



**UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**BAGAIMANA PENGAMBILAN KEPUTUSAN MASYARAKAT DALAM KAITANNYA  
DENGAN MANAJEMEN INFORMASI SELAMA ADA AI**

**PERAN AI MEMPENGARUHI PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA BARU  
TERKAIT MANAJEMEN INFORMASI DALAM KEHIDUPAN SEHARI-HARI**

**UTS MANAJEMEN INFORMASI**

**WIWIK ARFIANI**

**40020623620003**

**SEKOLAH VOKASI**

**DEPARTEMEN INFORMASI DAN BUDAYA**

**PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN INFORMASI DAN HUMAS**

**SEMARANG**

**2025**

## ABSTRAK

Kecerdasan Artifisial (AI) telah berevolusi dengan cepat terhadap informasi di Indonesia dimana hal tersebut mempengaruhi cara mengelola informasi dan membuat keputusan. Tulisan ini ditujukan untuk menganalisis bagaimana algoritma media sosial, mesin pencari, dan platform digital lainnya dipengaruhi oleh AI dalam membentuk proses pengambilan keputusan mahasiswa baru terutama dalam bermedia sosial. Dengan menggunakan metode studi tinjauan pustaka terhadap artikel-artikel dari jurnal nasional terakreditasi dalam rentang 2022-2025, selain itu penulis juga menyajikan data yang didapat melalui penyebaran kuesioner di tingkat mikro untuk mengetahui secara langsung dampak yang ditimbulkan dari AI. Terdapat temuan utama yang paling menonjol adalah masifnya penyebaran disinformasi (hoaks) yang difasilitasi oleh AI. Hal ini menjadi tantangan serius bagi pengambilan keputusan yang rasional dan terinformasi.

**Kata Kunci:** Kecerdasan Artifisial, Pengambilan Keputusan, Manajemen Informasi.

## ABSTRACT

*Artificial Intelligence (AI) has rapidly evolved in information in Indonesia, influencing how information is managed and decision-making is made. This paper aims to analyze how AI influences social media algorithms, search engines, and other digital platforms in shaping the decision-making process of new students, particularly regarding social media. Using a literature review of articles from accredited national journals from 2022 to 2025, the author also presents data obtained through a micro-level questionnaire to directly assess the impact of AI. The most prominent finding is the massive spread of disinformation (hoaxes) facilitated by AI. This poses a serious challenge to rational and informed decision-making.*

**Keywords:** Artificial Intelligence, Decision Making, Information Management.

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Indonesia adalah salah satu negara dengan tingkat penetrasi internet dan pengguna media sosial tertinggi di dunia. Kehidupan mahasiswa baru digital di Indonesia kini tidak terlepas dari intervensi *Artificial Intelligence* (AI). AI bekerja di balik layar platform yang digunakan sehari-hari mulai dari TikTok, Instagram, X, hingga Shopee dan Gojek untuk mengkurasi konten, merekomendasikan produk, dan mempersonalisasi pengalaman pengguna. Kemampuan AI dalam mengelola dan menyajikan informasi dalam volume besar secara cepat telah mengubah secara drastis cara mahasiswa baru mengakses pengetahuan dan membentuk opini.

Kemudahan ini datang tentunya dengan konsekuensi yang tidak disadari oleh semua orang. Dalam konteks sosial-politik Indonesia yang dinamis, hal ini menjadi krusial. Meningkatnya informasi hoaks selama periode pemilu, menguatnya polarisasi antar kelompok, dan menurunnya kepercayaan pada institusi media. Dengan demikian, memahami hubungan antara AI dan manajemen informasi terhadap pengambilan keputusan mahasiswa baru menjadi sebuah urgensi akademis dan sosial.

## 1.2. Rumusan Masalah

- a) Bagaimana algoritma AI pada platform digital yang populer di Indonesia memengaruhi cara mahasiswa baru dalam mencari dan mengelola informasi?
- b) Apa saja dampak utama dari AI dalam pengelolaan informasi terhadap proses pengambilan keputusan

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. AI (Artificial Intelligence)

Kecerdasan buatan adalah kemampuan mesin untuk meniru proses berpikir dan pengambilan keputusan seperti yang dilakukan oleh manusia. Dengan memanfaatkan algoritma yang rumit dan data besar, AI dapat menganalisis pola, memprediksi hasil, dan membuat keputusan secara otomatis tanpa campur tangan manusia. Bedanya, kecerdasan manusia lahir dari pengalaman dan pembelajaran intuitif, sedangkan AI didasarkan pada pemrograman dan analisis data (Bagaskara, 2024). Kekuatan ini bekerja dengan tujuan utama memaksimalkan *engagement* (keterlibatan pengguna), yang seringkali dicapai dengan menyajikan konten yang memancing respons emosional atau meneguhkan keyakinan yang sudah ada, bukan konten yang paling akurat atau berimbang. Hal ini menciptakan sebuah paradoks, dimana akses terhadap informasi seolah tak terbatas, namun keragaman perspektif yang sampai ke pengguna justru menyempit.

### 2.2. Disinformasi

Misinformasi adalah informasi yang salah atau tidak akurat menyampaikan fakta secara keliru. Fenomena ini dipercepat oleh AI yang mampu memetakan jaringan sosial dan menyebarkan narasi palsu ke target audiens yang paling reseptif. Nugroho & Syaripudin (2022) menyatakan bahwa kecepatan dan volume penyebaran hoaks di *platform* seperti *WhatsApp* dan *Facebook* seringkali melampaui upaya klarifikasi dari pemerintah maupun pemeriksa fakta. Fenomena ini menciptakan di mana sebuah kelompok hanya terpapar pada informasi yang sama dan berulang-ulang, yang pada akhirnya memperkuat polarisasi informasi yang disebarkan.

### 2.3. Literasi Digital

Literasi digital adalah sebuah keterampilan untuk bertahan hidup, belajar, bekerja, dan komunikasi yang informasinya sudah berbasis teknologi canggih. Hal ini bukan sekedar mengenai kemampuan menggunakan teknologi, tetapi kompetensi untuk memahami, menganalisis, dan mengevaluasi informasi secara kritis. Paparan berita atau informasi mengenai demonstrasi membuat siswa harus memiliki kemampuan literasi digital. Namun,

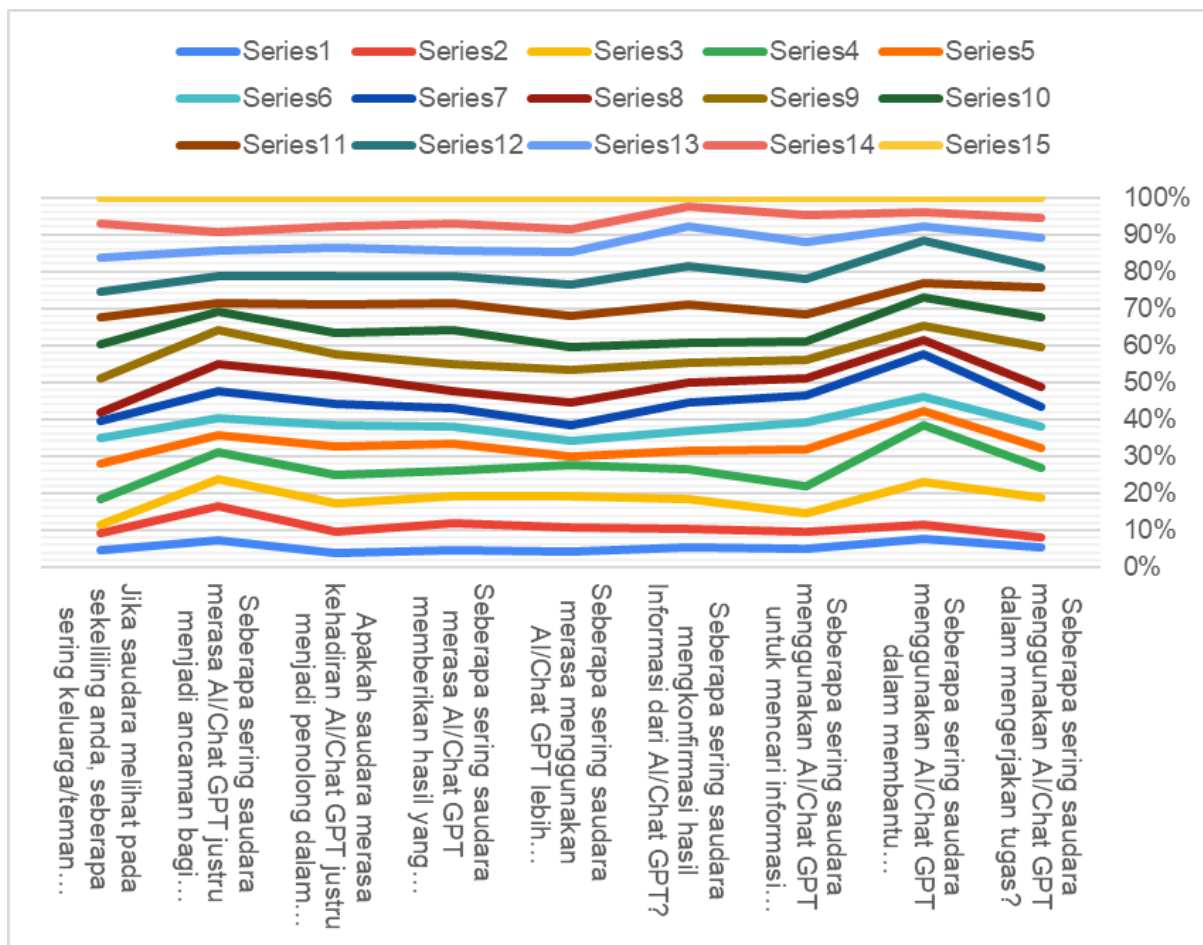
literasi digital tidak boleh dimaknai secara sempit hanya sebagai kemampuan teknis mengoperasikan gawai. Ini mencakup kemampuan untuk memahami siapa, mengapa, dan bagaimana sebuah informasi diproduksi dan didistribusikan oleh algoritma. Literasi juga mendorong pengguna untuk tidak hanya menjadi konsumen pasif, tetapi juga evaluator informasi yang aktif, yang mampu mengidentifikasi bias, memverifikasi sumber, dan memahami implikasi dari data pribadi yang mereka bagikan.

### **3. METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode tinjauan pustaka melalui pengumpulan data dilakukan dengan menelaah artikel-artikel ilmiah yang relevan dari jurnal-jurnal nasional terakreditasi Pencarian sumber dilakukan melalui portal Garuda, Google Scholar, dan situs jurnal relevan dengan kata kunci: "kecerdasan buatan", "disinformasi" Analisis data dilakukan secara tematik untuk memetakan argumen, temuan, dan rekomendasi utama dari berbagai penelitian yang ada guna menjawab rumusan masalah. Selain itu untuk melihat dampak secara langsung peneliti juga memberikan kuesioner pada tingkat mikro untuk mendapatkan hasil yang diinginkan.

### **4. PEMBAHASAN**

Pada beberapa artikel yang ditemukan oleh peneliti masih banyak informasi mengenai AI yang hanya menampilkan dampak negatif dari penggunaan AI itu sendiri. namun berdasarkan hasil penyebaran kuesioner juga mendukung adanya dampak negatif yang ditimbulkan oleh penggunaan AI yang tidak bijak, pada kasus ini adalah Mahasiswa baru.



data yang ditampilkan akan dijabarkan sebagai berikut:

- a. Seberapa sering saudara menggunakan AI/Chat GPT dalam mengerjakan tugas?

yang hasilnya menunjukkan **53.3% (sesekali)**

- b. Seberapa sering saudara menggunakan AI/Chat GPT dalam membantu mengambil keputusan dalam keseharian? *misal memilih warna baju*

yang hasilnya menunjukkan **60% (tidak pernah)**

- c. Seberapa sering saudara menggunakan AI/Chat GPT untuk mencari informasi mengenai informasi yang disajikan oleh media sosial?

Yang hasilnya menunjukkan **46.7% (sesekali)**

- d. Seberapa sering saudara mengkonfirmasi hasil Informasi dari AI/Chat GPT?

Yang hasilnya menunjukkan **53.3% (sesekali)**

- e. Seberapa sering saudara merasa menggunakan AI/Chat GPT lebih menghemat waktu dalam mengerjakan sesuatu?

Yang hasilnya menunjukkan **46.7% (sangat sering)**

- f. Seberapa sering saudara merasa AI/Chat GPT memberikan hasil yang konkrit (sesuai permintaan)

Yang hasilnya menunjukkan **66.7% (sering)**

- g. Apakah saudara merasa kehadiran AI/Chat GPT justru menjadi penolong dalam memberikan Informasi

Yang hasilnya menunjukkan **53.3% (sangat sering)**

- h. Seberapa sering saudara merasa AI/Chat GPT justru menjadi ancaman bagi mahasiswa?

Yang hasilnya menunjukkan **46.7% (sering)**

- i. Jika saudara melihat pada sekeliling anda, seberapa sering keluarga/teman saudara menggunakan AI/Chat GPT dalam menemukan informasi?

Yang hasilnya menunjukkan **33.3% (sering dan sangat sering)**

Dengan demikian hasil data yang ditampilkan sejauh ini AI menjadi jalan pintas bagi mahasiswa baru untuk mendapatkan informasi dengan cepat tanpa mengkonfirmasi kebenarannya.

## **5. PENUTUP**

Kecerdasan Artifisial telah secara fundamental mengubah hubungan antara mahasiswa baru dengan informasi. Di satu sisi, AI memberikan akses yang belum pernah terjadi sebelumnya, namun disisi lain, AI juga menciptakan tantangan serius yang mengancam kualitas pengelolaan manajemen informasi. Kasus ini semakin membuat AI berpotensi mendorong fragmentasi sosial, mengikis nalar kritis, dan membuat mahasiswa baru rentan untuk dimanipulasi. Proses pengambilan keputusan di era AI cenderung menjadi lebih reaktif, emosional, dan terpolarisasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- American Psychological Association. (2024). *Misinformation and disinformation*.
- Bagaskara, A. (2024, 7 Oktober). *Apa itu kecerdasan buatan (AI)?*. BCE Telkom University.
- Firdaus, R. A. (2021). Kekuatan Kuratorial Algoritma: Bagaimana Media Sosial Membentuk Opini Publik di Era Digital. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 10(2), 112–125.
- Nugroho, Y., & Syaripudin, M. (2022). Melawan Infodemi: Ekosistem Disinformasi Kesehatan Selama Pandemi COVID-19 di Indonesia. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 26(1), 45–62.
- Pratama, B. A., & Sari, D. P. (2021). Dari Teknis ke Kritis: Arah Baru Pengembangan Literasi Digital untuk Generasi Muda di Indonesia. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 6(2), 189–204.
- Ramadhana, R. Z., & Nasution, M. I. P. (2024). Analisis dampak penerapan teknologi AI pada pengambilan keputusan strategis dalam sistem informasi manajemen. *Jurnal Ilmiah Research and Development Student*, 2(1), 161-168.
- Setianto, A. (2020). Terowongan Realitas: Personalisasi Konten YouTube dan Dampaknya pada Persepsi Politik Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Transnasional*, 12(1), 78-93.
- Syaifulloh, A. (2024). *Proses pengambilan keputusan mahasiswa dalam menggunakan artificial intelligence (AI) untuk tugas akademik di perguruan tinggi* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Wulandari, S., & Santoso, A. B. (2023). Polarisasi Politik di Ruang Siber: Analisis Peran Algoritma Twitter dalam Pembentukan Gelembung Informasi Jelang Pemilu 2024. *PRISMA*, 42(3), 55-70.