

Transformasi Desain Komunikasi Visual Dalam Realitas Dunia Maya: Peran Artificial Intelligence Pada Ekosistem Media Sosial

**Oleh: Hariyo Seno Agus Subagyo.S.Pd.,M.Sn¹
dan Muhammad Andik.S.Sn.,M.Sn²**

Program Studi Desain Komunikasi Visual¹

Universitas Cendikia Mitra Indonesia¹

Program Studi Seni Murni²

Institut Seni Indonesia Yogyakarta²

Email: haryosas@gmail.com¹, muhammad.andik@isi.ac.id²

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan terhadap praktik desain komunikasi visual (DKV), terutama dalam konteks realitas dunia maya yang dimediasi oleh media sosial. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana distribusi informasi, tetapi juga sebagai ruang konstruksi realitas digital di mana pesan visual diproduksi, disebar, dan dikonsumsi secara cepat oleh masyarakat global. Seiring dengan perkembangan tersebut, Artificial Intelligence (AI) hadir sebagai teknologi yang mampu mengotomatisasi proses kreatif, menganalisis data visual, serta mempersonalisasi konten berdasarkan perilaku pengguna di platform digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis transformasi desain komunikasi visual dalam realitas dunia maya serta peran Artificial Intelligence dalam ekosistem media sosial. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan studi literatur, dengan menelaah berbagai penelitian terkait perkembangan desain visual digital, teknologi AI, dan komunikasi visual di media sosial. Hasil kajian menunjukkan bahwa integrasi AI dalam desain komunikasi visual tidak hanya mengubah proses produksi visual, tetapi juga memengaruhi estetika desain, strategi komunikasi visual, serta pola interaksi antara kreator dan audiens di dunia maya. AI memungkinkan penciptaan konten visual yang lebih adaptif, interaktif, dan berbasis data, sehingga memperkuat efektivitas komunikasi visual dalam lingkungan media sosial yang dinamis. Namun demikian, transformasi ini juga menghadirkan tantangan baru, seperti isu etika, orisinalitas karya, dan perubahan peran desainer dalam ekosistem kreatif digital. Oleh karena itu, pemahaman mengenai hubungan antara DKV, media sosial, dan Artificial Intelligence menjadi penting untuk melihat arah perkembangan komunikasi visual di era digital.

Kata kunci: desain komunikasi visual, artificial intelligence, media sosial, realitas dunia maya, komunikasi visual digital.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam beberapa dekade terakhir telah membawa perubahan signifikan dalam cara manusia berkomunikasi, memproduksi informasi, serta mengkonstruksi realitas sosial di ruang virtual. Salah satu bidang yang mengalami transformasi besar adalah desain komunikasi visual (DKV), yang kini tidak lagi terbatas pada media cetak atau ruang fisik, tetapi berkembang pesat dalam lingkungan digital dan media sosial. Media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan berbagai platform digital lainnya telah menjadi ruang utama bagi produksi dan distribusi pesan visual yang memengaruhi cara masyarakat memahami informasi, identitas, dan realitas di dunia maya. Dalam konteks ini, desain komunikasi visual berperan penting sebagai medium yang menjembatani pesan, estetika visual, dan pengalaman pengguna dalam ruang digital (Li & Jongbin, 2024).

Media sosial juga menciptakan fenomena realitas dunia maya, yaitu ruang interaksi digital yang memungkinkan individu membangun identitas, narasi, dan representasi visual secara virtual. Dalam ruang ini, visual tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga sebagai alat komunikasi yang memiliki kekuatan untuk membentuk

opini, budaya populer, serta persepsi publik terhadap suatu isu atau fenomena. Oleh karena itu, desain komunikasi visual menjadi salah satu elemen penting dalam proses konstruksi makna di media sosial, karena visual yang dirancang secara strategis mampu menarik perhatian, membangun emosi, serta memperkuat pesan yang disampaikan (Guo, 2025).

Seiring dengan perkembangan tersebut, kemajuan Artificial Intelligence (AI) turut memberikan dampak besar terhadap praktik desain komunikasi visual. Teknologi AI memungkinkan proses desain yang sebelumnya dilakukan secara manual kini dapat diotomatisasi melalui berbagai sistem berbasis algoritma, seperti generative design, image generation, serta analisis data visual. AI juga mampu memproses data pengguna dalam jumlah besar untuk menghasilkan konten visual yang lebih personal, adaptif, dan relevan dengan preferensi audiens di media sosial (Zhang, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa AI tidak hanya berperan sebagai alat bantu teknis, tetapi juga sebagai bagian dari ekosistem kreatif yang memengaruhi proses produksi, distribusi, dan konsumsi visual di dunia digital.

Transformasi tersebut menunjukkan adanya perubahan paradigma dalam desain komunikasi visual, dari pendekatan tradisional menuju pendekatan yang lebih berbasis data, teknologi, dan interaktivitas digital. Integrasi antara DKV, media sosial, dan Artificial Intelligence menciptakan dinamika baru dalam dunia kreatif, di mana desainer tidak hanya berperan sebagai pencipta visual, tetapi juga sebagai pengelola informasi visual dalam sistem teknologi yang kompleks. Di sisi lain, perkembangan ini juga menimbulkan berbagai tantangan, seperti isu etika penggunaan AI, orisinalitas karya, serta perubahan peran dan identitas profesional desainer dalam ekosistem digital (Xiang, 2023).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis transformasi desain komunikasi visual dalam realitas dunia maya serta peran Artificial Intelligence dalam ekosistem media sosial. Kajian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana teknologi AI memengaruhi praktik desain komunikasi visual di ruang digital, serta bagaimana interaksi antara teknologi, desainer, dan audiens membentuk dinamika komunikasi visual di era media sosial.

LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital telah mengubah cara manusia memproduksi, menyampaikan, serta mengonsumsi informasi. Transformasi ini juga berdampak besar pada bidang desain komunikasi visual (DKV) yang sebelumnya berfokus pada media konvensional seperti cetak dan media statis, kini berkembang ke dalam ekosistem media digital dan media sosial. Media sosial telah menjadi ruang utama bagi penyebaran pesan visual karena kemampuannya dalam menjangkau audiens secara luas dan cepat. Visual yang dirancang melalui pendekatan desain komunikasi visual berperan penting dalam membangun pesan yang efektif, menarik perhatian, serta mempengaruhi persepsi audiens di ruang digital (Li & Jongbin, 2024).

Fenomena ini juga melahirkan konsep realitas dunia maya, yaitu ruang interaksi digital yang memungkinkan individu dan komunitas membangun identitas, narasi, serta representasi visual secara virtual. Dalam realitas dunia maya, visual tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga sebagai medium komunikasi yang mampu membentuk opini publik, budaya digital, serta pola interaksi sosial. Oleh karena itu, desain komunikasi visual memiliki peran strategis dalam mengonstruksi makna dan pengalaman pengguna dalam lingkungan media sosial yang dinamis dan interaktif (Guo, 2025).

Di sisi lain, perkembangan teknologi Artificial Intelligence (AI) semakin mempercepat transformasi dalam praktik desain komunikasi visual. AI memungkinkan proses produksi visual yang lebih efisien melalui teknologi seperti machine learning, generative design, image generation, dan analisis data visual. Teknologi ini mampu mengolah data dalam jumlah besar untuk menghasilkan konten visual yang lebih personal, adaptif, dan relevan dengan preferensi pengguna di media sosial. Dengan demikian, AI tidak hanya berfungsi

sebagai alat bantu teknis, tetapi juga sebagai bagian dari sistem kreatif yang memengaruhi proses produksi, distribusi, dan konsumsi konten visual di ruang digital (Zhang, 2024).

Integrasi antara desain komunikasi visual, media sosial, dan teknologi Artificial Intelligence menciptakan perubahan paradigma dalam dunia desain. Proses kreatif yang sebelumnya didominasi oleh kemampuan manual desainer kini mulai bertransformasi menuju pendekatan berbasis teknologi dan data. Artificial Intelligence mampu membantu desainer dalam menghasilkan berbagai alternatif desain secara cepat, mengoptimalkan komposisi visual, serta menganalisis preferensi audiens berdasarkan pola interaksi di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi AI memiliki potensi besar dalam meningkatkan efektivitas komunikasi visual dalam ekosistem media digital (Xiang, 2023).

Meskipun demikian, perkembangan teknologi ini juga menimbulkan berbagai tantangan dan perdebatan dalam dunia desain komunikasi visual. Penggunaan AI dalam proses desain menimbulkan pertanyaan mengenai orisinalitas karya, etika penggunaan teknologi, serta peran desainer dalam era otomatisasi kreatif. Selain itu, dominasi algoritma dalam distribusi konten di media sosial juga dapat memengaruhi arah estetika visual dan strategi komunikasi yang digunakan oleh kreator maupun institusi media (Liu & Kim, 2025).

Berdasarkan fenomena tersebut, diperlukan kajian akademik yang lebih mendalam mengenai hubungan antara desain komunikasi visual, realitas dunia maya, dan teknologi Artificial Intelligence dalam ekosistem media sosial. Penelitian ini penting untuk memahami bagaimana transformasi teknologi memengaruhi praktik desain komunikasi visual, serta bagaimana peran AI dalam membentuk dinamika komunikasi visual di ruang digital. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengkaji transformasi desain komunikasi visual dalam realitas dunia maya serta peran Artificial Intelligence pada ekosistem media sosial, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perkembangan desain komunikasi visual di era digital.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang penelitian mengenai transformasi desain komunikasi visual dalam realitas dunia maya serta perkembangan teknologi Artificial Intelligence pada ekosistem media sosial, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana transformasi desain komunikasi visual dalam realitas dunia maya yang berkembang melalui platform media sosial?
2. Bagaimana peran Artificial Intelligence dalam proses penciptaan, pengembangan, dan distribusi konten desain komunikasi visual di media sosial?
3. Bagaimana pengaruh integrasi Artificial Intelligence terhadap estetika visual, kreativitas desain, serta strategi komunikasi visual dalam ekosistem media sosial?

Rumusan masalah tersebut bertujuan untuk mengarahkan penelitian dalam memahami perubahan praktik desain komunikasi visual yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi Artificial Intelligence serta dinamika komunikasi visual dalam ruang media sosial.

TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun pada penelitian berjudul "Transformasi Desain Komunikasi Visual dalam Realitas Dunia Maya: Peran Artificial Intelligence pada Ekosistem Media Sosial", maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis transformasi desain komunikasi visual dalam realitas dunia maya yang berkembang melalui platform media sosial.
2. Mengidentifikasi peran Artificial Intelligence dalam proses penciptaan, pengembangan, serta distribusi konten desain komunikasi visual di media sosial.
3. Menjelaskan pengaruh integrasi Artificial Intelligence terhadap estetika visual, kreativitas desain, serta strategi komunikasi visual dalam ekosistem media sosial.

Tujuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai perkembangan desain komunikasi visual di era digital, khususnya dalam kaitannya dengan pemanfaatan teknologi Artificial Intelligence dan dinamika media sosial sebagai ruang komunikasi visual modern.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur (literature review) untuk memahami transformasi desain komunikasi visual dalam realitas dunia maya serta peran Artificial Intelligence (AI) dalam ekosistem media sosial. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada analisis konsep, fenomena, dan perkembangan teknologi yang memengaruhi praktik desain komunikasi visual di era digital.

Metode studi literatur dilakukan dengan mengkaji berbagai sumber ilmiah seperti jurnal akademik, buku, dan publikasi ilmiah yang berkaitan dengan desain komunikasi visual, media sosial, serta penerapan Artificial Intelligence dalam bidang desain dan komunikasi digital. Proses pengumpulan data dilakukan melalui pencarian sumber-sumber ilmiah dari basis data akademik seperti Google Scholar, ScienceDirect, Springer, MDPI, dan IEEE. Literatur yang dipilih merupakan publikasi yang relevan dengan topik penelitian dan diterbitkan dalam kurun waktu tertentu untuk memastikan aktualitas data.

Tahapan analisis data dilakukan dengan mengidentifikasi, mengklasifikasikan, dan menganalisis berbagai konsep serta temuan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan transformasi desain komunikasi visual, penggunaan teknologi Artificial Intelligence, serta pengaruh media sosial dalam membentuk realitas visual di dunia maya. Hasil analisis kemudian diinterpretasikan secara deskriptif untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai hubungan antara desain komunikasi visual, Artificial Intelligence, dan media sosial.

Melalui metode penelitian ini diharapkan dapat diperoleh gambaran yang lebih mendalam mengenai perubahan praktik desain komunikasi visual di era digital serta implikasi penggunaan Artificial Intelligence dalam proses produksi dan penyebaran komunikasi visual pada platform media sosial.

ANALISA DATA

Berdasarkan hasil kajian literatur mengenai desain komunikasi visual, realitas dunia maya (media sosial), dan Artificial Intelligence (AI), analisis data dilakukan dengan pendekatan analisis deskriptif kualitatif terhadap konsep, teori, dan temuan penelitian sebelumnya. Analisis ini bertujuan untuk memahami bagaimana integrasi teknologi AI memengaruhi proses produksi, distribusi, dan konsumsi komunikasi visual dalam ekosistem media sosial.

1. Transformasi Desain Komunikasi Visual di Era Media Sosial

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah mengubah paradigma desain komunikasi visual dari media konvensional menuju media digital interaktif. Platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube menempatkan visual sebagai elemen utama dalam komunikasi informasi dan pemasaran digital.

Penelitian menunjukkan bahwa visual di media sosial memiliki karakteristik cepat, interaktif, dan berbasis algoritma, sehingga desainer perlu menyesuaikan strategi visual agar mampu menarik perhatian audiens dalam waktu singkat (Milanesi & Guercini, 2020). Selain itu, visual pada media sosial sering kali menggabungkan unsur tipografi, ilustrasi, fotografi, animasi, dan video dalam satu kesatuan komunikasi digital.

2. Peran Artificial Intelligence dalam Produksi Visual

Artificial Intelligence berperan dalam berbagai aspek desain komunikasi visual, seperti:

1. Generative design (AI menghasilkan gambar atau layout secara otomatis)
2. Image recognition untuk analisis visual
3. Data-driven design yang memanfaatkan data perilaku pengguna
4. Automated visual editing seperti filter, retouching, dan style generation

Menurut Zhao (2024), AI mampu meningkatkan efisiensi proses desain dengan menyediakan algoritma pembelajaran mesin yang dapat menghasilkan komposisi visual, warna, dan layout secara otomatis. Hal ini memungkinkan desainer untuk menghasilkan konten visual dengan lebih cepat dan adaptif terhadap kebutuhan media sosial.

3. Hubungan AI, Media Sosial, dan Komunikasi Visual

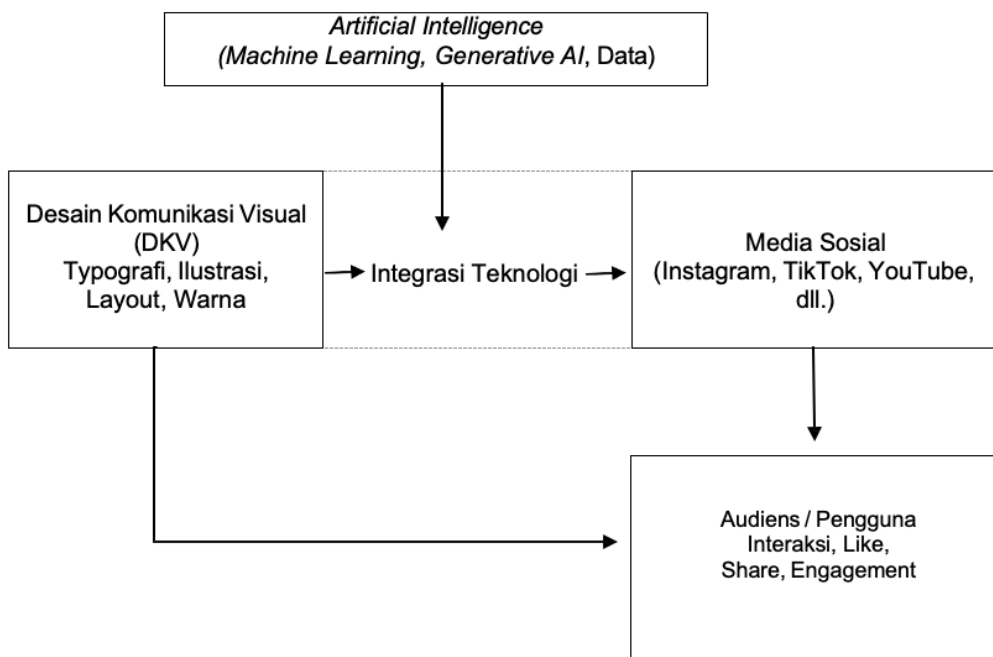
Integrasi AI dalam media sosial tidak hanya memengaruhi proses produksi desain, tetapi juga cara konten visual didistribusikan dan dikonsumsi oleh pengguna. Algoritma AI pada media sosial menganalisis preferensi pengguna sehingga konten visual yang muncul pada timeline bersifat personalisasi.

Penelitian Liu & Kim (2025) menjelaskan bahwa generative AI dalam media baru memungkinkan terciptanya ekosistem komunikasi visual yang lebih dinamis, di mana konten dapat diproduksi secara otomatis, dianalisis secara real-time, dan disesuaikan dengan perilaku audiens.

Dengan demikian, hubungan antara ketiga elemen tersebut dapat dipahami sebagai suatu ekosistem digital, di mana desain komunikasi visual berperan sebagai media pesan, media sosial sebagai platform distribusi, dan Artificial Intelligence sebagai teknologi yang mengoptimalkan proses komunikasi visual.

Gambar Rujukan (Model Analisis Penelitian)

Berikut contoh model konseptual hubungan antara Desain Komunikasi Visual, Artificial Intelligence, dan Media Sosial yang dapat digunakan dalam penelitian ini.



Penjelasan Model:

1. Desain Komunikasi Visual (DKV) menghasilkan konten visual sebagai media penyampaian pesan.
2. Artificial Intelligence membantu proses produksi, analisis, dan optimasi desain visual.
3. Media sosial menjadi platform distribusi konten visual.
4. Audiens berinteraksi dengan konten melalui engagement seperti like, share, dan komentar.

Model ini menunjukkan bahwa AI berfungsi sebagai penghubung teknologi yang mempercepat dan mengoptimalkan proses komunikasi visual dalam lingkungan media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

Berdasarkan analisis literatur yang telah dilakukan terhadap berbagai penelitian mengenai desain komunikasi visual, media sosial, dan Artificial Intelligence (AI), diperoleh beberapa temuan utama yang menunjukkan bahwa perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan terhadap proses produksi, distribusi, dan konsumsi komunikasi visual di dunia maya.

Pertama, perkembangan media sosial sebagai ruang komunikasi visual telah mengubah cara penyampaian informasi dari yang bersifat statis menjadi lebih interaktif dan dinamis. Platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube memanfaatkan visual sebagai elemen utama dalam menarik perhatian pengguna. Visual yang menarik, kreatif, dan mudah dipahami terbukti meningkatkan tingkat interaksi pengguna seperti like, share, dan komentar, sehingga menjadikan desain komunikasi visual sebagai faktor penting dalam strategi komunikasi digital (Li & Jongbin, 2024).

Kedua, integrasi Artificial Intelligence dalam desain komunikasi visual memberikan kontribusi besar dalam proses pembuatan konten visual. Teknologi seperti machine learning, deep learning, dan generative AI memungkinkan pembuatan desain secara otomatis, analisis preferensi audiens, serta optimasi tampilan visual berdasarkan data pengguna. Penelitian Zhao (2024) menunjukkan bahwa penggunaan AI mampu meningkatkan efisiensi proses desain dan mempercepat produksi konten visual dalam media digital.

Ketiga, penggunaan AI dalam analisis perilaku pengguna media sosial memungkinkan personalisasi konten visual. Algoritma AI menganalisis pola interaksi pengguna dan menampilkan konten yang sesuai dengan minat mereka. Hal ini menyebabkan desain komunikasi visual tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai strategi komunikasi yang disesuaikan dengan karakteristik audiens (Liu & Kim, 2025).

Keempat, penerapan AI juga memungkinkan munculnya konsep generative visual design, yaitu proses pembuatan desain yang dibantu oleh algoritma komputer. Teknologi ini memungkinkan desainer menghasilkan berbagai variasi desain secara cepat, sehingga mempercepat proses kreatif dan meningkatkan produktivitas dalam industri desain digital (Zhang, 2024).

2. Pembahasan

2.1 Transformasi Desain Komunikasi Visual di Era Digital

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah mendorong transformasi besar dalam bidang desain komunikasi visual. Pada era sebelumnya, desain visual lebih banyak digunakan dalam media cetak seperti poster, brosur, dan majalah. Namun, dengan berkembangnya internet dan media sosial, desain visual kini lebih banyak digunakan dalam media digital yang bersifat interaktif.

Menurut Wang (2021), visual dalam media digital memiliki karakteristik fleksibel, interaktif, dan berbasis teknologi, sehingga memungkinkan integrasi berbagai elemen multimedia seperti animasi, video, dan ilustrasi digital. Hal ini membuat komunikasi visual menjadi lebih efektif dalam menyampaikan pesan kepada audiens.

Selain itu, media sosial juga mendorong munculnya visual culture baru di dunia maya. Visual tidak lagi hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga menjadi alat komunikasi yang mampu mempengaruhi persepsi, opini, dan perilaku pengguna media sosial.

2.2 Peran Artificial Intelligence dalam Proses Desain

Artificial Intelligence telah membawa perubahan besar dalam proses pembuatan desain komunikasi visual. Teknologi AI mampu membantu desainer dalam berbagai aspek seperti:

1. Pembuatan desain otomatis (automated design)
2. Analisis warna dan komposisi visual
3. Optimasi tata letak desain
4. Rekomendasi desain berdasarkan data pengguna

Penelitian Lu & Huang (2022) menunjukkan bahwa penggunaan AI dalam desain grafis dapat meningkatkan kualitas visual serta membantu desainer dalam menghasilkan desain yang lebih efisien dan inovatif. Dengan memanfaatkan algoritma pembelajaran mesin, AI dapat menganalisis berbagai elemen desain seperti warna, tipografi, dan layout untuk menghasilkan komposisi visual yang lebih optimal.

Selain itu, AI juga memungkinkan munculnya teknologi generative design, di mana sistem komputer dapat menghasilkan berbagai alternatif desain secara otomatis berdasarkan parameter tertentu yang diberikan oleh desainer.

2.3 Integrasi AI dan Media Sosial dalam Komunikasi Visual

Integrasi antara Artificial Intelligence dan media sosial telah menciptakan ekosistem komunikasi visual yang lebih kompleks. Algoritma AI pada media sosial berfungsi untuk mengatur distribusi konten visual kepada pengguna berdasarkan preferensi dan perilaku mereka.

Menurut penelitian Møller et al. (2026), penggunaan AI dalam media sosial memungkinkan personalisasi konten secara lebih akurat, sehingga meningkatkan tingkat keterlibatan pengguna terhadap konten visual yang ditampilkan. Hal ini menjadikan desain komunikasi visual sebagai bagian penting dari strategi komunikasi digital yang berbasis data.

Selain itu, AI juga digunakan dalam berbagai fitur media sosial seperti:

1. Filter dan efek visual otomatis
2. Rekomendasi konten visual
3. Analisis tren visual
4. Pengeditan gambar berbasis AI

Teknologi tersebut memungkinkan pengguna maupun desainer untuk menghasilkan konten visual yang lebih menarik dan relevan dengan tren yang sedang berkembang.

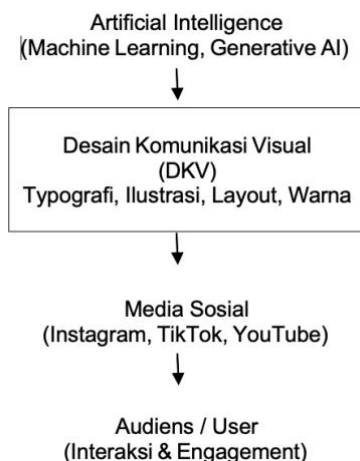
2.4 Dampak Penggunaan Artificial Intelligence terhadap Kreativitas Desain

Meskipun Artificial Intelligence memberikan banyak kemudahan dalam proses desain, penggunaan teknologi ini juga menimbulkan berbagai perdebatan terkait kreativitas manusia. Beberapa peneliti berpendapat bahwa AI dapat meningkatkan kreativitas dengan menyediakan berbagai alternatif desain yang sebelumnya sulit dibuat secara manual.

Namun, di sisi lain terdapat kekhawatiran bahwa penggunaan AI secara berlebihan dapat mengurangi peran kreativitas manusia dalam proses desain. Oleh karena itu, dalam praktiknya AI lebih tepat dipandang sebagai alat bantu (tool) yang mendukung proses kreatif desainer, bukan sebagai pengganti peran manusia dalam menciptakan karya desain.

Dengan demikian, integrasi antara kreativitas manusia dan teknologi Artificial Intelligence menjadi faktor penting dalam menghasilkan desain komunikasi visual yang inovatif, efektif, dan relevan dengan kebutuhan komunikasi di era digital.

Model Hubungan Konseptual Penelitian



Model ini menunjukkan bahwa Artificial Intelligence berperan sebagai teknologi pendukung yang membantu proses produksi desain, sementara media sosial berfungsi sebagai platform distribusi komunikasi visual, dan audiens menjadi penerima sekaligus partisipan dalam interaksi komunikasi visual di dunia maya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai transformasi desain komunikasi visual dalam realitas dunia maya serta peran Artificial Intelligence dalam ekosistem media sosial, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

Pertama, perkembangan teknologi digital dan media sosial telah membawa perubahan signifikan dalam praktik desain komunikasi visual. Media sosial menjadi ruang utama dalam penyebaran informasi visual yang bersifat cepat, interaktif, dan dinamis. Dalam konteks ini, desain komunikasi visual tidak hanya berfungsi sebagai media estetika, tetapi juga sebagai sarana komunikasi yang efektif untuk menyampaikan pesan kepada audiens di dunia maya.

Kedua, Artificial Intelligence (AI) memiliki peran penting dalam mendukung proses penciptaan dan pengembangan desain komunikasi visual. Teknologi AI memungkinkan proses desain menjadi lebih efisien melalui fitur seperti generative design, analisis data pengguna, otomatisasi tata letak, serta pengolahan gambar digital. Dengan adanya teknologi ini, desainer dapat menghasilkan berbagai alternatif desain secara lebih cepat dan berbasis data.

Ketiga, integrasi antara Artificial Intelligence dan media sosial menciptakan ekosistem komunikasi visual yang lebih adaptif dan personal. Algoritma AI pada media sosial mampu menganalisis perilaku pengguna sehingga konten visual yang ditampilkan dapat disesuaikan dengan preferensi audiens. Hal ini meningkatkan tingkat keterlibatan pengguna terhadap konten visual yang disajikan.

Keempat, meskipun teknologi Artificial Intelligence memberikan banyak kemudahan dalam proses desain, kreativitas manusia tetap menjadi faktor utama dalam menghasilkan karya desain yang inovatif dan bermakna. Oleh karena itu, penggunaan AI dalam desain komunikasi visual sebaiknya dipandang sebagai alat bantu yang mendukung kreativitas desainer, bukan sebagai pengganti peran manusia dalam proses kreatif.

Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa kolaborasi antara kreativitas manusia, teknologi Artificial Intelligence, dan platform media sosial menjadi faktor penting dalam perkembangan desain komunikasi visual di era digital. Integrasi ketiga aspek tersebut dapat menciptakan bentuk komunikasi visual yang lebih inovatif, efektif, dan relevan dengan kebutuhan masyarakat di dunia maya.

DAFTAR PUSTAKA

Cai, Y. (2025). Innovative design and development of brand visual system under the background of artificial intelligence-assisted visual communication design. *Discover Applied Sciences*.
<https://doi.org/10.1007/s42452-025-07412-4>

- Li, S., & Jongbin, P. (2024). The impact of social media on visual communication design. *Journal of New Media and Economics*.
<http://www.stemmpress.com/uploadfile/202404/788d4dfd40f9991.pdf>
- Liu, W., & Kim, H. G. (2025). The visual communication using generative artificial intelligence in the context of new media. *Scientific Reports*. <https://doi.org/10.1038/s41598-025-96869-9>
- Lu, L., & Huang, L. (2022). Exploration and application of graphic design language based on artificial intelligence visual communication. *Wireless Communications and Mobile Computing*.
<https://doi.org/10.1155/2022/9907303>
- Møller, A. G., Romero, D. M., Jurgens, D., & Aiello, L. M. (2026). The impact of generative AI on social media: An experimental study. *Scientific Reports*. <https://doi.org/10.1038/s41598-026-40110-8>
- Ruiz-Arellano, A. E., & Mejía-Medina, D. A. (2022). Addressing the use of artificial intelligence tools in the design of visual persuasive discourses. *Designs*, 6(6).
<https://doi.org/10.3390/designs6060124>
- Wang, R. (2021). Computer-aided interaction of visual communication technology and art in new media scenes. *Computer-Aided Design and Applications*, 19(S3), 75–84. [https://cad-journal.net/files/vol_19/CAD_19\(S3\)_2022_75-84.pdf](https://cad-journal.net/files/vol_19/CAD_19(S3)_2022_75-84.pdf)
- Xiang, S. (2023). The application of big data and artificial intelligence in visual communication design. *Journal of Computational Methods in Science and Engineering*. <https://doi.org/10.3233/JCM-226627>
- Zhang, A. (2024). Application of big data and artificial intelligence in visual communication art design. *PeerJ Computer Science*. <https://doi.org/10.7717/peerj-cs.2492>
- Zhao, Y. (2024). The synergistic effect of artificial intelligence technology in the evolution of visual communication of new media art. *Heliyon*. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e14039>