

ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND ETHICS IN COMMUNICATION STUDIES: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW OF SINTA 2-3 JOURNALS IN INDONESIA, 2023-2024

Sekartaji Anisa Putri
 Universitas Terbuka, Tangerang Selatan, Indonesia.
 Corresponden E-Mail; Sekartaji.anisa@ecampus.ut.ac.id

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
Diterima: 16 Juni 2026 Direvisi: 30 Juli 2026 Disetujui: 30 Agustus 2026 Tersedia Daring: 03 Oktober 2026 Kata Kunci: <i>Etika;</i> <i>Etika Penggunaan;</i> <i>Kecerdasan Buatan;</i> <i>Literatur Review Sistematis;</i> <i>Publikasi Ilmiah Komunikasi Bereputasi</i>	Perkembangan teknologi kecerdasan buatan sudah semakin menyusupi kehidupan sehari-hari manusia, khususnya di ranah komunikasi. Etika penggunaan kecerdasan buatan di ranah komunikasi perlu untuk diteliti lebih lanjut. Pentingnya hal tersebut membuat penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam terkait etika dalam konteks penggunaan <i>artificial intelligence</i> (AI) di ranah Ilmu Komunikasi melalui metode <i>systematic literature review</i> (SLR). Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana publikasi artikel jurnal ilmu komunikasi bereputasi di Indonesia terkait fenomena kecerdasan buatan dan etika penggunaannya. <i>Literature review</i> sistematis digunakan untuk mereview publikasi jurnal ilmu komunikasi bereputasi di database SINTA. Dari total 10.478 Jurnal di database SINTA, dilakukan seleksi dengan meng-<i>input</i> kata kunci komunikasi serta mengaktifkan filter SINTA 2 dan SINTA 3 agar ditemukan jurnal ilmu komunikasi bereputasi. Hasil dari seleksi, ditemukan 24 Jurnal Ilmu Komunikasi SINTA 2 dan 43 Jurnal Ilmu Komunikasi SINTA 3. Dari gabungan 67 jurnal ilmu komunikasi tersebut, dalam rentang waktu 2 tahun yakni periode 2023-2024, tercatat bahwa terdapat sebanyak 3.657 artikel jurnal telah diterbitkan. Namun, dari begitu banyaknya artikel jurnal yang diterbitkan, persentase publikasi artikel jurnal yang memiliki kata kunci etika dan artificial intelligence pada ranah komunikasi dari total terbitan ialah sebesar 0,1% dengan jumlah empat artikel jurnal. 1 artikel jurnal dikeluarkan dari tahap analisis kualitatif lanjutan karena tidak memenuhi kriteria penggunaan metode ilmu komunikasi. Dengan begitu, terjadi penurunan persentase menjadi 0,08%. Kesimpulannya, sangat sedikit sekali publikasi yang membahas mengenai <i>artificial intelligence</i> pada ranah etika dalam lingkup studi ilmu komunikasi pada publikasi Jurnal Ilmu Komunikasi bereputasi SINTA 2-3 di tahun 2023-2024. Namun, pembahasan terkait permasalahan etika di ranah ilmu komunikasi perlu disadari. Permasalahan etika, khususnya jurnalistik, terlihat penekanannya pada isu bagaimana AI dapat melakukan verifikasi data, pemahaman AI atas etika dalam bidang terkait, akuntabilitas AI, serta dampak negatif sosial AI berupa berkurangnya lowongan pekerjaan.

	ABSTRACT
Keywords: <i>Ethics;</i> <i>Ethics of Use;</i> <i>Artificial Intelligence;</i> <i>Systematic Literature Review;</i> <i>Reputable Communication;</i> <i>Science Publications.</i>	<i>The development of artificial intelligence (AI) is increasingly permeating daily lives, particularly in the field of communication. Therefore, the ethics of using artificial intelligence in the field of communication require further investigation. Looking at the importance of this matter, the author interested in researching more deeply regarding ethics about the use of artificial intelligence (AI) in the field of Communication Science through systematic literature review (SLR). This study aims to examine publications in reputable Indonesian communication science journals regarding the phenomenon of artificial intelligence and the ethics of its</i>

use. A systematic literature review was conducted on reputable communication science journals listed in the SINTA database. From a total of 10,478 journals in the SINTA database, a selection process was carried out using keywords "communication" and applying SINTA 2 and SINTA 3 filters. Result yielded 24 SINTA 2 and 43 SINTA 3 communication science journals. Across these 67 communication science journals, a total of 3,657 articles were published during 2023–2024. However, from all of the publications, only four representing 0.1% of the total contained "ethics" and "artificial intelligence" keywords. From four papers listed, one article was excluded in the subsequent qualitative analysis stage because it did not employ communication science methodologies. Consequently, the percentage dropped to 0.08%. In conclusion, there are very few publications addressing artificial intelligence and ethics within the scope of communication science studies in reputable communication science journal (SINTA 2 and SINTA 3) during 2023–2024 period. However, it is important to acknowledge the discussions surrounding ethical issues in the field of communication science. Findings reveal there is an emphasis in AI ethical issues about AI's capacity for data verification, its understanding of relevant ethical standards, and its accountability, particularly in journalism. As well as the negative social impact of job losses from AI adoption.

© 2023
This is an open access article under CC-BY license



1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi kecerdasan buatan sudah semakin menyusupi kehidupan sehari-hari manusia. Maraknya penggunaan kecerdasan buatan atau yang kita kenal dengan *artificial intelligence* (AI) sudah menjadi hal umum di Ibu Kota. Penggunaan AI dalam kehidupan sehari-hari ini tak luput dari beberapa masalah yang mengancam di balik kemudahan yang diberikan. Sistem AI membutuhkan data pengguna dalam jumlah yang besar (Shrivastava et al., 2024). Hal tersebut menimbulkan kekhawatiran tentang privasi pengguna dan perlindungan data (Barreto et al., 2024). Perlu diketahui bahwa AI menghimpun data-data pengguna yang mengakses sistem tersebut. Pengolahan data oleh AI juga dapat menjadi bias. Algoritme AI dapat melanggengkan bias yang ada, yang menyebabkan perlakuan tidak adil dalam konteks komunikasi (Ramya et al., 2024).

Masalah-masalah di atas menggiring kita kepada pertanyaan terkait bagaimana sesungguhnya etika dalam penggunaan maupun sistem operasi AI? Pertanyaan terkait etika penggunaan AI yang bertanggung jawab atas keberadaan dan fungsinya saat ini belum terjawab dengan memuaskan. Pertanyaan tentang siapa yang bertanggung jawab atas keputusan AI dalam komunikasi masih belum terselesaikan, sehingga sulit untuk membuktikan akuntabilitas etika AI (Hosseini, 2024). Selain pengembang, para pemangku kepentingan perlu untuk mengembangkan peraturan terkait etika penggunaan AI. Para pemangku kepentingan harus bertanggung jawab atas implikasi etis dari aplikasi AI dalam komunikasi (El-Deeb, 2024).

Implementasi AI dapat menghasilkan kemajuan yang signifikan dalam efisiensi dan inovasi di berbagai industri (Rahman et al., 2024; Shrivastava et al., 2024). Kemajuan

yang signifikan ini dapat dilihat dari percepatan proses kerja serta kuantitas hasil kerja (Nurfiana, 2024). Namun di sisi lain, efisiensi tenaga dan waktu ini dapat berdampak pada pengurangan kebutuhan pegawai manusia. Praktik AI yang etis harus selaras dengan prinsip-prinsip hak asasi manusia, yang menjamin keadilan dan kesetaraan (Barreto et al., 2024). Hal tersebut menjadi penting karena AI dapat memengaruhi pengguna secara signifikan (Bondar et al., 2025). Terlebih lagi, adanya permasalahan regulasi penggunaan AI yang belum mumpuni dapat menimbulkan permasalahan lebih lanjut (R. et al., 2026).

Penelitian-penelitian terkait AI banyak dilakukan mengikuti waktu pengembangannya. Penelitian Rahman et al. (2024), Ramya et al. (2024) dan Shrivastava et al. (2024) merupakan penelitian dari disiplin ilmu berlatar belakang ilmu komputer. Hanya penelitian Rahman et al. (2024) yang merupakan riset lapangan, penelitiannya menggunakan metode bibliometrik dan analisis konten untuk memetakan publikasi ilmiah terkait AI. Penelitian mengenai AI tidak hanya dilakukan oleh peneliti dengan latar belakang ilmu komputer. Namun dilaksanakan lintas bidang ilmu karena pemanfaatan AI ini sudah menyentuh beragam bidang, seperti kesehatan, pendidikan, komunikasi dan lainnya. Penelitian terdahulu di bidang ilmu komunikasi yang membahas AI ialah karya Besman & Evita (2024), Nurfiana (2024), dan Octavianto et al. (2024).

Penelitian Besman & Evita (2024) serta Nurfiana (2024) merupakan sebuah *literature review*. Keduanya membahas terkait penggunaan AI dan etikanya di ranah jurnalistik. Lain halnya dengan penelitian Octavianto et al. (2024) yang melakukan analisis *framing* untuk melihat bagaimana bingkai pemberitaan terkait berita mengenai AI. Dari beberapa referensi di atas, belum ada penelitian yang melihat bagaimana publikasi terkait AI di ranah ilmu komunikasi di Indonesia. Kekosongan dalam penelitian terkait AI di ranah ilmu komunikasi dengan ragam metode ini dapat diisi dengan melakukan penelitian dengan metode *systematic literature review* (SLR). Salah satu penelitian *literature review* di Indonesia ialah karya Rochyadi-Reetz & Wolling (2023). Namun penelitian tersebut membahas isu lingkungan.

Adanya kekosongan tersebut membuat penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam terkait etika dalam konteks penggunaan AI di ranah Ilmu Komunikasi *melalui systematic literature review*. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana publikasi artikel jurnal ilmu komunikasi bereputasi di Indonesia terkait fenomena kecerdasan buatan dan etika penggunaannya. Secara spesifik penelitian ini bertujuan mengetahui apa saja isu etika penggunaan AI di ranah Ilmu Komunikasi melalui *systematic literature review* artikel ilmiah ilmu komunikasi bereputasi. Penelitian ini memaparkan data-data artikel jurnal ilmu komunikasi yang terbit pada jurnal nasional terakreditasi SINTA 2 dan 3 periode 2023-2024. Penting mengetahui bagaimana publikasi yang mengangkat permasalahan AI dan etikanya untuk melihat sejauh mana perkembangan penelitian terkait topik tersebut telah berkembang.

Penelitian ini memiliki manfaat sosial bagi masyarakat untuk meningkatkan pengetahuan terkait dinamika isu etika penggunaan *artificial intelligence* pada ranah ilmu komunikasi. Kemudian, manfaat akademis penelitian ini ialah untuk memetakan publikasi ilmiah periode tahun 2023-2024 yang mengandung pembahasan terkait etika

penggunaan *artificial intelligence*. Kontribusi ilmiah penelitian ini ialah mengisi kekosongan penelitian ilmu komunikasi pada topik AI dan etika dengan penggunaan metode literatur *review* sistematis. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian SLR terkait tema AI dan etika di berbagai *platform* publikasi ilmiah bereputasi di tahun mendatang maupun di tingkat internasional.

2. Metode

Studi ini menggunakan metode *systematic literature review*, berguna untuk menyajikan bukti yang dapat dijadikan sebagai dasar penelitian di masa mendatang (Comfort dan Park dalam (Rochyadi-Reetz & Wolling, 2023). *Systematic literature review* adalah cara mensintesis bukti ilmiah untuk menjawab pertanyaan penelitian tertentu dengan cara yang transparan dan dapat direproduksi (Lame, 2019). Sesuai dengan tujuan penelitian ini, penyajian bukti dalam penelitian ini berupa data terkait publikasi artikel jurnal ilmu komunikasi bereputasi di Indonesia yang berkaitan dengan fenomena kecerdasan buatan dan etika penggunaannya. Penelitian ini menggunakan *database* berupa *website* SINTA (Science and Technology Indeks). SINTA merupakan *website* yang mengukur dampak dan menjadi acuan peringkat jurnal penelitian lintas disiplin bereputasi di Indonesia.

Literature review sistematis juga berupaya menyertakan semua bukti yang diterbitkan tentang topik terkait dan menilai kualitas bukti (Lame, 2019). Petticrew dan Roberts (dalam Rochyadi-Reetz & Wolling, 2023) telah menunjukkan bahwa studi literatur sistematis harus mendefinisikan proses pencarian yang jelas, inklusif, dan komprehensif yang akan dilakukan secara objektif dan transparan. Untuk mendapatkan data yang tepat dan sesuai, dilakukan beberapa langkah seleksi artikel jurnal yang akan di-review secara lebih lanjut. Langkah awal ialah mengakses database pada website SINTA yang kemudian disaring dengan menggunakan kata kunci jurnal komunikasi, kemudian dilanjutkan dengan seleksi peringkat jurnal seperti tertera pada Gambar 1. Berikut bagan alur seleksi data yang dilakukan dalam penelitian:



Gambar 1. Bagan Alur Seleksi Artikel Jurnal
(Sumber: Olah Data Peneliti, 2025)

Dari total 10.478 Jurnal di database SINTA, dilakukan seleksi dengan meng-*input* kata kunci komunikasi untuk mengaktifkan filter untuk menampilkan hanya jurnal ilmu komunikasi. Hasil *filter* menunjukkan terdapat 212 jurnal ilmu komunikasi yang terdaftar. Selanjutnya dilakukan seleksi serta mengaktifkan filter SINTA 2 dan SINTA 3 agar ditemukan jurnal ilmu komunikasi bereputasi. Di Indonesia sendiri belum ada jurnal ilmu

komunikasi yang menduduki peringkat SINTA 1, maka itu dua peringkat tertinggi jurnal ilmu komunikasi di Indonesia ialah SINTA 2 dan SINTA 3. Berdasarkan hasil seleksi, ditemukan 24 jurnal ilmu komunikasi SINTA 2 serta 43 jurnal ilmu komunikasi SINTA 3. Jurnal Ilmu Komunikasi bereputasi tersebut kemudian diseleksi lagi dengan cara membatasi publikasi artikel jurnal dalam rentang waktu 2 tahun, yaitu tahun 2023-2024. Data ditemukan sebanyak total 1.819 artikel selama rentang dua tahun untuk publikasi peringkat SINTA 2 seperti pada tabel 1. Pada tabel 2, dapat dilihat total artikel selama rentang dua tahun untuk publikasi peringkat SINTA 3 ialah sebanyak 1.838 artikel jurnal. Berikut data yang ditemukan untuk banyaknya publikasi artikel pada setiap jurnal SINTA 2 dan SINTA 3 secara lebih lengkap:

Tabel 1. Nama Jurnal SINTA 2 dan Jumlah Publikasi Artikel Sesuai Tahun

No.	Nama Jurnal	Jumlah Artikel 2023	Jumlah Artikel 2024
1	Jurnal IPTEK-KOM (Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komunikasi)	17	6
2	Jurnal Manajemen Komunikasi	14	14
3	Jurnal Ilmu Komunikasi	30	24
4	Jurnal Studi Komunikasi	60	66
5	Jurnal Komunikasi	15	20
6	ADHARUPA (Jurnal Desain Komunikasi Visual dan Multimedia)	40	40
7	Jurnal Kajian Komunikasi	20	20
8	Bricolage (Jurnal Magister Ilmu Komunikasi)	24	24
9	KOMUNIKA (Jurnal Dakwah dan Komunikasi)	20	20
10	Media Komunikasi Teknik Sipil	32	18
11	Jurnal Elektronika dan Telekomunikasi	16	20
12	Communicatus (Jurnal Ilmu Komunikasi)	12	17
13	Jurnal ILMU KOMUNIKASI	16	15
14	Al-Balagh (Jurnal Dakwah dan Komunikasi)	11	12
15	Jurnal Prespitasi (Media Komunikasi dan Pengembangan Teknik Lingkungan)	71	75
16	Jurnal Komunikasi Indonesia	20	21
17	Buletin Pos dan Telekomunikasi	10	12
18	Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia	44	45
19	Pena Justisia (Media Komunikasi dan Kajian Hukum)	265	505
20	Interaksi (Jurnal Ilmu Komunikasi)	24	24
21	Mediator (Jurnal Komunikasi)	30	30
22	Jurnal PIKOM (Penelitian Komunikasi dan Pembangunan)	0	0

23	Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik	0	0
24	Jurnal Penelitian Komunikasi	0	0
	Total	791	1028

Sumber: Olah Data Peneliti (2025).

Tabel 2. Nama Jurnal SINTA 3 dan Jumlah Publikasi Artikel Sesuai Tahun

No.	Nama Jurnal	Jumlah Artikel 2023	Jumlah Artikel 2024
1	Profita: Komunikasi Ilmiah dan Perpajakan	8	0
2	Ekspresi dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi	46	40
3	Jurnal Studi Komunikasi dan Media	14	11
4	Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam	16	16
5	Wacana: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi	33	37
6	Cendekia: Media komunikasi penelitian dan pengembangan pendidikan islam	30	36
7	Jurnal Riset Komunikasi (Jurkom)	22	24
8	Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana	15	16
9	Jurnal Komunikasi	30	30
10	Media Komunikasi Geografi	19	27
11	Inform: Jurnal Ilmiah Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi	22	26
12	Komunikatif: Jurnal Ilmiah Komunikasi	18	20
13	Jurnal Communo: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi	25	25
14	Tematik: Jurnal Teknologi Informasi Komunikasi	50	30
15	Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi	20	15
16	Channel: Jurnal Komunikasi	20	20
17	DigitalZone: Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi	18	19
18	Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi	12	0
19	Inspiration: Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi	23	21
20	Teknologi Pangan Media Informasi dan Komunikasi Ilmiah Teknologi Pertanian	30	30
21	Jurnal Komunikasi Global	16	16
22	Lentera: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi	10	10
23	Elkomika: Jurnal Teknik Energi Elektrik, Teknik Telekomunikasi, & Teknik Elektronika	80	81
24	Komunikasiana: Jurnal of Communication Studies	10	12
25	Telka: Jurnal Telekomunikasi, Elektronika, Komputasi, dan Kontrol	16	24

26	Jurnal Komunikasi dan Bisnis	21	22
27	Jurnal Komunikasi Pendidikan	10	22
28	Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi	42	42
29	Metana: Media Komunikasi Rekayasa Proses dan Teknologi Tepat Guna	13	12
30	Kuriositas: Media Komunikasi Sosial dan Keagamaan	13	11
31	InComTech: Jurnal Telekomunikasi dan Komputer	21	21
32	Jurnal Media dan Komunikasi Indonesia	10	11
33	Orasi: Jurnal Dakwah dan Komunikasi	20	20
34	Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi	10	15
35	Jurnal Harkat: Media Komunikasi Gender	9	10
36	Jurnal Komunikasi Profesional	40	15
37	Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi	20	20
38	Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan	0	0
39	Jurnal Ilmiah LISKI (Lingkar Studi Komunikasi)	12	13
40	Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media dan Cinema	30	30
41	Jurnal Dakwah dan Komunikasi	21	48
42	Wimba: Jurnal Komunikasi Visual	10	13
43	Buletin Pos dan Telekomunikasi	10	12
Total		915	923

Sumber: Olah Data Peneliti (2025).

Setelah menemukan total 67 jurnal di atas berserta alamat *website*-nya, asisten peneliti masuk ke *website* masing-masing jurnal untuk mengumpulkan artikel. Pengumpulan artikel dilakukan pada masing-masing rumah jurnal, dilakukan pencarian artikel dengan memasukkan kata kunci *artificial intelligence/* kecerdasan buatan serta *ethics/* etika. Setelahnya, didapatkan 4 artikel pada jurnal bereputasi SINTA 2. 1 artikel terbit di tahun 2023. Sisanya, 3 artikel terbit di tahun 2024. Kemudian, didapatkan 3 artikel pada jurnal bereputasi SINTA 3. 1 artikel terbit di tahun 2023, 2 artikel terbit di tahun 2024. Berikut tabelnya:

Tabel 3. Jumlah Artikel Jurnal Komunikasi SINTA 2-3 dengan Kata Kunci Artificial Intelligence & Etika Berdasarkan Tahun Terbit

No.	Tahun	Peringkat	Jumlah
1	2023	SINTA 2	1
		SINTA 3	1
2	2024	SINTA 2	3
		SINTA 3	2
Total Jumlah Artikel			7

Sumber: Olah Data Peneliti (2025).

Setelah ditemukan 7 artikel di atas, kemudian dilakukan analisis konten pada isi masing-masing artikel jurnal.

Prosedur Koding

Koding dilakukan dengan memanfaatkan Ms. Excel Book. Ms. Excel Book digunakan untuk mengumpulkan informasi artikel jurnal yang telah ada secara sistematis. Data-data yang dikumpulkan oleh tim peneliti berupa informasi publikasi (judul jurnal, alamat web jurnal, judul artikel, nama penulis, bidang ilmu penulis, tanggal publikasi), permasalahan utama penelitian, ranah masalah utama penelitian, metode penelitian, serta hasil penelitian.

Tabel 4. Gambaran Umum Variabel yang Dikodekan

No.	Variabel	Tipe Variabel	Kode Variabel
1	Rumah Jurnal	Teks	Nama Rumah Jurnal
2	Tahun Publikasi	####	"2023", "2024"
3	Reputasi	#	"SINTA 2" "SINTA 3"
3	Judul Publikasi	Teks	Judul Publikasi
4	Membahas <i>Artificial Intelligence</i> dan Etika	#	"Ya" (ditemukan kata kunci etika/ <i>ethics</i> dan <i>artificial intelligence</i> / kecerdasan buatan pada bagian pendahuluan serta hasil), "Tidak" (tidak ditemukan secara lengkap kata kata kunci etika/ <i>ethics</i> dan <i>artificial intelligence</i> / kecerdasan buatan pada bagian pendahuluan serta hasil)
4.1	Bahasa	#	"Indonesia" "Inggris"
4.2	Tipe Artikel	#	"Riset Lapangan" " <i>Literature Review</i> "
4.3	Metode	#	"Kuantitatif" "Kualitatif" "Campuran"
4.4	Tujuan Penelitian	Teks	Tujuan Penelitian
4.5	Hasil Penelitian	Teks	Hasil Penelitian

Sumber: Olah Data Peneliti (2025).

Koding di dalam penelitian ini secara keseluruhan dilakukan oleh dua orang koder. Koder pertama sebagai dosen ilmu komunikasi, koder kedua ialah mahasiswa ilmu komunikasi. Artikel terkumpul dibaca dan dilihat apakah benar permasalahan utama yang dibahas berada di ranah ilmu komunikasi. Berdasarkan hasil seleksi, terdapat empat artikel jurnal yang memenuhi seleksi sesuai kata kunci dan permasalahan utama berada di ranah ilmu komunikasi. Empat artikel jurnal yang terkumpul ini kemudian dilakukan pengkodean jenis penelitian yang kemudian dilihat juga tujuan dan hasil penelitiannya.

Konten analisis serta penyaringan kriteria artikel berdasarkan reputasi artikel ketika terbit dan ranah permasalahan utama penelitian pada tujuh artikel terkumpul. Konten analisis dilakukan cara menemukan kata kunci etika pada artikel. Jika pada artikel kata kunci etika terdapat hanya pada bagian pendahuluan, maka artikel tersebut tidak diikutkan pada tahap koding selanjutnya. Artikel yang kemudian memenuhi kriteria untuk kemudian diproses lebih lanjut ialah yang berisikan pembahasan terkait etika pada hasil dan pembahasan. Dilakukan juga pembacaan data reputasi jurnal ketika artikel tersebut terbit.

Terdapat 1 artikel yang ternyata masih berstatus sinta 4 ketika terbit, meskipun pada tahun 2025 rumah jurnal mendapatkan akreditasi SINTA 3. Hal tersebut menjadi kriteria eksklusi artikel. Kemudian dilakukan penyaringan dari permasalahan utama pada artikel. Jika topik permasalahan utama berada di ranah ilmu komunikasi, maka artikel tersebut dilanjutkan pada proses koding. Jika tidak, maka tidak akan diikutkan. Berikut hasil

saringan konten analisis berdasarkan keberadaan kata kunci etika, reputasi, permasalahan utama pada tabel 5:

Tabel 5. Hasil Penyaringan Berdasarkan Pemenuhan Analisis Konten dan Kriteria:

No.	Tahun	Peringkat	Memenuhi Analisis Konten	Memenuhi Reputasi	Memenuhi Permasalahan Utama	Memenuhi analisis konten dan seluruh kriteria
1	2023	SINTA 2	1	1	1	1
		SINTA 3	1	0	1	0
2	2024	SINTA 2	3	3	2	2
		SINTA 3	1	2	2	1
Total Jumlah Artikel Memenuhi Analisis Konten dan Seluruh Kriteria						4

Sumber: Olah Data Peneliti (2025).

3. Hasil dan Pembahasan

Jumlah artikel jurnal dalam publikasi terakreditasi SINTA 2 dan SINTA 3 periode 2023-2024 ialah sebanyak 3.657 artikel. Persentase publikasi artikel jurnal yang memiliki kata kunci etika dan *artificial intelligence* pada ranah komunikasi dari total terbitan ialah sebesar 0,1% dengan jumlah empat artikel jurnal. Terlihat bahwa publikasi maupun penelitian bereputasi di ranah komunikasi masih sangat sedikit yang membahas AI dan etikanya. Padahal, seiring berkembangnya AI dalam beberapa tahun belakangan ini, dinamika penggunaannya memunculkan kekhawatiran yang cukup besar terkait etika penggunaan maupun operasionalnya.

Pada tabel 6 hingga tabel 10 di bawah ini, dapat dilihat data-data terkait publikasi artikel jurnal ilmu komunikasi bereputasi SINTA 2 dan SINTA 3 pada rentang publikasi 2023-2024. Terbitan paling sedikit ada di tahun 2023 dengan total sebanyak 1 artikel jurnal yang memenuhi kriteria. Pada tahun berikutnya, publikasinya pun tak jauh bertambah. Terjadi penambahan sebanyak 2 artikel, yaitu terdapat 3 publikasi artikel jurnal sesuai dengan kriteria pada tahun 2024. Dari total empat publikasi artikel jurnal yang ada, seluruhnya membahas permasalahan di ranah ilmu komunikasi.

Sebagian besar dari total publikasi yang ditemukan berada pada peringkat SINTA 2. Yaitu sebesar 75% dengan angka 3 dari jumlah 4 publikasi artikel jurnal. Pada peringkat SINTA 2, 1 artikel terbit di tahun 2023, 2 lainnya terbit di tahun 2024. Secara umum tren publikasi yang membahas AI serta memiliki unsur pembahasan etika di dalamnya cenderung naik. Pada tahun 2023, Jurnal Studi Komunikasi menerbitkan artikel berjudul *Artificial Intelligence in Marketing Communication: Ethical Dilemmas, Moral Concerns and Customer Satisfaction*. Pada tahun berikutnya, Jurnal Studi Komunikasi menerbitkan artikel berjudul *AI in Semi-Automated Journalism: A Review of Indonesia's Journalistic Ethics*. Masih pada tahun 2024, Jurnal Komunikasi Indonesia menerbitkan artikel berjudul *Framing The Future: Exploring AI Narratives in Indonesian Online Media Using Topic Modelling*. Artikel ini merupakan satu-satunya artikel sesuai kriteria dengan metode penelitian campuran yang diterbitkan selama 2023-2024.

Sisa 25% publikasi artikel jurnal bereputasi yang sesuai dengan kriteria, terbit di tahun 2024 pada jurnal bereputasi SINTA 3. Meskipun hanya 1 terbitan pada tahun 2024, hal ini pun turut mengukuhkan adanya tren peningkatan publikasi dari tahun

sebelumnya yang tidak ada atau nihil. Jurnal Komunikasiana yang pada tahun 2024 terdaftar pada peringkat SINTA 3, menerbitkan artikel berjudul *Artificial Intelligence: Analisis Praktik Robotic Journalism* dalam Produksi Berita. Artikel ini merupakan sebuah *literature review*. Tren peningkatan atas publikasi ilmiah bereputasi di ranah ilmu komunikasi terkait AI dan juga etikanya ini perlu dilihat sebagai suatu hal yang positif. Hal ini memberikan harapan untuk berkembangnya penelitian maupun publikasi ilmiah terkait AI dan etika di ranah ilmu komunikasi. Namun, di sisi lain kita perlu meningkatkan usaha yang signifikan di sisi publikasi ilmiah bereputasi terkait pembahasan AI dan etika ini. Mengingat saat ini dinamika permasalahan melalui maraknya penggunaan AI sudah ramai terdengar dan menjadi permasalahan yang tidak terhindarkan dalam keseharian kita.

Tabel 6. Jumlah Artikel Jurnal Komunikasi SINTA 2 dengan Kata Kunci Artificial Intelligence & Etika Berdasarkan Tahun Terbit

No.	Tahun	Jumlah
1	2023	1
2	2024	2
Total Jumlah Artikel		3

Sumber: Olah Data Peneliti (2025).

Tabel 7. Nama Jurnal SINTA 2 dengan Kata Kunci Artificial Intelligence & Etika Tahun 2023

No.	Nama Jurnal	Judul Artikel
1	Jurnal Studi Komunikasi	<i>Artificial Intelligence in Marketing Communication: Ethical Dilemmas, Moral Concerns and Customer Satisfaction</i>

Sumber: Olah Data Peneliti (2025).

Tabel 8. Nama Jurnal SINTA 2 dengan Kata Kunci Artificial Intelligence & Etika Tahun 2024

No.	Nama Jurnal	Judul Artikel
1	Jurnal Studi Komunikasi	<i>AI in Semi-Automated Journalism: A Review of Indonesia's Journalistic Ethics</i>
2	Jurnal Komunikasi Indonesia	<i>Framing The Future: Exploring AI Narratives in Indonesian Online Media Using Topic Modelling</i>

Sumber: Olah Data Peneliti (2025).

Tabel 9. Jumlah Artikel Jurnal Komunikasi SINTA 3 dengan Kata Kunci Artificial Intelligence & Etika Berdasarkan Tahun Terbit

No.	Tahun	Jumlah
1	2023	0
2	2024	1
Total Jumlah Artikel		1

Sumber: Olah Data Peneliti (2025).

Tabel 10. Nama Jurnal SINTA 3 dengan Kata Kunci Artificial Intelligence & Etika Tahun 2024

No.	Nama Jurnal	Judul Artikel
1	Jurnal Komunikasiana	<i>Artificial Intelligence: Analisis Praktik Robotic Journalism</i> dalam Produksi Berita

Sumber: Olah Data Peneliti (2025)

Dari seluruh artikel di atas, secara permasalahan utama memang berada di ranah ilmu komunikasi, namun dari sisi metode dan analisis terdapat satu artikel yang membahas permasalahan secara lintas disiplin ilmu. Artikel jurnal yang ditulis oleh Prasetyo et al. (2023), berjudul *Artificial Intelligence in Marketing Communication: Ethical Dilemmas, Moral Concerns and Customer Satisfaction* yang diterbitkan pada tahun 2023 di Jurnal Studi Komunikasi membedah masalah dari sisi hukum melalui penjelasan pada bagian metodenya. Yaitu melihat etika serta moralitas penggunaan AI dalam penggunaannya permasalahan kekayaan intelektual serta hak cipta menggunakan kerangka *Fair Use* dan *Digital Millennium Copyright Act (DMCA) Compliance*. Berdasarkan metode yang tertera, dalam analisis lanjutan pada penelitian ini, artikel tersebut tidak akan dibahas secara lebih lanjut. Tiga artikel yang akan dibahas lebih lanjut dalam pembahasan penelitian ini akan berfokus pada artikel dengan metode penelitian ilmu komunikasi. Untuk memudahkan pembahasan, dalam tabel 11 peneliti telah memberikan kode untuk tiga artikel jurnal tersebut. Berikut data dan kode lengkapnya:

Tabel 11. Kode Artikel Jurnal Komunikasi SINTA 2-3 dengan Tema dan Metode Penelitian Ilmu Komunikasi

No.	Judul Artikel	Tema Penelitian	Tahun Terbit	Peringkat	Metode	Kode
1	<i>Artificial Intelligence: Analisis Praktik Robotic Journalism dalam Produksi Berita</i>	<i>AI in Journalism</i>	2024	SINTA 3	<i>Literature Review</i>	A1
2	<i>Framing The Future: Exploring AI Narratives in Indonesian Online Media Using Topic Modelling</i>	<i>AI in Media</i>	2024	SINTA 2	<i>Mix Method</i>	A2
3	<i>AI in Semi-Automated Journalism: A Review of Indonesia's Journalistic Ethics</i>	<i>AI in Journalism</i>	2024	SINTA 2	<i>Literature Review</i>	A3

Sumber: Olah Data Peneliti (2025).

Berdasarkan tema, yang paling sering diangkat ialah terkait AI pada Jurnalisme, yaitu untuk artikel A1 dan A3. Sehingga totalnya terdapat dua artikel dengan tema yang serupa. Kemudian diikuti dengan tema AI pada media yang dimiliki oleh artikel A2. Artikel A1 dan A3 memiliki kesamaan dalam hal metode. Keduanya merupakan artikel *literature review*. Keduanya pun memiliki kesamaan permasalahan, yaitu terkait penggunaan teknologi *artificial intelligence* (AI) pada ranah jurnalistik. Artikel A1 secara spesifik membahas penggunaan teknologi AI pada robot yang dapat membantu proses pembuatan berita, lain halnya dengan artikel A3 yang membahas penggunaan AI untuk membantu proses pembuatan berita. Perbedaan kedua artikel tersebut terletak pada ada atau tidaknya penggunaan teknologi robot. Pada artikel A1, fokus artikel yang menjadi bahan *literature review* ialah bagaimana robot AI yang dimiliki oleh perusahaan berita dapat membantu proses-proses penerbitan berita serta kajian dampak negatif maupun

positifnya. Meski terdapat perbedaan permasalahan teknologi yang dibahas, secara umum temuan keduanya hampir mirip. Baik dari segi dampak negatif maupun positifnya.

Dampak negatif berupa adanya isu etika dalam penggunaan AI baik menggunakan robot maupun tidak, tetap eksis pada kedua artikel tersebut. Artikel A1 mengemukakan aspek akurasi dan verifikasi oleh *robotic journalism*. Artikel tersebut juga menyatakan bahwa praktik jurnalisme oleh robot tersebut memiliki potensi permasalahan etis. Jurnalisme robot dapat memunculkan permasalahan plagiarisme karena kurangnya verifikasi. Minusnya lagi, sistem AI yang ada pada robot belum memiliki kesadaran etika layaknya jurnalis manusia (Nurfiana, 2024). Belum adanya kemampuan transparansi dari jurnalisme robot yang dilakukan oleh instansi dan jurnalis yang terkait dalam proses penerbitan pemberitaan pun menjadi tantangan etis tersendiri.

Pembahasan terkait nilai etis ini perlu dilandasi dengan pemahaman mengenai etika. Etika mengacu pada teori tentang moralitas (Bartneck et al., 2021). Dikarenakan hal tersebut, etika dan moralitas terkadang digunakan sebagai kata ganti antara satu dengan yang lain (Bartneck et al., 2021; Copp, 2006). Namun terkadang, keduanya tidak digunakan sebagai sinonim karena memiliki perbedaan. Jika moralitas merupakan seperangkat nilai, maka etika lebih berkaitan dengan prinsip, penilaian umum, dan norma dibandingkan dengan penilaian serta nilai yang bersifat subjektif atau pribadi (Bartneck et al., 2021). Meskipun etika menyediakan pendekatan terstruktur untuk pengambilan keputusan moral, etika juga tunduk pada interpretasi dan perdebatan yang mengarah pada beragam perspektif (Steen, 2023). Perspektif etika memiliki kompleksitasnya tersendiri. Terdapat perbedaan nilai tentang apa yang merupakan perilaku etis dalam konteks yang berbeda (Steen, 2023). Terkait bagaimana data sumber pembuatan berita diolah oleh robot yang belum memiliki pemahaman etika jurnalistik jika dibandingkan dengan jurnalis profesional yang sudah memahami hal tersebut, maka akan ada perbedaan etis yang besar di antara kerja keduanya.

Pada artikel A1, permasalahan etis terkait transparansi sumber data pun dikemukakan. Lebih jauh, Besman & Evita (2024) dalam artikel A3 menyatakan bahwa permasalahan etis penggunaan AI pada proses pembuatan berita berkaitan dengan isu kualitas dan akurasi data yang diakibatkan oleh adanya bias pada AI. Algoritme AI dirancang untuk belajar dari data (Shrivastava et al., 2024). Sehingga, jika data yang terhimpun pada AI memiliki bias, maka dapat memengaruhi isi berita yang dibuat. Hal tersebut tentu perlu diwaspadai karena bias begitu erat bersangkutan dengan nilai-nilai etis yang ada di masyarakat. Permasalahan etis pun muncul dari sisi bahwa penggunaan AI pada industri jurnalistik berdampak pada pengurangan lowongan kerja.

Kesamaan potensi maupun dampak negatif dari penggunaan AI pada bidang jurnalistik secara umum eksis di antara kedua artikel tersebut. Dari kedua artikel tersebut, potensi dampak negatif utama ialah pada kualitas sumber data yang memiliki bias. Kemudian, dari data bias yang kemudian dijadikan bahan utama untuk merakit berita memunculkan permasalahan etis terkait transparansi data serta akuntabilitas jurnalistik. Dari sisi nilai etis terkait tersedianya lowongan pekerjaan dalam bidang jurnalistik di masyarakat, artikel A1 menyebutkan bahwa penggunaan *robotic journalism* masih membutuhkan banyak ahli untuk mematangkan penggunaannya. Namun di sisi

lain, artikel A3 menyebutkan dampak pengurangan kebutuhan karyawan pada bidang jurnalistik.

Lain halnya dengan dua publikasi di atas, artikel jurnal A2 menggunakan metode campuran. Artikel ini menggunakan metode *framing* yang dimulai dengan pencarian data kuantitatif, yang kemudian dilanjutkan dengan analisis kualitatif yang lebih mendalam. Artikel yang ditulis oleh (Octavianto et al. (2024)). Penelitian tersebut memiliki tujuan untuk mengungkap narasi dan tema dominan seputar AI, termasuk penggambaran yang bernuansa mengenai LLM dan ChatGPT. Hasil dari penelitian ini ialah ditemukan bahwa media daring di Indonesia cenderung menggambarkan AI secara positif. AI dilihat dan ditekankan potensinya bagi inovasi dan pertumbuhan ekonomi. Namun, di dalam artikel tersebut juga dibahas terkait dampak negatif dari AI yang berkaitan erat dengan nilai-nilai etika.

Artikel A2 mengangkat adanya isu etis terkait tergantikannya manusia oleh AI dalam hal pekerjaan. Layaknya artikel A3 yang melihat dampak pengurangan kebutuhan karyawan akibat adanya AI. Dampak etis AI bagi kehidupan sosial manusia terlihat mengkhawatirkan pada aspek tersebut. Hal ini menjadi perhatian, karena sejatinya kecerdasan buatan merupakan teknologi yang memungkinkan mesin untuk melakukan tugas-tugas yang biasanya membutuhkan kecerdasan manusia, seperti pembelajaran, penalaran, dan pemecahan masalah (Rahman et al., 2024). Pembuatan kecerdasan buatan atau AI ini mengintegrasikan berbagai disiplin ilmu untuk mensintesis perilaku cerdas. Bidang ilmu komunikasi pun menjadi salah satunya. Jika dilihat dari ketiga artikel di atas, bidang jurnalistik lah yang paling disorot. Banyaknya perdebatan yang membayangi kompleksitas AI memerlukan perspektif sosioteknis guna mempertimbangkan kemampuan sistem AI dan dampak sosialnya (Dahlke et al., 2024).

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil SLR, dari begitu banyaknya artikel jurnal yang diterbitkan, persentase publikasi artikel jurnal yang memiliki kata kunci etika dan *artificial intelligence* dengan metode ilmu komunikasi pada ranah komunikasi di jurnal Ilmu Komunikasi bereputasi SINTA 2-3 periode 2023-2024 sangat minim. Kesimpulannya, sangat sedikit publikasi yang membahas mengenai *artificial intelligence* pada ranah etika di jurnal Ilmu Komunikasi bereputasi SINTA 2-3 periode 2023-2024 dalam lingkup studi ilmu komunikasi. Namun, pembahasan terkait permasalahan etika di ranah ilmu komunikasi perlu disadari. Permasalahan etika, khususnya jurnalistik, terlihat penekanannya pada isu bagaimana AI dapat melakukan verifikasi data, pemahaman AI atas etika dalam bidang terkait, akuntabilitas AI, serta dampak negatif sosial AI berupa berkurangnya lowongan pekerjaan.

Sangat terbatasnya jumlah penelitian yang dalam bidang ilmu komunikasi terkait AI dan etikanya menunjukkan bahwa minat peneliti di Indonesia dalam melaksanakan penelitian dan publikasi di artikel jurnal bereputasi tinggi masih minim. Melihat bahwa hasil SLR juga menunjukkan adanya keterbatasan ragam metode penelitian dan tema menjadi tantangan bagi pengembangan pengetahuan masyarakat secara luas terkait AI dan etikanya di bidang ilmu komunikasi. Peneliti mengakui adanya keterbatasan dalam

penelitian ini yang melihat artikel jurnal ilmu komunikasi bereputasi terbatas pada SINTA 2 dan 3 di tahun 2023-2024, namun demikian dari data 2 tahun tersebut, dapat kita lihat bahwa bidang penelitian AI dan etika pada ranah ilmu komunikasi sangat perlu dikembangkan. Pengembangan ilmu pengetahuan pada ranah ini perlu dikembangkan melihat banyaknya permasalahan-permasalahan etika terkait penggunaan AI di ranah ilmu komunikasi yang dihadapi saat ini.

5. Ucapan Terima Kasih

Penelitian ini didanai oleh Universitas Terbuka. Ucapan terima kasih penulis haturkan kepada Universitas Terbuka.

6. Daftar Pustaka

- Barreto, R. H. A., Porto, C. S., & Jaborandy, C. C. M. (2024). Ethical Challenges of Artificial Intelligence in the Light of Human Right. *Interfaces Cientificas*, 2(12), 314–326. <https://doi.org/10.17564/2316-3801.2024v10n2p314-326>
- Bartneck, C., Lütge, C., Wagner, A., & Welsh, S. (2021). *An Introduction to Ethics in Robotics and AI*. Springer. <http://www.springer.com/series/10184>
- Besman, A., & Evita, N. (2024). AI in semi-automated journalism: a review of Indonesia's journalistic ethics. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 8(3), 583–594. <https://doi.org/10.25139/jsk.v8i3.7978>
- Bondar, C. K., Desima, P., Ambarita, E., & Saragih, S. (2025). The Effect of Using ChatGPT Artificial Intelligence (AI) and Digital Literacy on Student Learning Outcomes in Grade IX Civics. *ISIHUMOR: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 3(4), 316–325. <https://doi.org/https://doi.org/10.58540/isihumor.v4i1.1213>
- Copp, D. (2006). *The Oxford Handbook of Ethical Theory*. Oxford University Press, Inc.
- Dahlke, J., Beck, M., Kinne, J., Lenz, D., Dehghan, R., Wörter, M., & Ebersberger, B. (2024). Epidemic effects in the diffusion of emerging digital technologies: evidence from artificial intelligence adoption. *Research Policy*, 53(2), 104917. <https://doi.org/10.1016/J.RESPOL.2023.104917>
- El-Deeb, A. (2024). Can I Trust you? Ethics in AI. *ACM SIGSOFT Software Engineering Notes*, 49(4), 14–14. <https://doi.org/10.1145/3696117.3696120>
- Hosseini, M. (2024). *Book Review: Ethics of Artificial Intelligence*. 42, 284–288. <https://doi.org/10.1007/s40592-024-00219-w>
- Nurfiana, E. (2024). Artificial Intelligence: Analisis Praktik Robotic Journalism dalam Produksi Berita. *Komunikasiana: Jurnal of Communication Studies*, 6(1), 85–103. <https://doi.org/https://doi.org/10.24014/kjcs.v6i1.30723>
- Octavianto, A. W., Priyonggo, A., & Setianto, Y. P. (2024). Framing The Future: Exploring AI Narratives in Indonesian Online Media Using Topic Modelling. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 13(2). <https://doi.org/10.7454/jkmi.v13i2.1245>

- Prasetyo, Y. W. A., Santos, L. T., Hayari, Abidin, K., & Chusumastuti, D. (2023). Artificial Intelligence for marketing communication: moral dilemma, ethics, and customer satisfaction. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 7(3), 726–741. <https://doi.org/10.25139/jsk.v7i3.6993>
- R., M., Juangsah, & B., J. (2026). Digital Communication, Artificial Intelligence, and the Transformation of Law Enforcement in Indonesia: Challenges and Regulatory Response. *ISIHUMOR: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 4(3), 480–495. <https://doi.org/https://doi.org/10.58540/isihumor.v4i3.1967>
- Rahman, A., Raj, A., Tomy, P., & Hameed, M. S. (2024). A comprehensive bibliometric and content analysis of artificial intelligence in language learning: tracing between the years 2017 and 2023. *Artificial Intelligence Review*, 57(4). <https://doi.org/10.1007/s10462-023-10643-9>
- Ramya, R., Priya, S., Thamizhikkavi, P., & Anand, M. (2024). *The Pillars of AI Ethics* (pp. 85–110). <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-9173-0.ch004>
- Rochyadi-Reetz, M., & Wolling, J. (2023). Environmental Communication Publications in Indonesia's Leading Communication Journals. A Systematic Review Aim and Relevance of Systematic Review. *Jurnal ASPIKOM*, 8(1), 15–28. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v8i1.1210>
- Shrivastava, A., Pandey, A., Singh, N., Srivastava, S., Srivastava, M., & Srivastava, A. (2024). Artificial Intelligence (AI): Evolution, Methodologies, and Applications. *International Journal for Research in Applied Science and Engineering Technology*, 12(4), 5501–5505. <https://doi.org/10.22214/ijraset.2024.61241>
- Steen, M. (2023). Ethics as a Participatory and Iterative Process. *Communications of the ACM*, 66(5), 27–29. <https://doi.org/10.1145/3550069>