

SIARAN PERS

IABC Indonesia Soroti Masa Depan Kepercayaan Publik di Era AI: Komunikasi Strategis Berbasis Kemanusiaan

Konferensi Komunikasi Berpengaruh di Penghujung Tahun Ini, IABC Indonesia Conference and Awards 2025 Hadir dengan Fokus pada Kepercayaan, Kemanusiaan, dan Dampak Digital



Jakarta, 8 Desember 2025 - Di tengah percepatan teknologi dan pesatnya adopsi kecerdasan buatan (AI) yang mengubah dinamika komunikasi global, International Association of Business Communicators (IABC) Indonesia, menyoroti masa depan kepercayaan publik di era AI yang semakin rentan dengan *deepfakes*¹. Pada acara IABC Indonesia Conference and Awards yang diadakan setiap tahun sejak 2022, kali ini fokus diskusi menitikberatkan pada komunikasi strategis berbasis kepercayaan, kemanusiaan, dan dampak digital, dengan menghadirkan narasumber terkemuka dari sektor pemerintahan, swasta, akademisi, lembaga swadaya masyarakat, dan komunitas.

Elvera N. Makki, President IABC Indonesia dan Founder & CEO VMCS Communications and Social Impact menegaskan bahwa kepercayaan publik kini merupakan mata uang utama kepemimpinan modern, "Dalam ekosistem digital, teknologi dapat mempercepat pesan, tetapi hanya kemanusiaan yang dapat memperdalam makna. Di era AI, komunikasi strategis tidak cukup hanya akurat, namun harus empatik, etis, dan berpihak pada hak asasi manusia."

¹ Deepfakes adalah teknologi pemalsuan yang bisa menjadi alat untuk misinformasi dan disinformasi.



Foto 2: Catatan dari **Elvera N. Makki** (President IABC Indonesia, Founder & CEO VMCS Communications & Social Impact) yang secara resmi membuka Conference 2025 dengan pesan kuat bahwa komunikasi yang berakar pada kepercayaan, kemanusiaan, dan dampak digital adalah fondasi kepemimpinan yang mampu benar-benar menginspirasi tindakan.

Survei terbaru dari Boston University Communication Research Center pada 2025 menemukan bahwa empat dari lima orang mendukung adanya perlindungan ketat terhadap *deepfakes* berbasis AI di media sosial, dan mayoritas publik menginginkan platform media sosial bertanggungjawab lebih aktif dalam memoderasi misinformasi tanpa harus bergantung penuh pada sensor pemerintah. Temuan ini menegaskan bahwa isu kepercayaan publik di era AI bukan sekedar wacana, melainkan agenda strategis global.

Prof. Stella Christie, Wakil Menteri Pendidikan Tinggi, Sains, dan Riset (Dikti Saintek) RI saat hadir di IABC Indonesia Conference menyampaikan *keynote speech* di depan ratusan *business communicators* tentang pentingnya membangun pemikir digital yang berpusat pada manusia. Ia menekankan bahwa penyebaran hoaks yang masif terjadi di ranah digital harus terus dilawan melalui edukasi, riset, dan bukti empiris, agar berbagai tantangan akurasi informasi dan komunikasi di Indonesia dapat ditumpas secara signifikan, "Hoaks merupakan ancaman yang sangat besar dan salah satu yang paling serius di Indonesia. Ajang IABC Indonesia Conference ini merupakan saat yang tepat untuk kita bicarakan bersama."



Foto 3: Pemaparan dari keynote speech 2 oleh Prof. Stella Christie (Wakil Menteri Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Republik Indonesia). Dalam pidatonya, Prof. Stella menekankan pentingnya membentuk pemikir digital yang berpusat pada manusia. Ia menyampaikan bahwa informasi di ruang digital sangat mempengaruhi cara masyarakat memproses pesan, terutama terkait hoaks. Tantangan ini perlu terus diberi edukasi dan diatasi bersama, dengan mendorong penggunaan riset dan bukti empiris untuk menjawab berbagai persoalan di Indonesia maupun dunia.

Pertama, tegasnya, mengapa orang-orang menyebarkan hoaks, termasuk kita mungkin salah satunya yang pernah melakukannya. Kedua, dari jawaban pertama, lalu tindakan apa yang dapat kita lakukan untuk mengatasi hal ini, karena ini adalah masalah besar.

"Lebih dari 1.100 pakar dari 136 negara menempatkan misinformasi dan disinformasi sebagai salah satu ancaman paling serius saat ini. AI mempermudah pembuatan berita hoaks, dan dalam satu tahun terakhir, penyebaran informasi palsu dengan teknologi AI meningkat hingga 2x lipat dalam satu tahun terakhir," ungkap **Prof. Stella**. Terdapat empat alasan mengapa percaya hoaks, yang dijabarkan satu-persatu oleh beliau dalam forum ini, yaitu dilihat dari sisi *political partisanship, cognitive reflection, prior knowledge, and heuristic*².

"Fast-checking adalah tindakan yang selama ini kita lakukan untuk mengentaskan hoaks. Namun terdapat solusi perilaku yang patut dilakukan, yaitu solusi proaktif "*prebunking*³", *accuracy nudge*⁴, solusi sistemik *wisdom of crowd*⁵, dan solusi jangka panjang, yaitu edukasi," papar **Prof. Stella**, "Masalah inti model bisnis berbagai platform media sosial adalah memonetisasi perhatian, dimana algoritma dirancang untuk memaksimalkan *engagement*, bukan akurasi."

² Heuristic secara singkat diartikan sebagai familiarity. Artinya, semakin sering suatu informasi muncul, maka semakin terasa benar karena terasa lebih dikenal.

³ *Prebunking* adalah strategi pencegahan misinformasi dengan cara memberi edukasi sejak awal tentang teknik manipulasi atau misinformasi yang mungkin muncul, sehingga orang sudah "kebal" sebelum terpapar informasi palsu tersebut.

⁴ *Accuracy nudge* adalah dorongan sederhana yang mengingatkan orang untuk memikirkan kebenaran informasi sebelum membagikannya, sehingga mereka lebih berhati-hati dan akurat dalam menilai konten.

⁵ *Wisdom of the crowd* adalah konsep bahwa keputusan atau penilaian yang dibuat oleh banyak orang secara kolektif sering kali lebih akurat daripada pendapat satu ahli individu.



Foto 4: Sambutan keynote speech 3 oleh **Bapak Emil Elestianto Dardak, Wakil Gubernur Jawa Timur**, pada IABC Indonesia Awards 2025. Beliau menekankan bahwa tantangan terbesar komunikasi saat ini adalah framing di ruang digital, di mana informasi faktual bisa berubah persepsinya dan berdampak negatif pada organisasi atau brand. Karena itu, kita harus waspada dan sigap mengantisipasi dinamika ini, serta tidak mengabaikan media sosial sebagai ruang berkembangnya berbagai narasi.

Melanjutkan sesi Prof. Stella, Dr. Ir. **Emil Elestianto Dardak, Wakil Gubernur Jawa Timur**, yang juga hadir menyampaikan *keynote speech* menekankan tantangan terbesar komunikasi saat ini adalah *framing* di ruang digital. Informasi bisa saja faktual, namun ketika dibingkai berbeda, persepsinya dapat berubah dan berdampak negatif pada organisasi maupun brand. *Framing* yang dilakukan secara cepat untuk kepentingan *engagement* di media sosial tanpa verifikasi, mengorbankan banyak pihak, tak hanya politisi dan pejabat publik, namun juga dunia usaha, bahkan hingga UMKM. Karena itu, ujarnya, kita harus waspada dan sangat berhati-hati dalam merespons dinamika ini, “Realita yang kita hadapi sekarang tentang *framing*, sangat kontekstual dengan tema konferensi ini, yaitu *Strategic Communications at the Heart of Trust, Humanity, and Digital Impact*. Nyambung banget. Saat kita ingin meraih kepercayaan namun tidak paham cara menciptakan dampak secara digital, maka upaya tersebut sulit tercapai. Kita harus bisa mengantisipasi derasnya hoaks dan *framing*, dengan kesigapan, namun juga hati-hati.”



Foto 5: Pembicara kunci Prof. dr. Dante Saksono Harbuwono, Sp.PD-KEMD, Ph.D, Wakil Menteri Kesehatan Republik Indonesia menekankan pentingnya komunikasi kesehatan yang transparan dan mudah dipahami di tengah era misinformasi untuk membangun kepercayaan publik. Menurutnya, perubahan perilaku tidak bisa instan, masyarakat perlu merasa terhubung secara emosional. Karena itu, komunikasi harus disertai data yang akurat, lahir dari empati dan kisah nyata, bukan sekadar angka.

Berbicara mengenai *humanity* atau kemanusiaan, **Prof. dr. Dante Saksono Harbuwono, Sp.PD-KEMD, Ph.D, Wakil Menteri Kesehatan, RI** yang turut hadir sebagai *keynote speaker* menyatakan pentingnya komunikasi kesehatan dalam membangun kepercayaan publik untuk hidup yang lebih baik, "Kepercayaan adalah aset yang paling berharga di dalam dunia kesehatan sekaligus yang paling rapuh. Untuk itu, pemberian perlu dilakukan di semua sektor di bidang kesehatan. Kementerian Kesehatan terus memperkuat komunikasi publik yang transparan, mudah dipahami serta menyentuh hati masyarakat karena perubahan sistem pola hidup tidak bisa seperti membalik tangan, sebelum tersentuh hatinya. Karena itu, saya menyambut baik tema yang diselenggarakan IABC untuk mengangkat topik komunikasi di bidang kesehatan."

Lanjutnya, komunikasi tidak hanya membutuhkan penyajian data yang akurat, namun dibutuhkan empati dan kisah nyata dari berbagai sumber lapisan masyarakat, terutama bagi yang sedang berjuang di pelosok terpencil Indonesia. Kemampuan mengubah statistik menjadi cerita dan empati, itulah hal yang paling esensial untuk diperankan sektor komunikasi publik, terutama komunikasi digital, "Saya menyampaikan apresiasi sebesar-besarnya terhadap IABC yang telah membangun komunikasi kesehatan, yang tidak hanya akan terbatas di ruang ini, namun dapat menjangkau ruang publik yang lebih luas." ujar **Prof. dr. Dante**.

Sementara itu Bank Mandiri melihat penguatan inovasi digital sebagai bagian dari upaya menjaga stabilitas dan mendorong akselerasi ekonomi nasional. Dengan mengintegrasikan prinsip ESG ke dalam pengembangan layanan, Bank Mandiri membangun ekosistem finansial yang lebih efisien, inklusif, dan adaptif terhadap dinamika ekonomi, sekaligus memperluas akses layanan keuangan bagi rumah tangga, UMKM, dan sektor produktif yang menjadi pendorong pertumbuhan PDB.

Pemanfaatan teknologi untuk literasi, transparansi transaksi, dan mitigasi risiko juga mendukung kebijakan pemerintah dalam memperkuat stabilitas sistem keuangan di tengah ketidakpastian global, sehingga inovasi digital dapat memberikan *multiplier effect* bagi keberlanjutan ekonomi jangka Panjang. "Membangun kepercayaan di era digital dimulai dengan menempatkan kemanusiaan sebagai inti dari setiap inovasi. Dengan mengadopsi prinsip-prinsip ESG dalam praktik bisnis kami, Bank Mandiri terus berkembang dalam menciptakan dampak digital yang memberdayakan masyarakat, memperkuat komunitas, dan menjaga keberlanjutan masa depan bersama," ujar **Senior Vice President Environmental, Social & Governance Bank Mandiri, Monica Yoanita Octavia.**



Foto 6: Panelis Abdullah Fahmi, VP Corporate Communication & Social Responsibility Telkomsel Indonesia (tengah) memaparkan peran penting perusahaan melalui teknologi AI dan digitalisasi di setiap sektor di Indonesia, mulai dari pemerintahan, enterprise, hingga pendidikan.

Abdullah Fahmi, VP Corporate Communication & Social Responsibility, Telkomsel Indonesia, menekankan "Transformasi digital tidak cukup hanya dengan jaringan yang kuat. Kita memerlukan komunikasi yang bertanggung jawab untuk memastikan setiap langkah menuju keberlanjutan dimengerti, diterima, dan dijaga. Sebagai komunikator, kita membangun kepercayaan yang memungkinkan teknologi memberi dampak positif nyata bagi seluruh bangsa."



Foto 7: Arif Mujahidin, Communication Director Danone Indonesia menegaskan kembali tujuan utama komunikasi, to shine and shield. Artinya, mempromosikan kisah yang mencerminkan nilai-nilai perusahaan sekaligus menjaga reputasi Danone dengan optimal.

Sementara Danone Indonesia berhasil mendefinisikan ulang dampak komunikasi terhadap keberlanjutan bisnis, “Rahasia formula komunikasi yang berdampak adalah empati, baik saat melindungi maupun promosi. Di Danone Indonesia, kami berbicara dengan bahasa audiens yang kami tuju, memastikan pemahaman yang membentuk persepsi publik yang positif, dan pada akhirnya, komunikasi yang memperkuat keberlanjutan bisnis,” ujar **Arif Mujahidin, Corporate Communication, Danone Indonesia**.

Dalam menggawangi tren komunikasi untuk tahun 2026, **Elvera** menutup IABC Indonesia Conference and Awards dengan membagikan pesan kunci bagi profesional komunikasi di tanah air, “Ketika survei dunia menunjukkan publik mulai meragukan apa yang mereka lihat dan dengar, tugas komunikator adalah memulihkan kepercayaan dengan transparansi, integritas, dan keberanian mengakui keterbatasan. *Humanity* adalah kompasnya. AI mungkin mempercepat dunia, tetapi hanya *humanity* yang dapat menstabilkannya. Ke depan, komunikator Indonesia perlu berdiri di garis depan yang menghubungkan data dengan empati, teknologi dengan etika, dan inovasi dengan tanggung jawab sosial. Komunikasi yang berakar pada kepercayaan, kemanusiaan, dan dampak digital adalah fondasi kepemimpinan yang diharapkan mampu menginspirasi tindakan.”

Dengan semakin kompleksnya tantangan digital, IABC Indonesia menegaskan komitmennya untuk menjadi rumah bagi para komunikator yang ingin memimpin dengan etika, empati, dan dampak nyata bagi masyarakat.



Foto 8: Keynote speakers bersama Boards of Directors IABC Indonesia. Dari kiri ke kanan: Elvera N. Makki, President IABC Indonesia, Founder & CEO VMCS Communications & Social Impact, Emil Elestianto Dardak, Wakil Gubernur Jawa Timur, Prof. Stella Christie Wakil Menteri Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Republik Indonesia, Shanti Ruwyastuti, Board Member IABC Indonesia, dan Dwi Fatan Lilyana, Direktur SDM dan Umum PT. Pelabuhan Indonesia (Persero) juga sebagai Advisor IABC Indonesia.

IABC merupakan asosiasi yang menjadi salah satu barometer untuk tren komunikasi dunia, berkantor pusat di Chicago, Illinois, Amerika Serikat, dan menaungi lebih dari 100 chapters di 80 negara, termasuk di Indonesia. Keanggotaan IABC Indonesia beroperasi di bawah payung Perkumpulan Komunikasi Internasional Indonesia yang aktif sejak 2019. Dengan lebih dari 1000 anggota komunitas Indonesia, berbagai program yang dilaksanakan memberikan wawasan, pengetahuan, dan akses jejaring profesional, serta program mentorship, pemberian penghargaan, dan sertifikasi profesi di bidang komunikasi berskala internasional. Untuk bergabung dengan komunitas ini, dapat mengunjungi www.iabcindonesia.com dan jejaring profesional di Linkedin, serta Instagram @iabcindonesia.

--oo00oo--

Kontak Media:

Malvin Adrianus

Email: malvin.adrianus@iabcindonesia.com dan info@iabcindonesia.com

No WA: 0851-5633-7189