalam hitungan menit, sementara prosedur klarifikasi tradisional membutuhkan waktu lebih lama. KPU, Bawaslu, platform, media, dan organisasi pemeriksa fakta memerlukan protokol koordinasi yang jelas. Namun, mekanisme tersebut juga harus menjamin bahwa upaya melawan disinformasi tidak berubah menjadi sensor politik atau penghapusan konten secara sewenang-wenang.

Kelima, literasi AI perlu ditempatkan sebagai bagian dari literasi politik. Pemilih tidak cukup diajarkan untuk mengenali berita palsu. Mereka juga perlu memahami bahwa gambar, suara, dan video tidak selalu merupakan bukti autentik. Pendidikan publik perlu membangun kebiasaan memeriksa sumber, mencari konteks, membandingkan kanal resmi, dan memahami keterbatasan teknologi

pendeteksi. Tujuan akhirnya bukan menjadikan semua warga ahli AI, tetapi meningkatkan ketahanan epistemik masyarakat.

Implikasi bagi Aktor Politik dan Demokrasi Indonesia

Bagi partai politik dan kandidat, kecerdasan artifisial membuka peluang untuk membuat kampanye lebih efisien dan responsif. Keunggulan teknologi seharusnya tidak semata-mata diukur berdasarkan kemampuan memenangkan perhatian. Kampanye yang bertanggung jawab perlu membangun reputasi jangka panjang melalui akurasi, transparansi, dan konsistensi pesan. Penggunaan AI yang manipulatif mungkin menghasilkan keuntungan jangka pendek, tetapi dapat merusak kepercayaan terhadap kandidat maupun institusi politik. Bagi KPU dan Bawaslu, AI mengubah kebutuhan pengawasan. Pengawasan kampanye tidak cukup hanya memeriksa materi iklan yang terlihat publik, tetapi juga perlu mempertimbangkan distribusi algoritmik, media sintetis, bot, dan jaringan akun terkoordinasi. Bawaslu telah mengidentifikasi AI dan *deepfake* sebagai tantangan yang perlu diantisipasi dalam Pemilu 2029, sehingga agenda regulasi dan kesiapan kelembagaan perlu dibangun sebelum tahapan kampanye berlangsung (Ayudia, 2026).

Bagi platform digital, transparansi iklan politik, asal-usul konten, pelabelan AI, dan akses peneliti terhadap data agregat menjadi semakin penting. Platform tidak dapat sepenuhnya dipandang sebagai penyedia ruang netral karena desain algoritmik memengaruhi visibilitas pesan. Tanggung jawab platform dalam kampanye perlu mencakup pencegahan manipulasi terkoordinasi sekaligus perlindungan terhadap kebebasan berekspresi. Bagi media dan jurnalis, AI menciptakan tantangan sekaligus peluang. Media dapat menggunakan AI untuk verifikasi, transkripsi, dan pemantauan klaim, tetapi pada saat yang sama perlu memperkuat prosedur autentikasi. Ketika media sintetis semakin mudah diproduksi, nilai media profesional justru semakin terletak pada kemampuan menyediakan konteks, sumber, dan verifikasi yang tidak dapat diberikan oleh konten viral.

Bagi masyarakat sipil dan akademisi, Pemilu 2029 menyediakan ruang penelitian yang luas. Penelitian perlu bergerak dari sekadar mendokumentasikan *deepfake* menuju pengukuran dampaknya terhadap kepercayaan, partisipasi, polarisasi, dan pilihan politik. Analisis jejak digital, analisis isi komputasi, penelitian eksperimental, dan wawancara dengan tim kampanye dapat digunakan secara komplementer untuk memahami bagaimana AI benar-benar bekerja dalam praktik politik.

Skenario Penggunaan AI pada Pemilu 2029

Berdasarkan lima proyeksi tersebut, penelitian ini mengembangkan tiga skenario: demokratis-optimistis, adaptif-kompetitif, dan risiko tinggi. Ketiga skenario bukan prediksi yang pasti terjadi, melainkan gambaran kemungkinan yang muncul dari kombinasi perkembangan teknologi, perilaku aktor politik, kapasitas regulasi, tata kelola platform, kualitas data, dan kemampuan masyarakat melakukan verifikasi. Skenario demokratis-optimistis menjadi lebih mungkin apabila perkembangan teknologi berjalan seiring dengan peningkatan transparansi dan pengawasan. Kondisi pemicunya antara lain adanya pelabelan konten sintetis, keterbukaan iklan politik, perlindungan data pribadi, pengawasan manusia terhadap sistem otomatis, mekanisme koreksi yang cepat, serta peningkatan literasi kecerdasan artifisial. Dalam kondisi tersebut, AI digunakan terutama untuk memperluas akses informasi, meningkatkan aksesibilitas, membantu penerjemahan, menganalisis aspirasi, dan meningkatkan kapasitas komunikasi politik tanpa menghilangkan tanggung jawab manusia.

Skenario adaptif-kompetitif muncul ketika perkembangan teknologi berlangsung lebih cepat daripada kemampuan tata kelola. Hampir semua kandidat atau partai menggunakan AI untuk produksi konten, analitik, chatbot, dan penargetan, sementara regulasi tersedia tetapi belum diterapkan secara seragam. Sebagian besar konten tetap autentik, tetapi media sintetis dan personalisasi menjadi bagian normal dari kampanye. Tantangan utamanya bukan pelanggaran ekstrem, melainkan garis batas

yang semakin kabur antara persuasi, personalisasi, dan manipulasi.

Skenario risiko tinggi menjadi lebih mungkin apabila kemampuan produksi dan distribusi media sintetis berkembang pesat, sementara regulasi, pengawasan, transparansi platform, dan literasi publik tidak berkembang pada kecepatan yang sama. Kondisi tersebut dapat diperburuk oleh penggunaan data politik tanpa pengawasan memadai, lemahnya mekanisme verifikasi, dan meningkatnya penggunaan bot serta jaringan akun terkoordinasi. Dalam situasi ini, produksi konten manipulatif dapat melampaui kapasitas pemeriksa fakta. Masyarakat tidak hanya berisiko mempercayai informasi yang salah, tetapi juga kehilangan kepercayaan terhadap kemungkinan mengetahui kebenaran. Perpindahan dari satu skenario ke skenario lain tidak ditentukan oleh kecanggihan teknologi semata. Perubahan skenario bergantung pada hubungan antara perkembangan teknologi, perilaku aktor politik, kapasitas regulasi, transparansi platform, kualitas data, dan kemampuan masyarakat melakukan verifikasi informasi. Parameter tersebut dapat dipantau menjelang Pemilu 2029 untuk melihat skenario mana yang semakin menguat.

Menempatkan Proyeksi dalam Batas Evidensi

Pembedaan antara temuan dan proyeksi merupakan bagian penting dari penelitian ini. Temuan merujuk pada pola yang dapat ditelusuri dari literatur mengenai penggunaan dan perkembangan kecerdasan artifisial dalam komunikasi politik, terutama yang berkaitan dengan Pemilu 2024. Sementara itu, proyeksi merupakan hasil ekstrapolasi terbatas yang dibangun dengan menghubungkan temuan tersebut dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan komunikasi politik. Atas dasar itu, proyeksi mengenai produksi konten berbasis kecerdasan artifisial memiliki dasar evidensi relatif kuat karena terdapat kesinambungan antara penggunaan pada 2024 dan perkembangan teknologi generatif. Proyeksi mengenai analisis respons pemilih dan personalisasi juga memiliki dasar yang cukup kuat karena penggunaan data dan analisis digital telah menjadi bagian dari komunikasi politik. Sebaliknya, proyeksi

mengenai agen percakapan politik yang sangat adaptif dan kandidat virtual memiliki tingkat ketidakpastian lebih tinggi karena bukti empiris penggunaannya dalam konteks politik Indonesia masih terbatas.

Pembedaan tingkat ketidakpastian tersebut penting agar penelitian tidak terjebak pada determinisme teknologi, yaitu anggapan bahwa perkembangan teknologi secara otomatis menghasilkan perubahan politik tertentu. Kecerdasan artifisial memang membuka kemungkinan baru, tetapi arah penggunaannya tetap dipengaruhi oleh pilihan aktor politik, aturan kelembagaan, desain platform, kondisi sosial, dan kemampuan masyarakat dalam menggunakan serta mengevaluasi teknologi. Penelitian ini juga memiliki keterbatasan inheren sebagai studi prospektif. Pertama, belum tersedia data kampanye Pemilu 2029 yang dapat digunakan untuk menguji proyeksi secara langsung. Kedua, perkembangan kecerdasan artifisial berlangsung sangat cepat sehingga fungsi yang pada saat penelitian tampak futuristik dapat menjadi teknologi umum sebelum tahapan kampanye dimulai. Ketiga, proyeksi tidak dapat mengantisipasi seluruh perubahan regulasi, kebijakan platform, dan dinamika politik. Keempat, penelitian ini tidak mengukur efek kausal penggunaan AI terhadap pilihan suara.

Keterbatasan tersebut membuat hasil penelitian tidak dapat diposisikan sebagai prediksi statistik. Nilai utama penelitian justru terletak pada kemampuannya menyusun peta kemungkinan dan mengidentifikasi kondisi yang dapat memperkuat atau memperlemah setiap kemungkinan. Proyeksi yang baik bukanlah proyeksi yang harus tepat dalam setiap detail, melainkan kerangka yang membantu institusi, aktor politik, media, dan masyarakat menyiapkan respons terhadap beberapa kemungkinan masa depan. Pemilu 2024 tidak diposisikan sebagai cetak biru Pemilu 2029, melainkan sebagai titik awal untuk membaca arah perubahan. Proyeksi menjadi semakin kuat ketika terdapat kesinambungan antara bukti empiris, perkembangan teknologi, dan kebutuhan strategis komunikasi politik. Sebaliknya, semakin jauh suatu proyeksi dari ketiga dasar tersebut, semakin tinggi tingkat ketidakpastiannya.

Temuan akhir penelitian mengarah pada satu argumentasi utama: kecerdasan artifisial berpotensi mengubah kampanye politik dari penggunaan teknologi sebagai alat bantu komunikasi menjadi sistem infrastruktur komunikasi yang semakin terintegrasi dengan pengambilan keputusan politik. Perubahan tersebut dapat memperluas kapasitas komunikasi, mempercepat respons, dan meningkatkan akses informasi, tetapi juga dapat memperbesar risiko manipulasi, fragmentasi ruang publik, penyalahgunaan data, dan pergeseran kekuasaan dari pertimbangan manusia menuju optimasi algoritmik. Pertanyaan penting menjelang Pemilu 2029 bukan semata-mata seberapa canggih kecerdasan artifisial yang akan digunakan, tetapi siapa yang menggunakannya, untuk tujuan apa, dengan data apa, kepada siapa pesan diarahkan, bagaimana keputusan dibuat, dan siapa yang bertanggung jawab ketika sistem menghasilkan kesalahan atau manipulasi. Pada titik inilah masa depan kampanye AI menjadi persoalan demokrasi. Teknologi dapat memperkuat demokrasi apabila digunakan untuk memperluas informasi, partisipasi, dan akses publik; tetapi teknologi yang sama dapat memperlemah demokrasi apabila digunakan untuk mengendalikan perhatian, mengeksploitasi kerentanan, dan mengaburkan batas antara informasi dan manipulasi.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa proyeksi penggunaan kecerdasan artifisial dalam Pemilu 2029 tidak semata-mata mengarah pada peningkatan jumlah atau ragam penggunaan teknologi AI dalam kampanye, tetapi pada kemungkinan perubahan arsitektur komunikasi politik. Berdasarkan pengalaman Pemilu 2024 dan perkembangan teknologi hingga 2026, AI berpotensi berkembang dari sekadar alat produksi konten menjadi infrastruktur yang menghubungkan data pemilih, produksi pesan, personalisasi, distribusi, interaksi, hingga evaluasi respons publik dalam satu siklus komunikasi algoritmik. Perubahan tersebut dapat menggeser cara aktor politik merancang, menyampaikan, dan menyesuaikan komunikasi kampanye secara lebih cepat dan berbasis data.

Perubahan arsitektur tersebut sekaligus menghadirkan konsekuensi demokratis. Integrasi AI dapat memperluas kapasitas komunikasi politik dan meningkatkan relevansi pesan, tetapi juga dapat memperbesar persoalan transparansi, privasi, manipulasi informasi, bias algoritmik, dan fragmentasi ruang publik. Karena itu, persoalan utama Pemilu 2029 bukan semata-mata seberapa jauh AI digunakan, melainkan bagaimana penggunaan AI ditempatkan dalam kerangka akuntabilitas demokratis. Transparansi konten sintetis, pengawasan manusia, perlindungan data pribadi, audit algoritmik, transparansi iklan politik, serta mekanisme respons terhadap manipulasi berbasis AI menjadi bagian penting dari kesiapan tata kelola pemilu.

Kontribusi utama penelitian ini terletak pada penempatan AI sebagai infrastruktur komunikasi politik yang bersifat integratif, bukan sekadar sebagai teknologi tambahan dalam kampanye. Perspektif ini memberikan dasar untuk memahami bahwa perkembangan AI dapat mengubah hubungan antara data, pesan, teknologi, aktor politik, dan pemilih secara bersamaan. Kesiapan menghadapi Pemilu 2029 perlu dibangun sebelum teknologi tersebut semakin terintegrasi ke dalam praktik kampanye. Penelitian selanjutnya dapat menguji proyeksi ini melalui studi empiris mengenai penggunaan AI oleh aktor politik, respons pemilih, jejak digital kampanye, serta praktik tata kelola dan pengawasan ketika data Pemilu 2029 telah tersedia.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirah, S. (2025). AI-powered political messaging: Automated persuasion and the 2024 Indonesian election. *Indonesian Discourse on Communication, Democracy, and Political Movements*. <https://doi.org/10.65815/7grwvr59>
- Arifin, M. S. (2025). Artificial intelligence (AI) dan politik: Analisis terhadap peran dan signifikansi AI dalam komunikasi politik 2024 di Indonesia. *Hudan Lin Naas: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 6(1), 47–58.
- <https://doi.org/10.28944/hudanlinnaas.v6i1.1860>
- Arslan, M., Munawar, S., & Cruz, C. (2024). Political-RAG: Using generative AI to extract political information from media content. *Journal of Information Science*, 50, 479–494. <https://doi.org/10.1080/19331681.2024.2417263>
- Badan Pengawas Pemilihan Umum. (2025, November 14). *Pengawasan pemilu berbasis AI, Bawaslu bersiap dan menyesuaikan diri*. Bawaslu Republik Indonesia.
- Badan Pengawas Pemilihan Umum. (2026, July 21). *Hadapi tantangan AI, Bawaslu perkuat strategi pengawasan Pemilu 2029*. Bawaslu Republik Indonesia.
- Chang, H.-C. H., Chen, Y.-C., Shaman, B., Zha, M., Noh, S., Wei, C., Weener, T., & Magee, M. (2026). The meme is the message: Generative memes and AI visuals in the 2024 USA presidential elections. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 20(1). <https://doi.org/10.1609/icwsm.v20i1.42647>
- Chesney, R., & Citron, D. K. (2019). Deepfakes and the new disinformation war: The coming age of post-truth geopolitics. *Foreign Affairs*, 98(1), 147–155.
- Chowdhury, R. (2024). AI-fuelled election campaigns are here—Where are the rules? *Nature*, 628, 471. <https://doi.org/10.1038/d41586-024-01098-5>
- Flórez Rojas, M. L. (2025). Algocracy in the judiciary: Challenging trust in the system. *Revista de Estudios Sociales*, 93, 107–128. <https://doi.org/10.7440/res93.2025.06>
- Gulbrandsen, I. T., Just, S. N., & Peters, C. (2026). The good, the bad, and the obscure: Exploring uses of generative AI in the global 2024 elections. *New Media & Society*, 28(7). <https://doi.org/10.1177/14614448261445574>

- Jungherr, A. (2023). Artificial intelligence and democracy: A conceptual framework. *Social Media + Society*, 9(3), 1–12. <https://doi.org/10.1177/20563051231186353>
- Jungherr, A., & Schroeder, R. (2023). Artificial intelligence and the public arena. *Communication Theory*, 33(2–3), 164–173. <https://doi.org/10.1093/ct/qtad006>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2023). *Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 9 Tahun 2023 tentang etika kecerdasan artifisial*.
- Kreiss, D. (2016). *Prototype politics: Technology-intensive campaigning and the data of democracy*. Oxford University Press.
- Lestari, K. W., Fitrianto, H., Widjayanto, F. R., & Tuansiri, E. (2026). AI-driven campaigns: A sign of a shift from democracy to algocracy? *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 30(1), 90–105. <https://doi.org/10.22146/jsp.107668>
- López-López, P. C., Barredo-Ibáñez, D., & Jaráiz-Gulías, E. (2023). Research on digital political communication: Electoral campaigns, disinformation, and artificial intelligence. *Societies*, 13(5), Article 126. <https://doi.org/10.3390/soc13050126>
- Łabuz, M., & Nehring, C. (2024). On the way to deep fake democracy? Deep fakes in election campaigns in 2023. *European Political Science*, 23, 454–473. <https://doi.org/10.1057/s41304-024-00482-9>
- Madsen, J. K., et al. (2020). The impact of technologies in political campaigns. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, 538, Article 122795. <https://doi.org/10.1016/j.physa.2019.122795>
- Pilditch, T., & Madsen, J. K. (2021). Targeting your preferences: Modelling micro-targeting for an increasingly diverse electorate. *Journal of Artificial Societies and Social Simulation*, 24(1), Article 5. <https://doi.org/10.18564/jasss.4452>
- Prawira, R. Y., Asy'ari, & Alawi, A. R. (2026). Artificial intelligence and political campaign on Indonesian presidential election 2024. *DAWUH: Islamic Communication Journal*, 7(2). <https://doi.org/10.62159/dawuh.v7i2.2254>
- Putra, M. K., Zidan, M., Sofian, F. A., & Jaslin, S. R. (2026). Pengaruh konten edukasi politik Kanal BijakPilkada terhadap minat partisipasi publik dalam Pilkada Jakarta 2024. *Aliansi: Jurnal Politik, Keamanan dan Hubungan Internasional*, 5(1), 61–72.
- Rahman, R. A., Armiwulan, H., & Prabowo, V. N. (2023). Nexus between artificial intelligence technology and general election principles: Opportunities and challenges. *Asia-Pacific Journal of Elections and Democracy*, 3(1).
- Tucker, J. A., Guess, A., Barberá, P., Vaccari, C., Siegel, A., Sanovich, S., Stukal, D., & Nyhan, B. (2018). Social media, political polarization, and political disinformation: A review of the scientific literature. *Political Communication*, 35(1), 79–99. <https://doi.org/10.1080/10584609.2017.1408827>
- Tufekci, Z. (2014). Big questions for social media big data: Representativeness, validity and other methodological pitfalls. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 8(1), 505–514. <https://doi.org/10.1609/icwsm.8i1.14517>
- Vaccari, C., & Chadwick, A. (2020). Deepfakes and disinformation: Exploring the impact of synthetic political video on deception, uncertainty, and trust in news. *Social Media + Society*, 6(1), 1–13. <https://doi.org/10.1177/2056305120903408>
- Waty, N. (2025). Artificial intelligence (AI) and digital imaginary contents in the 2024 presidential election campaign

in Indonesia. *Politika: Jurnal Ilmu Politik*.
<https://ejournal.undip.ac.id/index.php/politika/article/view/76127>