

DARI REPRESENTASI KE INTRA-AKSI PERGESERAN PARADIGMA KOMUNIKASI VISUAL POSTHUMAN DALAM LINGKUNGAN DIGITAL BERBASIS AI

Syaifudin^{1*}, Gagas Nir Galing², dan Vinsensiana Aprilia Nanda Jeharu³

¹Fotografi, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Sewon Bantul Yogyakarta 55188

^{2,3}Desain Media, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Sewon Bantul Yogyakarta 55188

***Email korespondensi:** dien@isi.ac.id

Received: 27 05 2026 – Revised: 29 06 2026 - Accepted: 07 07 2026 - Published: 01 08 2026

Abstrak. Kemunculan kecerdasan buatan generatif (Gen AI) telah mengubah lanskap komunikasi visual secara radikal, menuntut evaluasi ulang terhadap kerangka semiotika tradisional yang selama ini terlalu antroposentris. Tulisan ini mengeksplorasi pergeseran paradigma dari model representasi klasik menuju konsep intra-aksi dalam produksi dan konsumsi citra visual di lingkungan digital. Menggunakan pendekatan semiotika posthuman dan realisme agensial, penelitian ini mendekonstruksi bagaimana makna tidak lagi dikonstruksi secara sepihak oleh kreator manusia, melainkan muncul melalui keterikatan dinamis antara manusia, algoritma, serta antarmuka mesin. Melalui analisis kualitatif pada praktik penciptaan gambar sintesis dan komputasional, studi ini menemukan bahwa elemen non-manusia kini bertindak sebagai agen aktif yang mendisrupsi otoritas tunggal manusia dalam merumuskan suatu pesan visual. Proses ini kemudian menghasilkan bentuk pengalaman digital baru di mana tanda visual beroperasi secara performatif, melampaui sekadar fungsi representasional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi manusia-teknologi yang cerdas memerlukan pemahaman komunikasi visual sebagai praktik simpoiesis, yakni proses ko-kreasi berkesinambungan di mana batasan subjek dan objek menjadi sangat kabur. Temuan ini memberi kontribusi teoretis terhadap desain komunikasi visual yang berpusat pada manusia dengan mengusulkan kerangka kerja inklusif untuk mengakomodasi agensi mesin. Ekosistem interaksi digital karenanya menjadi lebih adaptif dan etis di tengah era pasca-kebenaran. Pemahaman baru mengenai intra-aksi semiotik ini diharapkan mampu menjadi landasan utama bagi pengembangan pengalaman pengguna yang merespons kompleksitas hubungan hibrida antara manusia beserta kecerdasan buatan secara jauh lebih mendalam, sekaligus meredefinisi batasan ontologis dari penciptaan gambar itu sendiri secara menyeluruh di era digital modern.

Kata kunci: semiotika, posthuman, intra-aksi, performativitas, agensi.

PENDAHULUAN

Selama beberapa dekade, disiplin Desain Komunikasi Visual (DKV) secara konsisten bersandar pada paradigma *Human-Centered Design* (HCD) dan model komunikasi klasik untuk membedah bagaimana makna dirancang, ditransmisikan, dan dikonsumsi. Model strukturalisme Ferdinand de Saussure dan pragmatisme triadik Charles Sanders Peirce, yang diintegrasikan ke dalam teori representasi, secara inheren menempatkan desainer manusia sebagai pusat absolut dari ekosistem komunikasi tersebut. Dalam paradigma antroposentris ini, teknologi digital - seperti perangkat lunak perancangan vektor, tata letak, maupun manipulasi gambar konvensional - diposisikan murni sebagai

instrumen pasif. Desainer bertindak sebagai subjek kreatif tunggal (*problem solver*) yang memegang kendali penuh untuk menyusun elemen-elemen grafis, tipografi, warna, dan struktur antarmuka guna menyampaikan pesan yang presisi kepada audiens (Chen et al., 2021). Dengan demikian, hubungan antara karya desain, media, dan pengguna selalu bersifat linier dan representasional.

Namun, lanskap DKV kontemporer saat ini tengah mengalami disrupsi ontologis yang radikal seiring peran kecerdasan buatan generatif (*Generative Artificial Intelligence*). Kehadiran platform *text-to-image*, generator tata letak otomatis, dan algoritma pengalaman pengguna (UX) adaptif telah mengubah mekanisme perancangan visual dari yang semula berbasis penyusunan elemen grafis manual menjadi sintesis data algoritmik murni. Struktur visual tidak lagi sekadar dikonstruksi secara sadar dari sketsa konseptual desainer, melainkan dirakit secara matematis melalui komputasi probabilistik yang memprediksi persebaran piksel dan preferensi visual pengguna (Brogden & Erickson, 2025; Meyer, 2025). Fenomena otomatisasi desain berbasis AI ini tidak hanya mempercepat alur kerja kreatif, tetapi juga secara fundamental meruntuhkan otoritas desainer manusia sebagai pembuat makna tunggal (Epstein et al., 2023; F. Ertan & Çeken, 2023). Ketika sebuah algoritma mampu mengambil keputusan estetis dan fungsional secara otonom, model komunikasi visual konvensional yang menempatkan teknologi sekadar sebagai alat (*tool*) menjadi tidak memadai lagi.

Guna mengatasi ketidakcukupan teoretis tersebut, diperlukan sebuah pergeseran paradigma dalam DKV ke arah filsafat posthumanisme (Nawar, 2016; Sampanikou, 2022) dan realisme agensial (*agential realism*) yang dicetuskan oleh Karen Barad (Bilbao & Meyer, 2024). Berbeda dengan humanisme klasik yang memisahkan secara tegas antara desainer sebagai subjek yang aktif dan media digital sebagai objek yang pasif, menawarkan konsep "intra-aksi" (*intra-action*) (Scholz, 2024). Dalam pandangan intra-aksi, agensi tidak dimiliki oleh manusia atau mesin secara mandiri sebelum mereka bertemu; melainkan, agensi muncul secara performatif *di dalam* dan *melalui* keterikatan timbal balik antara berbagai komponen dalam suatu sistem (Bilbao & Meyer, 2024). Ketika seorang desainer memasukkan rangkaian *prompt* ke dalam sistem AI atau merancang antarmuka berbasis komputasi cerdas, produk visual yang dihasilkan bukan lagi representasi searah dari gagasan desainer tersebut. Artefak desain yang muncul adalah produk dari perakitan sosio-teknologis (*socio-technical assemblage*), sebuah dialog hibrida di mana algoritma, korpus data, tren gaya visual yang tersimpan dalam sistem, dan intensi manusia saling bertumpang tindih serta bernegosiasi

secara dinamis (Stivi, 2026). Batasan antara desainer sebagai pengguna dan teknologi sebagai media pun menjadi cair.

Meskipun kajian mengenai dampak teknis AI dalam efisiensi industri kreatif telah banyak dilakukan, masih terdapat kekosongan teoretis yang signifikan dalam memetakan bagaimana agensi non-manusia ini meredefinisikan struktur tanda dalam praktik komunikasi visual dan pengalaman digital yang cerdas (*intelligent human-technology interaction*). Sebagian besar literatur DKV masih terjebak pada pendekatan HCD konvensional yang cenderung memosisikan teknologi sebatas alat optimasi kerja, tanpa melihatnya sebagai entitas yang turut membentuk makna.

Makalah ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan mengeksplorasi secara mendalam pergeseran paradigma komunikasi visual dari model representasi klasik menuju konsep intra-aksi posthuman dalam lingkungan digital berbasis AI. Melalui dekonstruksi proses penandaan pada praktik desain modern, studi ini berupaya merumuskan sebuah kerangka komunikasi visual yang inklusif terhadap peran mesin. Dengan memahami hubungan manusia dan teknologi sebagai praktik simpoiesis - proses ko-kreasi kolektif yang saling membentuk - penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi konseptual bagi pengembangan pengalaman digital (*digital experience*) yang tidak hanya adaptif dan cerdas, melainkan juga responsif terhadap kompleksitas relasi hibrida antara manusia dan kecerdasan buatan di era kontemporer.

MASALAH

Praktik Desain Komunikasi Visual (DKV) semula berpegang pada paradigma *Human-Centered Design* (HCD), di mana desainer diposisikan sebagai pemecah masalah tunggal yang memegang kendali penuh atas setiap elemen visual. Dalam kerangka ini, setiap tanda dan grafis dianggap memiliki intensi manusiawi yang linier dan dapat dijelaskan melalui analisis semiotika klasik.

Namun, integrasi *Generative AI* dalam alur kerja DKV telah mendisrupsi asumsi tersebut. Teknologi ini tidak lagi berfungsi sebagai perangkat pasif, melainkan bertindak sebagai mitra kolaboratif yang mampu menghasilkan solusi visual secara otonom. Akibatnya, model antroposentris yang menempatkan kendali penuh pada manusia menjadi kurang memadai, karena mesin kini mampu merakit tanda dan grafis melalui proses komputasional yang berada di luar kendali langsung desainer.

Kehadiran AI mengubah peran desainer: dari pencipta tunggal menjadi kurator yang bernegosiasi dengan mesin. Pergeseran ini menimbulkan tantangan terkait kendali desain, karena AI sering kali menghasilkan keputusan estetis yang tidak terduga dan berisiko melenceng dari niat awal desainer. Mengingat AI bekerja berbasis statistik dan minim pemahaman budaya, maka memerlukan paradigma *posthuman* yang mengakui adanya 'intra-aksi' atau keterikatan antara desainer dan mesin. Tanpa paradigma ini, disiplin DKV akan kesulitan merumuskan etika desain digital yang adaptif dan dapat dipertanggungjawabkan.

METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan kerangka analisis wacana *posthuman* (*posthuman discourse analysis*) dan semiotika material. Untuk membedah pergeseran paradigma dari representasi klasik menuju intra-aksi, metode analisis utama yang diterapkan adalah pembacaan difraktif (*diffractional reading*) yang diadaptasi dari pemikiran Karen Barad (Bilbao & Meyer, 2024). Berbeda dengan pembacaan reflektif yang mengasumsikan adanya pemisahan tegas antara subjek peneliti/kreator dan objek yang diteliti untuk mencari pantulan makna yang representasional, pembacaan difraktif memetakan pola-pola interferensi. Pendekatan ini menganalisis bagaimana berbagai entitas - manusia, algoritma, antarmuka, dan basis data - saling bertabrakan, tumpang tindih, dan memengaruhi pembentukan realitas tanda visual yang baru dalam praktik desain.

Objek material dalam studi ini difokuskan pada praktik perancangan desain komunikasi visual dan penciptaan media komputasional yang melibatkan sistem kecerdasan buatan generatif. Fokus pengamatan diarahkan secara spesifik pada interaksi performatif antara kreator dan antarmuka *text-to-image*, dengan mengambil studi kasus empiris pada penggunaan platform AI generatif seperti Midjourney dalam alur kerja perancangan visual (Brogden & Erickson, 2025). Pemilihan platform ini didasarkan pada kapasitas teknisnya dalam mendemonstrasikan proses iterasi visual komputasional yang otonom, di mana mesin beroperasi jauh melampaui fungsi perangkat lunak penyuntingan konvensional dan bertindak sebagai agen aktif perakit tanda.

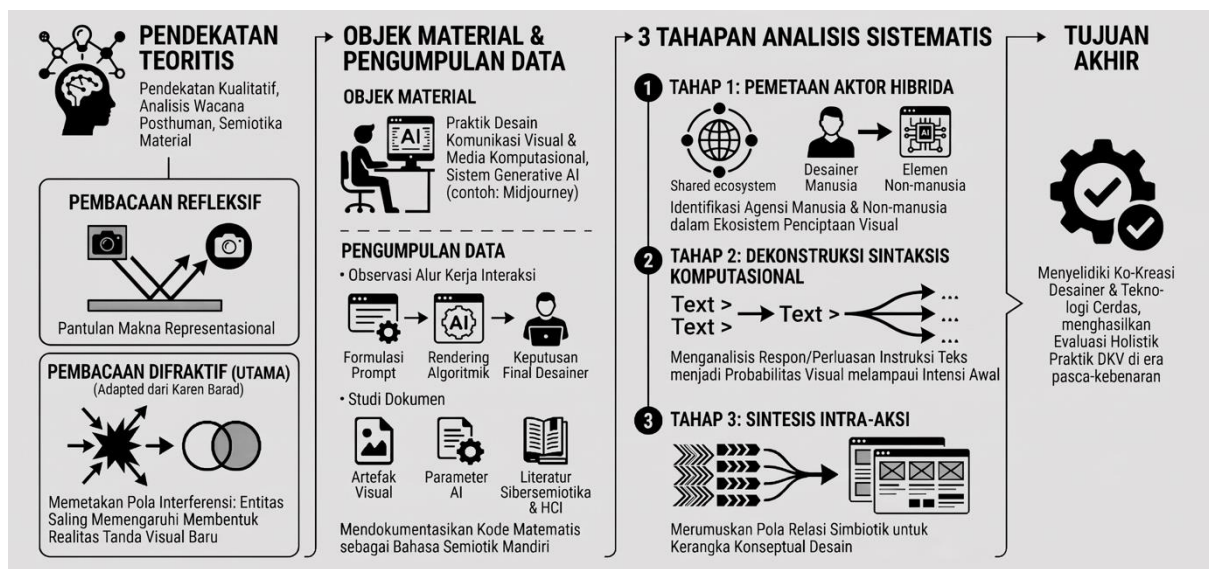
Studi dokumen melengkapi proses ini dengan meninjau artefak visual (hasil sintesis gambar), parameter generatif AI, serta literatur kontemporer mengenai sibersemiotika dan interaksi manusia-komputer. Tujuannya adalah untuk

mendokumentasikan secara presisi bagaimana kode-kode matematis memanifestasikan dirinya sebagai bahasa semiotik mandiri.

Analisis data dijalankan secara sistematis melalui tiga tahapan utama:

1. **Pemetaan Aktor Hibrida:** Mengidentifikasi dan membedah agensi dari desainer manusia dan elemen non-manusia (model *machine learning*, algoritma prediksi piksel, dan batasan antarmuka) dalam satu ekosistem penciptaan visual.
2. **Dekonstruksi Sintaksis Komputasional:** Menganalisis bagaimana instruksi teks dari manusia direspons, diselewengkan, atau diperluas oleh mesin menjadi probabilitas visual yang secara efektif melampaui intensi awal (*encoding*) sang desainer (Qudah et al., 2026).
3. **Sintesis Intra-Aksi:** Merumuskan pola relasi simbiotik dari temuan-temuan dekonstruksi tersebut untuk mengusulkan kerangka konseptual baru bagi perancangan antarmuka dan pengalaman pengguna (*user experience*).

Prosedur analisis ini secara khusus ditujukan untuk mencari tahu proses ko-kreasi antara desainer dan teknologi cerdas, sehingga menghasilkan landasan evaluasi yang holistik untuk praktik desain komunikasi visual di era pasca-kebenaran.



Gambar 1. Skema Metode Pelaksanaan

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Demistifikasi *Prompt* sebagai Praktik Intra-Aksi

Dalam tradisi semiotika klasik, khususnya melalui pandangan Roland Barthes mengenai *punctum* dan *studium*, penciptaan makna visual sangat bergantung pada momen fotografis di mana subjek manusia secara sadar memilih secara tepat perihal waktu dan bingkai untuk merekam realitas. Kamera berfungsi pasif sebagai medium dokumentasi. Namun, analisis terhadap alur kerja desain yang menggunakan AI generatif (seperti Midjourney) menunjukkan realitas empiris yang bertolak belakang. Prompt atau rekayasa teks yang diketikkan oleh desainer tidak beroperasi sebagai instruksi searah yang dieksekusi secara pasif oleh mesin, melainkan berfungsi sebagai ruang negosiasi awal (Brogden & Erickson, 2025).

Melalui pandangan realisme agensial Karen Barad, proses memformulasikan *prompt* ini adalah bentuk "intra-aksi" yang performatif. Desainer dan algoritma tidak bertindak sebagai entitas yang terpisah, melainkan saling membentuk (*sympoiesis*) selama proses literasi berlangsung (Bilbao & Meyer, 2024). Ketika mesin menafsirkan teks dan memposisikan tampilan visual, ia secara aktif menyisipkan gaya visual, pencahayaan, dan tata letak berdasarkan korpus datanya sendiri - elemen-elemen spesifik yang sering kali tidak diinstruksikan oleh manusia. Dengan demikian, *prompt* terdemistifikasi dari sekadar "perintah" menjadi sebuah dialog hibrida. Makna visual yang lahir bukanlah representasi murni dari ide manusia, melainkan hasil kompromi antara intensi organik dan sintaksis komputasional (Brogden & Erickson, 2025).

2. Agensi Non-Manusia dalam Praktik Media Rekam Baru

Praktik media rekam, yang selama ini dipahami sebagai proses menangkap pantulan cahaya optik (*optical light capture*) ke dalam medium fisik atau sensor digital, kini bertransformasi menjadi proses sintesis data probabilistik (Meyer, 2025). Dalam ruang gelap (*dark room*) algoritma, entitas non-manusia mengambil alih agensi komposisional. Algoritma memprediksi susunan piksel untuk membangun ilusi fotografis atau elemen antarmuka grafis meskipun tanpa diberi referensi dari dunia nyata (Meyer, 2025).

Analisis difraktif terhadap fenomena ini membuktikan bahwa mesin memiliki agensi materialnya sendiri. Hal ini menciptakan disrupsi pada model *encoding-decoding* tradisional dalam Desain Komunikasi Visual. Pesan yang di-*encode* oleh desainer melalui *prompt* mengalami difraksi (pembelokan atau perluasan makna) saat diproses oleh algoritma, menghasilkan artefak visual yang otonom (Qudah et al., 2026). Dalam konteks ini, AI tidak sekadar meniru realitas, melainkan memproduksi sistem tanda yang sama sekali baru (*simulacra*). Pengakuan terhadap agensi non-manusia ini krusial untuk memahami bahwa

setiap artefak visual yang dihasilkan di era kontemporer adalah produk dari ekologi kognitif yang terdistribusi antara pikiran manusia dan kecerdasan mesin.

3. Menuju *Intelligent Human-Technology Interaction*

Temuan mengenai kuatnya agensi non-manusia dalam produksi tanda visual menuntut adanya revaluasi terhadap kerangka *Human-Centered Design* (HCD) yang selama ini menjadi fondasi perancangan antarmuka dan pengalaman digital (*digital experience*). HCD klasik yang menempatkan teknologi semata-mata sebagai pelayan kebutuhan manusia terbukti rentan ketika berhadapan dengan mesin yang memiliki kapasitas generatif otonom. Apabila desainer mempertahankan paradigma antroposentris, akan muncul ketimpangan di mana bias algoritmik (seperti bias representasi budaya atau gender yang melekat pada data latih AI) dapat merembes masuk ke dalam produk visual tanpa disadari oleh kreatornya (Nawar, 2016).

Oleh karena itu, makalah ini mengusulkan pengembangan konsep menuju *Intelligent Human-Technology Interaction* (IHTI) yang berlandaskan pada etika posthuman. Dalam kerangka IHTI, desain pengalaman digital tidak lagi dirancang *untuk* manusia secara eksklusif, melainkan dirancang sebagai *ekosistem kolaboratif* antara manusia dan AI. Prinsip-prinsip utamanya meliputi:

1. **Transparansi Agensial:** Desain antarmuka harus secara visual mengakui dan memperlihatkan batasan antara intervensi manusia dan otomatisasi mesin, mengedepankan etika orisinalitas di era pasca-kebenaran (*post-truth*) (Epstein et al., 2023). Contoh Praktis: Dalam perancangan poster layanan masyarakat, seorang desainer menggunakan fitur AI generatif untuk menghasilkan gambar ilustrasi latar belakang, namun menyusun tata letak (*layout*) dan tipografi secara manual. Sebagai bentuk transparansi agensial, desainer menyematkan atribusi visual atau *watermark* atau simbol berukuran kecil pada sudut poster yang berbunyi: "Ilustrasi disintesis oleh AI, tata letak dan tipografi dikonstruksi oleh desainer". Praktik ini mencegah distorsi kebenaran dan menjaga etika orisinalitas di ruang publik
2. **Adaptabilitas Simbiotik:** Alur kerja komunikasi visual harus memberikan ruang iteratif di mana desainer bertindak sebagai kurator yang memandu, bukan sekadar mendikte, proses halusinasi mesin (Brogdén & Erickson, 2025). Contoh Praktis: Dalam perancangan logo komersial, desainer memasukkan instruksi (*prompt*) ke dalam mesin AI untuk memproduksi puluhan probabilitas bentuk secara cepat. Alih-alih mengunduh dan menggunakan hasil mentah tersebut secara langsung, desainer

menyeleksi satu bentuk yang paling relevan, memindahkannya ke perangkat lunak vektor (seperti Adobe Illustrator), lalu melakukan modifikasi proporsi, struktur garis, dan warna secara manual. Dalam hal ini, mesin bertindak murni sebagai "katalisator ide", sementara desainer memegang kendali penuh sebagai "kurator" dan pengambil keputusan estetis akhir.

3. **Kesadaran Sibersemiotik:** Mengintegrasikan pemahaman bahwa tanda visual di layar digital merupakan manifestasi dari proses komputasional yang sangat luas dan dalam di belakangnya, sehingga perancangan desain difokuskan pada harmoni antara logika manusiawi dan pemrosesan data (Brier, 1996). Contoh Praktis: Seorang desainer diinstruksikan membuat ilustrasi "suasana pasar tradisional yang hangat". Karena basis data AI didominasi oleh referensi Barat, mesin justru mungkin akan menghasilkan gambar *farmer's market* bergaya Eropa dengan arsitektur klasik. Dengan kesadaran sibersemiotik, desainer melakukan intervensi dengan merombak sintaksis instruksinya menjadi sangat spesifik secara kultural, misalnya: "*pedagang nusantara memakai caping, transaksi di pasar terapung, pencahayaan tropis*". Desainer secara sadar bertugas menyuntikkan konteks dan empati lokal yang tidak dimiliki oleh algoritma mesin, sehingga tanda visual yang dihasilkan menjadi akurat dan etis bagi audiens sasarannya.

Dengan mengadopsi paradigma intra-aksi posthuman ini, praktik Desain Komunikasi Visual dapat melampaui krisis otoritas maknanya, bertransformasi menjadi disiplin yang lebih adaptif, etis, dan relevan di tengah ekosistem kecerdasan buatan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Rasa terima kasih yang mendalam disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Ma Chung (UMC) selaku penyelenggara Seminar Nasional atas ruang diskursus akademik yang telah difasilitasi dengan sangat baik. Apresiasi setinggi-tingginya juga ditujukan kepada Institut Seni Indonesia Yogyakarta atas dukungan institusional yang senantiasa memfasilitasi pengembangan riset terkait eksplorasi Media Rekam dan Desain Komunikasi Visual. Pertukaran gagasan dalam forum ini memberikan kontribusi yang sangat berharga bagi pematangan kerangka teoretis mengenai interaksi teknologi cerdas di era kontemporer

DAFTAR PUSTAKA

- Bilbao, I., & Meyer, A. (2024). Contributions of Barad's new materialism to well-being research. *The Qualitative Report*, 29(4), 1020-1035. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2024.6423>
- Brier, S. (1996). Cybersemiotics: A new interdisciplinary development applied to the problems of knowledge organisation and document retrieval in information science. *Journal of Documentation*, 52(3), 296-344. <https://doi.org/10.1108/eb026970>
- Brogden, J., & Erickson, K. (2025). On the process of image creation with artificial intelligence: Rephotography using Midjourney AI. *Journal of Visual Art Practice*, 24(4), 515-540. <https://doi.org/10.1080/14702029.2025.2571834>
- Chen, T., Pang, B., & Dai, M. (2021). Exploring the application of photography in graphic design. *Journal of Physics: Conference Series*, 1881(2), 022025. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1881/2/022025>
- Epstein, Z., Hertzmann, A., Akten, M., Farid, H., Fjeld, J., Frank, M. R., Groh, M., Herman, L., Leach, N., Mahari, R., Pentland, A. S., Russakovsky, O., Schroeder, H., & Smith, A. (2023). Art and the science of generative AI: Understanding shifts in creative work will help guide AI's impact on the media ecosystem. *Science*, 380(6650), 1110-1111. <https://doi.org/10.1126/science.adh4451>
- Ertan, F., & Ceken, S. (2023). Generative artificial intelligence and visual communication: A systematic review of transformations in image production, audience reception, and meaning-making in digital media. *Review of Communication Research*, 11, 299-313. <https://doi.org/10.52152/RCR.V11.39>
- Meyer, R. (2025). Images from images: Generative AI and the reconfiguration of the photographic. *Photography and Culture*, 18(3-4), 281-290. <https://doi.org/10.1080/17514517.2025.2522517>
- Nawar, H. (2016). A theoretical model for the design of a transcultural visual communication system in a posthuman condition. Doctoral dissertation, University of Plymouth. <https://doi.org/10.24382/803>
- Qudah, M., Murad, H. A., & Habes, M. (2026). Generative AI and the transformations of visual language: An experimental study of audiovisual production in Kuwait. *Frontiers in Communication*, 11, 1715497. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2026.1715497>
- Sampanikou, E. D. (2022). Visual culture, posthumanism and the Pythagorean paradigm: Documentary vs the politicization of truth. *Journal of Posthumanism*, 2(1), 57-63. <https://doi.org/10.33182/joph.v2i1.1858>
- Scholz, J. (2024). Agential realism as an alternative philosophy of science perspective for quantitative psychology. *Frontiers in Psychology*, 15, 1410047. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1410047>
- Stivi, M. (2026). The imaginary real: A social semiotic analysis of photorealistic AI images. *Nordic Machine Intelligence*, 6(4), 37-42. <https://doi.org/10.5617/nmi.13079>

